

Bilancio di sostenibilità 2010

Bilancio di sostenibilità 2010

BANCA GENERALI SPA

SEDE LEGALE

VIA MACHIAVELLI, 4 34132 - TRIESTE

CAPITALE SOCIALE

DELIBERATO: EURO 119.378.836,00

SOTTOSCRITTO E VERSATO: EURO 111.662.418,00 *

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

00833240328

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

BANCA ADERENTE AL FONDO INTERBANCARIO DI TUTELA DEI DEPOSITI

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

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

CODICE ABI 03075.9

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

A CURA DI

INVESTOR RELATIONS BANCA GENERALI

COORDINAMENTO EDITORIALE

COMUNICAZIONE ESTERNA

PROGETTO GRAFICO, EDITING, REVISIONE TESTI

MESSAGE SRL

FINITO DI STAMPARE NEL LUGLIO 2011



* 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
19

Il governo societario
22

Sistema dei controlli interni
26

Codici volontari
32



Rendicontazione economica
35

La performance economica del 2010
36

Principali indicatori finanziari
37

Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione
38



Relazione sociale
43

Relazioni con gli stakeholder
45

I clienti
48

Caratteristiche della clientela

Relazioni con la clientela

Sicurezza e privacy

Contenzioso

Gestione reclami

Dialogo con i clienti

La rete distributiva
60

Caratteristiche fondamentali

Dimensione e composizione

Struttura organizzativa della rete

Ripartizione geografica, per sesso e per anzianità

Multicanalità del servizio

Incentivazione, valorizzazione e formazione

Gestione delle vertenze

Dialogo con le reti di vendita

Risorse umane
78

Dimensioni e caratteristiche dell'organico

Politiche per i dipendenti

Pari opportunità

Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro

Relazioni industriali e sindacali

Formazione

Coinvolgimento dei collaboratori



Azionisti e investitori
98

Introduzione

L'azionariato

Il titolo Banca Generali

L'andamento dell'azione: quotazione ordinaria e dividendi erogati

L'attività di Investor Relations

Fornitori
106

Politiche e pratiche d'acquisto

Comunità
110

Rapporti con la comunità

Ambiente
114

Politica ambientale

Tutela dell'ambiente



Allegati
123

Tabella GRI (Global Reporting Initiative)

Lettera agli stakeholder

NEL 2010 il Gruppo Banca Generali ha saputo ulteriormente migliorare i risultati reddituali rispetto all'esercizio precedente, già peraltro eccellenti.

Nel 2010 l'utile è cresciuto infatti del 30% rispetto all'esercizio precedente e si è attestato a 82,2 milioni di euro. Questo risultato è tanto più apprezzabile se si considera che esso è stato ottenuto in parallelo ad un ulteriore rafforzamento patrimoniale, un tema cruciale in questo momento per il settore bancario che si sta preparando ai nuovi e più stringenti requisiti di capitale di Basilea 3. Al riguardo, con soddisfazione, riteniamo importante sottolineare che i livelli di patrimonio della Banca sono già ora in linea con i parametri fissati da Basilea 3, che entreranno in vigore nel 2019.

I buoni risultati raggiunti hanno consentito al Gruppo Banca Generali di distribuire un dividendo unitario di 0,55 euro (a fronte di 0,45 euro dello scorso anno), consentendole di posizionarsi tra le società italiane quotate che attribuiscono i dividendi più elevati ai propri azionisti.

LA NOSTRA CRESCITA DERIVA DA UN GRANDE LAVORO DI SQUADRA

E' per noi importante sottolineare che tutti questi risultati sono stati ottenuti nell'ambito di una gestione sostenibile della nostra attività, che ha per obiettivo la creazione e distribuzione di ricchezza a favore di tutti gli stakeholder. Alla base di questi successi c'è infatti un grande lavoro di squadra cui partecipano tutte le persone del Gruppo Banca Generali e la capacità di queste ultime di perseguire valori condivisi quali il costante miglioramento del servizio al cliente, la responsabilità professionale nei confronti di clienti e azionisti, l'affidabilità nella valorizzazione e tutela del risparmio ed infine la trasparenza nell'operato.

Consapevoli di questo, è importante per noi tutelare la crescita umana e professionale dei nostri collaboratori, sia dipendenti che promotori finanziari. Al riguardo è stato motivo di grande soddisfazione rilevare nel corso dell'anno come, in base all'indagine annuale dell'Eurisko, il livello di soddisfazione dei promotori delle reti di Banca Generali sia ai vertici del settore.

TUTELARE LA CRESCITA UMANA E PROFESSIONALE DEI NOSTRI COLLABORATORI

FONDAMENTALE LA PROTEZIONE DEL CAPITALE PER IL CLIENTE

Come sempre un ruolo centrale nelle strategie del Gruppo Bancario è rivestito dal cliente, che serviamo facendo leva su alcuni aspetti per noi molto importanti quali la protezione degli investimenti, il controllo dei rischi e un'ampia offerta che include anche prodotti di società terze per soddisfare qualsiasi esigenza di investimento.

Nel corso del 2010 il Gruppo Banca Generali ha inoltre confermato il suo impegno a favore della comunità con il suo ormai tradizionale supporto a numerose iniziative sociali. Più recentemente il Gruppo Banca Generali si è fatto anche promotore di iniziative, rivolte in particolare ai più giovani, nel campo dello sport che risulta essere un canale importante per trasmettere valori e principi sani.

L'impegno del Gruppo Banca Generali nella tutela dell'ambiente trova riscontro nel Codice Etico e nella Politica Ambientale del Gruppo Generali. Essa si attua innanzitutto nella partecipazione a un progetto volto all'introduzione di un sistema per la gestione degli aspetti ambientali maggiormente significativi, che ha per obiettivo la riduzione degli impatti diretti dell'attività bancaria. A tale scopo monitoriamo i nostri consumi e le emissioni di gas a effetto serra anche in un'ottica di prevenzione dei danni, che ci porta a intervenire tempestivamente prima che si manifestino.

Il Gruppo Banca Generali è impegnato nella tutela dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente e nella lotta alla corruzione nell'ambito dell'iniziativa Global Compact, promossa dalle Nazioni Unite, alla quale ha aderito il Gruppo Generali. Analogamente la Banca, quale elemento importante del Gruppo Generali, è impegnata nel Carbon Disclosure Project (CDP) e nel CDP Water Disclosure che affrontano le sfide legate rispettivamente ai cambiamenti climatici e alla tutela dell'acqua.



**ETICA E
SOSTENIBILITÀ
ALLA BASE DELLE
NOSTRE SCELTE
STRATEGICHE**

La consapevolezza che solo riuscendo a conciliare l'interesse aziendale con quello della collettività e generando valore per tutti gli stakeholders del gruppo si può creare uno sviluppo veramente solido e duraturo, ci porta sempre più a porre i principi di etica e di sostenibilità alla base delle nostre scelte strategiche. Il nostro impegno in questa direzione è assoluto, perché i traguardi da raggiungere sono importanti e non possono essere mancati.

Giovanni Perissinotto
Presidente Banca Generali

Premessa metodologica

Questo è il secondo anno per il quale viene redatto il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Banca Generali con lo scopo di esplicitare il legame tra i valori, le strategie del Gruppo e le relazioni con i vari stakeholder. Non sono state apportate modifiche ad informazioni inserite nei report precedenti, né si sono registrati cambiamenti nel perimetro del Gruppo complessivo o nei metodi di misurazione rispetto al periodo precedente. Il Gruppo 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 dei stakeholder.

Il documento è suddiviso in tre macro sezioni:

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

I CRITERI E I PRINCIPI

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

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

PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE E PROCESSO DI REPORTING E MISURAZIONE

Il Bilancio di Sostenibilità viene pubblicato con cadenza annuale. I dati presentati di seguito si riferiscono all'esercizio 2010 e, ove possibile, sono comparati con il 2009.

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. Le operazioni societarie effettuate in data 1 gennaio 2010, ossia la fusione per incorporazione della controllata Banca Bsi Italia, previo scorporo del ramo di azienda delle Gestioni di Portafoglio a favore di BG SGR, entrambe partecipate integralmente dalla controllante Banca Generali, non hanno modificato rispetto all'esercizio precedente il perimetro di consolidamento complessivo del Gruppo non influenzandone pertanto la comparabilità tra periodi.

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

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





Identità e Governance



Mission

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

L'obiettivo del Gruppo 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, il Gruppo 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 il Gruppo 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

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

TRASPARENZA

Il Gruppo 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.

RESPONSABILITÀ PROFESSIONALE

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

AFFIDABILITÀ

Nel Gruppo 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.

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.

IMPEGNO PER IL MIGLIORAMENTO CONTINUO

Il Gruppo 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.

La storia del Gruppo

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

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

Ecco la cronologia degli avvenimenti.

1998-2000

Una nuova banca

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

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

2008

Deliberata l'acquisizione di Banca del Gottardo Italia

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

2009

Cessione di Simgenia SIM e creazione di Generali Fund Management

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

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

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

2010

Nasce Banca Generali Private Banking

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

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

Modello di business e linee strategiche di sviluppo e di sostenibilità

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

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

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

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

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

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

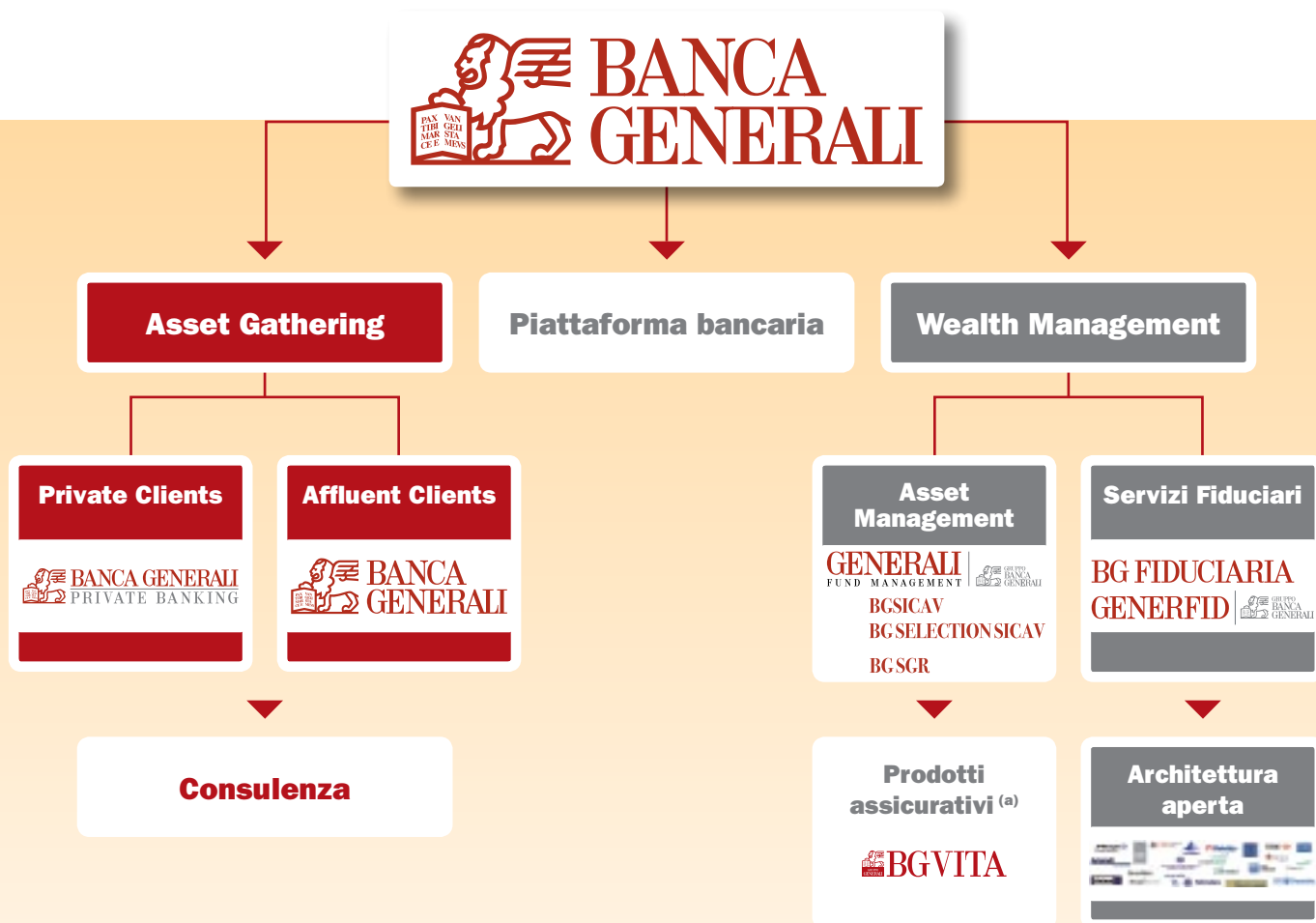
Pur ponendo al centro dell'offerta la professionalità dei propri collaboratori, chiamati a instaurare un rapporto consulenziale diretto con clientela di qualità, il servizio ai clienti si giova anche delle più moderne risorse offerte dalla **multicanalità** – garantita dai servizi telematici, dai call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

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

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

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

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



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

LINEE STRATEGICHE DI SVILUPPO

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

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

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

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

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

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

STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

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

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

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



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Il Gruppo Banca Generali attribuisce un ruolo fondamentale alla strategia di comunicazione integrata, al fine di favorire un flusso continuo, completo e trasparente di informazioni nei confronti di tutti gli stakeholder.

- Il sito internet viene costantemente aggiornato per mantenerne inalterati i presupposti di razionalità e fruibilità a favore degli utenti che possono facilmente ritrovarvi le ultime 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, che è consultabile sia in italiano che 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 semestrale volta a fotografare lo stato della Banca, del mercato e dei principali concorrenti. Infine, sono in corso il restyling grafico di siti delle controllate quali: Generali Fund Management, Generfid e Bg Sgr. Nel 2010 il sito web di Banca Generali si è posizionato al venticinquesimo posto nella classifica Webranking 2010 Awards Italy che premia la qualità della comunicazione istituzionale e finanziaria on line, redatta dai consulenti della società Hallvarsson & Halvarsson. Lo studio considera le 100 società a maggiore capitalizzazione presenti sul listino di Piazza Affari. Dopo aver conquistato nel 2008 il riconoscimento come Best Improver grazie al lancio del nuovo sito istituzionale, Banca Generali conferma anche quest'anno la propria presenza tra le migliori realtà del mercato risultando tra le più tempestive società per velocità di risposta alle richieste avanzate dagli Analisti Finanziari e dai professionisti del settore Media.
- L'intranet dell'azienda 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. 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 del Gruppo Banca Generali e di tutte le altre compagnie del Gruppo Assicurazioni Generali. Oltre a questi strumenti elettronici tutti i dipendenti, su richiesta, ricevono "Il Bollettino", l'house organ del Gruppo Generali che è interamente ecosostenibile, avendo scelto di utilizzare imballi riciclabili e carta ecologica che riducono al minimo l'impatto ambientale della pubblicazione

- 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 2010 sono stati diffusi complessivamente 28 comunicati stampa e il Gruppo Banca Generali è stato oggetto di circa 400 articoli apparsi sulle principali testate nazionali.
- La comunicazione di Brand trasmette i valori del Gruppo e l'impegno nel sociale attraverso eventi ed iniziative accurate. A partire dalla scelta dei testimonial che devono rappresentare quel dinamismo, correttezza e professionalità che contraddistinguono il Gruppo Banca Generali. Le maggiori testate giornalistiche nazionali e televisive seguono con notevole interesse le manifestazioni dando notevole risonanza al marchio e all'impegno sociale di Banca Generali nella sensibilizzazione ai valori di correttezza e professionalità e nell'educazione al risparmio.
- Le campagne pubblicitarie si sono concentrate sulla promozione di incontri con esperti e professionisti nella gestione del risparmio per aiutare gli investitori a superare le asimmetrie informatiche e le barriere tecniche conseguenti all'iniziativa governativa dello scudo fiscale. "Banca Generali. Con te, oltre lo scudo" è stato lo slogan che ha accompagnato una creatività incisiva e all'insegna della solidità comparsa su tutte le principali testate nazionali. Lo sforzo pubblicitario è stato mirato a valorizzare le elevate competenze e professionalità specifiche corroborando così l'immagine di garanti ed esperti nel proprio settore della gestione del risparmio.

L'assetto organizzativo

STRUTTURA SOCIETARIA, MANAGEMENT E COLLABORATORI

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

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

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

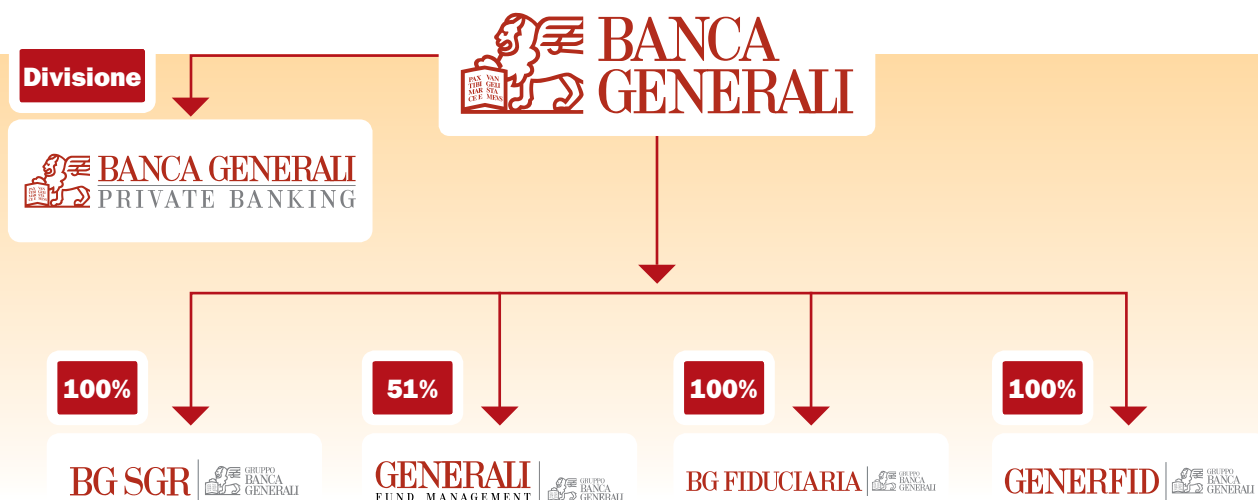
Inoltre, il Gruppo opera per mezzo di specifiche **"Società Prodotto"** che svolgono un'attività specializzata nell'ideazione di prodotti e servizi di investimento, nonché nell'asset management.

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

- **Banca Generali S.p.A.:** Capogruppo del Gruppo Bancario, attiva nella distribuzione integrata di pro-

dotti 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 2010 la progettualità e gli investimenti in ambito organizzativo si sono concentrati da un lato sul consolidamento delle operazioni straordinarie elaborate o avviate nel 2009 (vedasi fusione per incorporazione di Banca BSI Italia in Banca Generali e revisore del modello di business ed operativo di BG SGR) dall'altro sulla finalizzazione e sul consolidamento di iniziative volte a supportare il core business del Gruppo Bancario, ottimizzandone il livello di efficienza e di efficacia operativa.

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

- Banca Generali:

- a) nella Divisione Private sono state poste in essere le attività di avvio, consolidamento e messa a punto del modello di business e di servizio destinato alla clientela private, anche mediante l'introduzione di nuovi servizi ed alla delocalizzazione di alcune attività operative;
- b) relativamente al Front End Promotori, piattaforma applicativa dedicata al canale dei promotori finanziari, sono stati effettuati interventi di manutenzione evolutiva per ottimizzare l'attività operativa dei Promotori Finanziari e dei Private Banker, aumentando l'efficienza e l'automazione di processo con riduzione dei rischi operativi;
- c) anche sul Front End Clienti, piattaforma applicativa WEB dedicata alla clientela, sono state effettuati interventi di manutenzione evolutiva con nuove funzionalità informative e dispositive;
- d) infine, per quanto concerne i Servizi alla Clientela, coerentemente al processo di miglioramento continuo dei servizi alla stessa diretti, sono stati attivati nuovi applicativi dedicati al canale Call Center ed al nuovo sportello di Filiale.

- Società controllate:

- a) per BG SGR, in seguito al conferimento del ramo d'azienda gestioni patrimoniali da Banca BSI Italia, si è provveduto al consolidamento e all'ottimizzazione del modello di business e di servizio analizzato nel 2009, tra cui si segnalano gli sviluppi

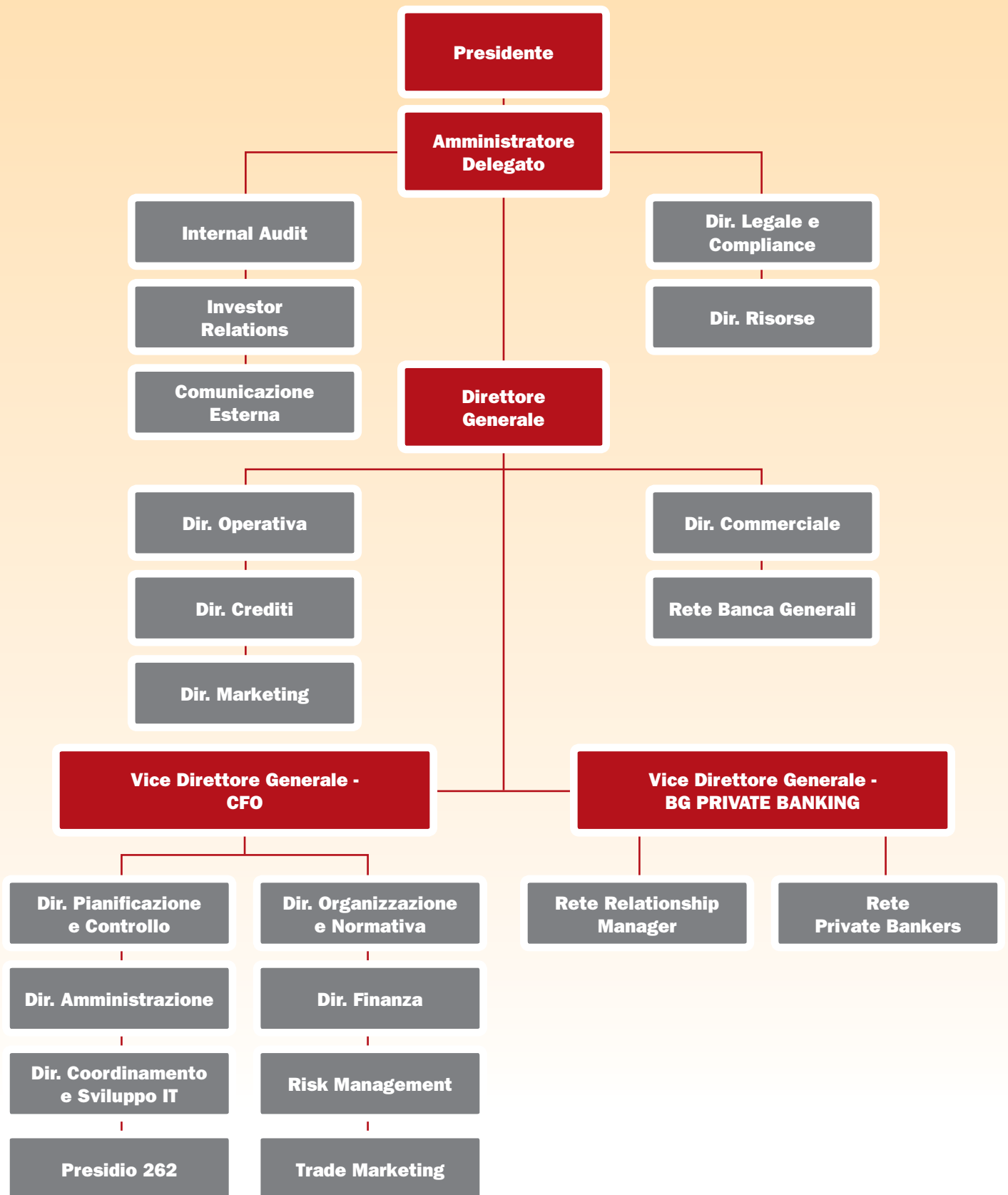
funzionali sulla piattaforma dedicata alla gestione dei portafogli individuali e l'automazione delle procedure di trasferimento ordini di compravendita al mercato;

- b) per Generali Fund Management, si segnala il continuo miglioramento dell'utilizzo degli evoluti servizi offerti dalla piattaforma RiskMetrics dedicata all'analisi di rischio finanziario dei portafogli, che è ritenuta un'attività fondamentale per la gestione del cliente-investitore, e l'attività di diagnosi dei potenziali impatti sulla struttura organizzativa e sull'offerta commerciale derivanti dalla normativa UCITS IV, con conseguenti azioni di implementazione;
- c) per BG Fiduciaria SIM, i positivi risultati conseguiti a livello di sviluppo di business non hanno richiesto significativi sviluppi a livello applicato o rilevanti revisioni di processi organizzativi interni e, pertanto, si è operato in regime di ordinaria manutenzione evolutiva e di adeguamento alle normative di settore;
- d) per GENERFID, in funzione delle opportunità e dei risultati conseguiti a livello di business, è stata avviata una revisione dei processi, della struttura organizzativa e degli applicativi informatici a supporto dell'operatività anche in funzione di possibili evoluzioni normative del settore di appartenenza.

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

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

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



Il governo societario

ORGANI, COMITATI, ASSEMBLEA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Attualmente il Consiglio di Amministrazione si compone di 10 membri, di cui 2 sono amministratori esecutivi e 8 non esecutivi, di cui 4 indipendenti (3 dei quali di età superiore ai 60 anni e 7 di età compresa tra i 40 e i 60 anni). 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 sulla dimensione, sulla composizione e sul funzionamento del consiglio stesso e dei suoi comitati, eventualmente esprimendo orientamenti sulle figure professionali la cui presenza in Consiglio sia ritenuta opportuna;



- 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 2011 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'efficacia 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.

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

I Comitati nominati hanno funzioni prettamente consultive e propositive.

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

Il Comitato per il Controllo Interno, composto da 4 amministratori non esecutivi e indipendenti, è invece l'organo preposto: ad assistere il Consiglio di Amministrazione nella definizione delle linee di indirizzo del sistema di controllo interno; a esprimersi sull'adeguatezza del sistema dei controlli interni; a valutare il corretto utilizzo dei principi contabili, nonché la loro omogeneità tra le società del Gruppo; il Comitato per il Controllo Interno esprime inoltre il proprio parere 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. Il documento è parte integrante della Relazione sul governo societario e sugli assetti proprietari ed è disponibile sul sito www.bancagenerali.com.

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 del Gruppo 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 2010 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 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 sulla gestione dei rischi, o controlli di secondo livello, volti a concorrere alla definizione di metodologie di misurazione del rischio, alla verifica del rispetto dei limiti e al controllo della coerenza con obiettivi di rischio-rendimento. Questi controlli in Banca Generali sono affidati a:

- *funzione di Compliance* per quanto attiene la prevenzione del rischio di non conformità alle norme;
 - *funzione di Risk Management* finalizzata a individuare, misurare, controllare e gestire gli altri rischi (credito, mercato, operativi, strategici, ...);
 - *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;
- 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.

Nel corso del 2010, si è registrato uno sviluppo del modello e delle 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 Controlli Interni	<ul style="list-style-type: none"> • supporta con compiti istruttori, propositivi e consultivi il Consiglio di Amministrazione
Comitato Rischi	<ul style="list-style-type: none"> • assicura presidio coordinato sul sistema di gestione e controllo dei rischi; • affronta specifiche tematiche operative con poteri deliberativi in merito alle misure di mitigazione dei rischi
Presidio 262	<ul style="list-style-type: none"> • indirizza e coordina le attività di gestione del rischio amministrativo e contabile • supporta il Dirigente preposto ex art. 154 T.U.F.
Risk Management	<ul style="list-style-type: none"> • individua, misura, valuta e monitora tutte le tipologie di rischio a cui è esposto il Gruppo Bancario ad eccezione del rischio di non conformità alle norme
Compliance	<ul style="list-style-type: none"> • valuta l'adeguatezza delle procedure e dei processi aziendali al fine di prevenire il rischio di non conformità alle norme; • vigila sulle condotte concretamente poste in essere dalla rete distributiva
Internal Audit	<ul style="list-style-type: none"> • monitora e valuta l'efficacia e l'efficienza del Sistema dei Controlli Interni

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

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

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

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

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

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

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

In particolare tale funzione è responsabile di:

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

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

In particolare la funzione di Internal Audit è responsabile di:

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

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

conformità con le disposizioni di vigilanza emanate dalla Banca d'Italia (cfr. Banca d'Italia, Circ. 263 del 27 dicembre 2006 "Nuove disposizioni di vigilanza prudenziale per le banche"), il Gruppo ha definito un processo interno (cd. ICAAP – Internal Capital Adequacy Assessment Process) di autonoma valutazione della propria adeguatezza patrimoniale, cioè dell'adeguatezza, in termini attuali e prospettici, del capitale complessivo di cui dispone per fronteggiare i rischi rilevanti cui è esposto e sostenere le proprie scelte strategiche. Tale processo presuppone un solido sistema di governo societario, un'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, oppu-

re da eventi esogeni. Rientrano in tale tipologia, tra l'altro, le perdite derivanti da frodi, errori umani, interruzioni dell'operatività, indisponibilità dei sistemi, inadempienze contrattuali, catastrofi naturali. Nel rischio operativo è compreso il rischio legale, mentre non sono inclusi quelli strategici e di reputazione;

- **rischio di mercato:** rischio di subire perdite a fronte di variazioni di valore di uno strumento o di un portafoglio di strumenti finanziari connesse a variazioni inattese delle condizioni di mercato (corsi azionari, tassi di interesse, tassi di cambio, prezzi delle merci, volatilità dei *risk factor*);
- **rischio di tasso di interesse sul portafoglio bancario:** rischio derivante da variazioni potenziali dei tassi di interesse. Tale rischio è generato dalle differenze nelle scadenze e nei tempi di ridefinizione del tasso di interesse delle attività e delle passività del Gruppo. In presenza di tali differenze, fluttuazioni dei tassi di interesse determinano sia una variazione degli utili, e quindi del profitto atteso, sia una variazione del valore di mercato delle attività e delle passività e quindi del valore economico del patrimonio netto;
- **rischio di liquidità:** si manifesta sotto forma di inadempimento ai propri impegni di pagamento, che può essere causato da incapacità di reperire fondi (*funding liquidity risk*) ovvero dalla presenza di limiti allo smobilizzo delle attività (*market liquidity risk*). Nell'ambito dei rischi di liquidità si ricomprende anche il rischio di fronteggiare i propri impegni di pagamento a costi non di mercato, ossia sostenendo un elevato costo della provvista ovvero (e talora in modo concomitante) incorrendo in perdite in conto capitale in caso di smobilizzo di attività;
- **rischio di concentrazione:** rischio derivante da esposizioni verso controparti, gruppi di controparti connesse e controparti del medesimo settore economico o che esercitano la stessa attività o appartenenti alla medesima area geografica;
- **rischio residuale:** rischio che le tecniche riconosciute per l'attenuazione del rischio di credito utilizzate risultino meno efficaci del previsto;
- **rischio di reputazione:** rischio attuale o prospettico di flessione degli utili o del capitale derivante da una percezione negativa dell'immagine della società da parte di clienti, controparti, azionisti, investitori o autorità di vigilanza;
- **rischio strategico:** rischio attuale o prospettico di flessione degli utili o del capitale derivante da cambiamenti del contesto operativo o da decisioni aziendali errate, attuazione inadeguata di decisioni, scarsa reattività a variazioni del contesto competitivo;
- **rischio di compliance:** rischio di incorrere in sanzioni giudiziarie o amministrative, perdite finanziarie rilevanti o danni di reputazione in conseguenza di violazioni di norme imperative (di legge o di regolamenti) ovvero di autoregolamentazione (es. statuti, codici di condotta, codici di auto-disciplina)¹.

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

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

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 il 90 % dei dipendenti e tutti i collaboratori delle reti di distribuzione.

A tale proposito, nelle società del Gruppo Bancario, è stato adottato e attuato, ai sensi del D.Lgs n. 231/01 e successive modifiche, un modello di organizzazione e gestione che punta, tra l'altro, a prevenire i comportamenti contrari ai principi di correttezza, legalità e trasparenza nella gestione degli affari da parte dei collaboratori, anche al fine di evitare la configurazione della responsabilità amministrativa delle società per i reati commessi dai collaboratori nell'interesse o a vantaggio delle stesse. La corretta comprensione e divulgazione dei contenuti e dei principi informativi di tale modello è assicurata da specifiche iniziative di formazione, erogate in modalità e-learning a tutti i dipendenti e Promotori Finanziari. Nel 2010 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 di denaro e finanziamento del terrorismo.

Nel corso del 2010, si è registrato uno sviluppo del modello e delle attività di *fraud prevention* nell'ambito del potenziamento degli aspetti organizzativi e di processo della risk governance riferita ai rischi operativi. Il modello di fraud prevention fa riferimento all'"Internal Fraud Policy" della Capogruppo Assicurazioni Generali con gli opportuni adattamenti in considerazione delle specificità di Banca Generali.

Per quanto in particolare concerne la fattispecie di riciclaggio e finanziamento del terrorismo, si evidenzia che il Gruppo Bancario - al fine di presidiare con efficacia il rischio relativo - si è dotato di normativa interna costantemente aggiornata nonché di appositi software/applicativi che concorrono a fornire gli strumenti per aumentare la conoscenza della clientela e della sua operatività; con l'obiettivo di valutare la conformità dei relativi processi a quanto previsto dalla normativa vigente, viene effettuato un monitoraggio attraverso verifiche periodiche. Inoltre la fruizione del corso antiriciclaggio relativa all'anno 2010 da parte del personale dipendente si assesta oltre l'85%, mentre per quanto concerne la Rete si assesta quasi al 100%.

Nel 2010 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, il Gruppo Banca Generali si mantiene fedele ai principi fondamentali che caratterizzano la sua etica, quali trasparenza, correttezza e imparzialità.

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

Nel Codice Etico sono tracciate le linee guida fondamentali, alle quali deve essere improntata la condotta di tutti coloro che operano nel Gruppo, nei rapporti con le diverse categorie di stakeholder considerati: i clienti, gli azionisti, i collaboratori, i partner contrattuali, le società emittenti, la comunità e l'ambiente. A tale proposito, un particolare riferimento va fatto 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.

Il Gruppo Banca Generali intrattiene rapporti con gli Organi di Vigilanza afferenti all'attività istituzionale a questi ultimi affidata. Le Società del Gruppo Banca 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 del Gruppo Banca Generali (www.bancagenerali.com) al fine di garantirne la dovuta diffusione a tutti i soggetti interessati. Sono previsti anche adeguati programmi di formazione per assicurarne la corretta comprensione e attuazione.

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

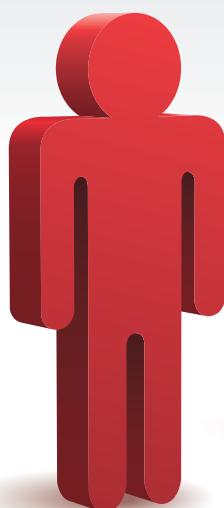
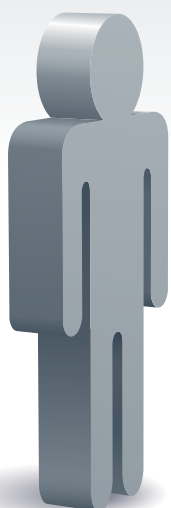
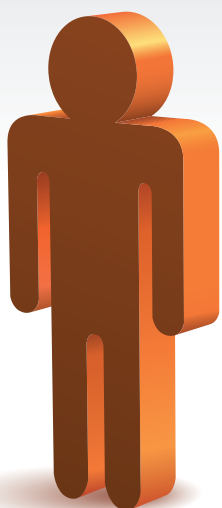
Nel 2010 non risultano pervenute alla funzione competente segnalazioni di violazione del Codice Etico con riferimento alla Gruppo Banca Generali.

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. Ne costituiscono esempio:

- a. il **Codice interno di comportamento**, introdotto da Banca Generali in data 20 dicembre 2001 e il cui ultimo aggiornamento è in vigore dal 1° novembre 2009, che, fermo restando quanto stabilito da norme di legge e di regolamento, indica, con integrazioni operative, le regole di comportamento che i componenti gli organi amministrativi e di controllo, i dipendenti, i Promotori Finanziari e tutti i collaboratori sono tenuti a rispettare nella prestazione dei servizi 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 del-

la 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 2010

Il Gruppo Banca Generali ha chiuso l'esercizio 2010 con un utile netto di 82,2 milioni di Euro, con un incremento di circa 19 milioni di Euro rispetto al risultato dell'esercizio 2009 (+30,1%) ed un patrimonio netto pari a 281,2 milioni di Euro. La crescita del risultato rispecchia un significativo sviluppo della clientela e degli asset under management, nonché le politiche di efficientamento dei costi.

Il margine di intermediazione rimane sostanzialmente invariato rispetto al 31 dicembre 2009, passando dai 255,0 milioni di Euro nel 2009 ai 254,4 milioni di Euro nel 2010 (-0,2%), ma risulta caratterizzato da una crescita delle commissioni nette per 13,3 milioni di Euro (+7,2%), controbilanciata da una contrazione del margine di interesse del 12,2% derivante dall'andamento del mercato dei tassi di interesse e da una riduzione rispetto all'esercizio passato del risultato della gestione finanziaria per 7,8 milioni di Euro.

Le spese amministrative al 31 dicembre 2010 si sono attestate a 140,7 milioni di euro, in riduzione del 4,33% rispetto all'esercizio 2009, con le spese del personale che passano dai 67,1 milioni del 2009 ai 64,3 milioni di euro del 2010 (-4,1%).

Gli accantonamenti netti ammontano a 19,2 milioni di euro, in crescita del 21,1% rispetto al dato dell'esercizio 2009, e si riferiscono principalmente agli accantonamenti inerenti la rete distributiva.

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 2010 ammonta a 23,6 miliardi di euro, a fronte dei 22,2 miliardi di Euro dell'esercizio 2009; inoltre, in aggiunta al suddetto ammontare, al 31 dicembre 2010 si rilevano circa 1,8 miliardi di euro depositati in risparmio amministrato da società del Gruppo Assicurazioni Generali e 7,7 miliardi di euro di Fondi Comuni/sicav e ggf/gpm gestiti e distribuiti direttamente dalle società di gestione o da soggetti terzi al Gruppo Bancario, per un totale complessivo pari a 33,1 miliardi di Euro rispetto ai 31,4 miliardi di Euro di fine 2009.



Principali indicatori finanziari

PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI			
INDICATORI REDDITUALI CONSOLIDATI (milioni di Euro)	31.12.2010	31.12.2009	VAR. %
Margine di interesse	43,2	49,3	-12,2
Commissioni nette	198,0	184,7	7,2
Dividendi e risultato netto attività di negoziazione	13,2	21,0	-37,3
Margine di intermediazione	254,4	255,0	-0,2
Spese per il personale	-64,3	-67,1	-4,1
Altre spese amministrative	-76,4	-80,0	-4,5
Ammortamenti	-4,1	-5,8	-29,0
Altri proventi di gestione	8,8	3,4	160,4
Costi operativi netti	-136,0	-149,5	-9,0
Risultato operativo	118,4	105,5	12,2
Accantonamenti	-19,2	-15,9	21,1
Rettifiche di valore	-4,3	-7,6	-43,0
Utile Ante imposte	94,9	82,1	15,5
Utile netto	82,2	63,2	30,1
Cost income ratio	51,9%	56,4%	-8,0
EBITDA	122,5	111,3	10,0
ROE	41,82%	33,11%	26,3
EPS - earning per share (euro)	0,741	0,571	29,8
RACCOLTA NETTA (milioni di Euro) (Dati Assoreti) *esclusa Simgenia	31.12.2010	31.12.2009	VAR. %
Fondi Comuni e Sicav	451	379	19%
Gestioni Patrimoniali	314	168	87%
Assicurazioni / Fondi pensione	1.171	805	46%
Titoli / Conti correnti	-666	724	-192%
Totale	1.270	2.076	-39%
ASSET UNDER MANAGEMENT & CUSTODY (AUM/C) (miliardi di euro) (Dati Assoreti)	31.12.2010	31.12.2009	VAR. %
Fondi Comuni e Sicav	6,6	5,8	12,8
Gestioni Patrimoniali	3,4	3,0	11,0
Assicurazioni / Fondi pensione	6,8	5,9	16,5
Titoli / Conti correnti	6,8	7,5	-9,0
Totale	23,6	22,2	6,2
INDICI DI SOLVIBILITÀ (milioni di Euro)	31.12.2010	31.12.2009	VAR. %
Patrimonio Netto	281,2	268,5	4,7
Patrimonio di vigilanza	225,3	205,7	9,5
Excess capital	89,6	69,5	28,9
Tier 1 Ratio (patrimonio base/attività di rischio ponderate)	10,95%	9,75%	12,3
Totale capital ratio (patrimonio di vigilanza/attività di rischio ponderate)	13,28%	12,08%	9,9
INDICI DI EFFICIENZA DEL PERSONALE (milioni di Euro)	31.12.2010	31.12.2009	VAR. %
numero dipendenti	772	773	-0,1
numero promotori finanziari	1499	1564	-4,2
Margine di intermediazione /numero dipendenti	0,33	0,33	-0,1
Asset under management (AUM) /numero promotori	15,74	14,21	10,8

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, ivi inclusa quella legata ai costi della formazione professionale.

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 di evidenziare il processo di formazione del Valore Aggiunto, nelle sue diverse formulazioni, nonché la distribuzione dello stesso.

I prospetti di determinazione e di distribuzione del Valore Aggiunto di seguito presentati sono stati, quindi, predisposti sulla base dei dati rilevati dal Bilancio Consolidato 2010 e prendendo, come base di riferimento, le linee guida emanate dall'ABI.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il Gruppo Banca Generali ha conseguito nel 2010 ricavi netti per 451,7 milioni di euro in crescita (+34 milioni di Euro) rispetto a quanto rilevato a fine dicembre dell'esercizio precedente, mentre la dinamica dei consumi ha registrato una contrazione di 6,4 milioni rispetto all'esercizio precedente per effetto della contrazione degli interessi passivi.

Il Valore Aggiunto Globale Lordo, determinato dalla differenza tra l'ammontare totale dei ricavi e il totale dei costi per beni e servizi (c.d. Consumi) è risultato pari a 323,6 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 19,87% circa del Valore Aggiunto Globale Lordo prodotto, per un totale di 64,3 milioni di euro, rispetto al 23,85% dell'esercizio precedente.
- I Promotori Finanziari hanno beneficiato del 47,02% circa del Valore Aggiunto Globale Lordo prodotto, per

un totale di 152,1 milioni di euro, rispetto al 42,36% dell'esercizio precedente.

- Il Sistema Stato ha rilevato un afflusso di risorse complessive di 16,6 milioni, pari al 5,12% circa del Valore Aggiunto Globale Lordo (8,39% del 2009).
- Il 7,72% del Valore Aggiunto (6,85% del 2009), pari a 25,0 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 20,23% Valore Aggiunto Globale Lordo rispetto al 18,51% dell'esercizio precedente pur mantenendo un adeguato livello di patrimonializzazione della banca. Circa 4,1 milioni costituiscono l'attribuzione agli azionisti terzi del Gruppo dell'utile di loro pertinenza.

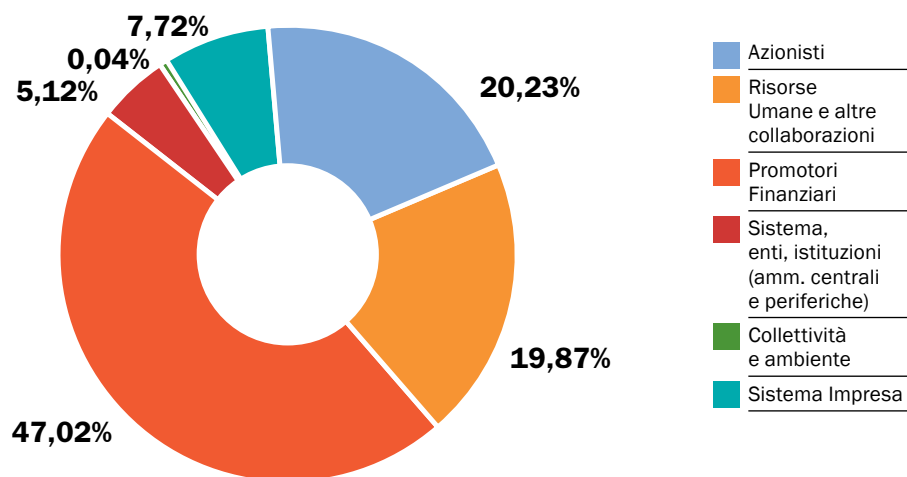
Il Gruppo Bancario non ha ottenuto finanziamenti governativi.

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

	2010	2009
Azionisti	20,23%	18,51%
Risorse Umane e altre collaborazioni	19,87%	23,85%
Promotori finanziari	47,02%	42,36%
Sistema, enti, istituzioni (amm. centrali e amm. periferiche)	5,12%	8,39%
Collettività e ambiente	0,04%	0,04%
Sistema Impresa	7,72%	6,85%
	100,00%	100,00%

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

VOCI DI BILANCIO (in migliaia di Euro)	2010	2009
A. TOTALE RICAVI NETTI	451.721	417.677
B. TOTALE CONSUMI	- 128.164	- 134.565
C. RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA	-	-
D. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	323.557	283.112
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	323.557	281.200
Ripartito tra:		
1. Azionisti	65.471	52.042
Soci privati	61.327	49.695
Utile di esercizio di pertinenza di terzi	4.144	2.347
2. Risorse Umane	216.419	186.160
- costo lavoratori subordinati; spese per contratti a tempo indeterminato e determinato	62.271	64.678
- costo promotori finanziari	152.125	119.104
- costo altre collaborazioni	2.023	2.378
3. Sistema, enti, istituzioni (amministrazioni centrale e amministrazioni periferiche)	16.566	23.590
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	8.056	8.951
Imposte sul reddito dell'esercizio	8.510	14.639
4. Collettività e ambiente	119	113
Elargizioni e liberalità	119	113
5. Sistema Impresa	24.982	19.295
Variazione riserve	20.880	13.516
Ammortamenti	4.102	5.779
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	323.557	281.200



PROSPETTO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE			
VOCI DI BILANCIO (in migliaia di Euro)		2010	2009
10.	Interessi attivi e proventi assimilati	56.406	75.038
40.	Commissioni attive	373.369	318.266
70.	Dividendi e proventi simili	73.990	73.866
80.	Risultato netto dell'attività di negoziazione	- 71.018	- 68.398
90.	Risultato netto dell'attività di copertura	-	-
100.	Utile (perdita) da cessione o riacquisto di:	10.188	15.531
	a) crediti	3.339	- 602
	b) attività finanziarie disponibili per la vendita	6.894	16.132
	c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	- 45	1
	d) passività finanziarie	-	-
110.	Risultato netto delle att.tà e pas.tà finanz.valutate al fair value	-	-
220.	Altri oneri/proventi di gestione	8.786	3.374
240.	Utili (perdite) delle partecipazioni	-	-
A. TOTALE RICAVI NETTI		451.721	417.677
20.	Interessi passivi e oneri assimilati	- 13.157	- 25.769
50.	Commissioni passive (1)	- 23.265	- 14.433
180.b	Altre spese amministrative (2)	- 68.236	- 70.949
130.	Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	- 4.309	- 7.563
	a) crediti	- 1.919	- 3.341
	b) attività finanziarie disponibili per la vendita	- 1.625	- 4.222
	c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	- 765	-
	d) altre operazioni finanziarie	-	-
190.	Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	- 19.197	- 15.851
200.	Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali (esclusi ammortamenti)	-	-
210.	Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali (esclusi ammortamenti)	-	-
260.	Rettifiche di valore dell'avviamento	-	-
B. TOTALE CONSUMI		- 128.164	- 134.565
150.	Premi netti	-	-
160.	Saldo altri proventi/oneri della gestione assicurativa	-	-
C. RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA		-	-
D. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO		323.557	283.112
250.	Risultato netto della valutazione al fair value delle attività materiali e immateriali	-	-
270.	Utili (perdite) da cessione di investimenti	-	-
310.	Utile dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	-	- 1.912
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO		323.557	281.200
	Ammortamenti	- 4.102	- 5.779
F. VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO		319.455	275.421
180.a	Spese per il personale (3)	- 216.419	- 186.160
180.b	Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse (4)	- 8.056	- 8.951
180.b	Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità (4)	- 119	- 113
G. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE		94.861	80.197
290.	Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	- 8.510	- 14.639
330.	Utile di esercizio di pertinenza di terzi	- 4.144	- 2.347
H. RISULTATO D'ESERCIZIO DI PERTINENZA DELLA CAPOGRUPPO		82.207	63.211

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.



Relazione
sociale

Gli stakeholder



Relazioni con gli stakeholder

INTRODUZIONE

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

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

- **stakeholder diretti**, comprendenti i dipendenti, le reti di vendita e gli azionisti che a vario titolo sono inseriti nella struttura stessa del Gruppo;
- **stakeholder competitivi**, ossia i clienti 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 il Gruppo 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.

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



Relazione
sociale

I clienti



I clienti

1. CARATTERISTICHE DELLA CLIENTELA

Dimensione e caratteristiche della clientela

NUMERO CLIENTI E DISTRIBUZIONE PER FASCE PATRIMONIALI		
	N CLIENTI	ASSET UNDER MANAGEMENT (Euro/m)
2009	265.099	22,0
2010	251.621	23,6
var %	- 5%	+7%

I clienti di Banca Generali nel 2010 sono oltre 251.000. La diminuzione in numero assoluto di clienti rispetto all'annualità precedente è dovuta principalmente alla riduzione del numero di clienti residuali, ovvero i clienti con patrimonio limitato investito con il Gruppo Bancario.

Tale tendenza è confermata sia dall'aumento del 7% del patrimonio complessivo in gestione (*asset under management*), a fronte di una riduzione del numero clienti del 5%, che dall'aumento dei clienti con più di un prodotto sottoscritto con il Gruppo Bancario.

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER NUMERO PRODOTTI SOTTOSCRITTI CON IL GRUPPO BANCARIO				
ETÀ	2010	%	2009	%
Monoprodotto	143.550	57%	157.750	60%
2-4 prodotti	103.624	41%	102.805	39%
Almeno 5	4.447	2%	4.544	2%
TOTALE	251.621	100%	265.099	100%

La diminuzione del numero di clienti che hanno sottoscritto un solo prodotto è dovuta sia alla riduzione del numero di clienti residuali sia all'incremento del numero di clienti che hanno sottoscritto più di un prodotto con la Banca. Tale aumento testimonia la soddisfazione e il gradimento della clientela per i prodotti offerti.

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER FASCIA D'ETÀ				
ETÀ	2010	%	2009	%
fino a 35	20.288	8%	23.783	9%
35 - 50	98.111	40%	105.750	40%
50 - 60	52.807	21%	54.321	21%
60 - 70	39.289	16%	40.851	16%
oltre 70	38.039	15%	37.410	14%
TOTALE*	248.534	100%	262.115	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 del Gruppo 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	2010	%	2009	%
Centro	49.424	20%	54.187	20%
Isole	11.694	5%	12.673	5%
Nord Est	41.365	17%	42.515	16%
Nord Ovest	100.292	41%	110.857	42%
Sud	41.504	17%	44.149	17%
TOTALE*	244.279	100%	264.381	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.

Anche nel 2010 quasi l'80% dei clienti del Gruppo Bancario risiede nelle aree del Centro-Nord, ove maggiore è la distribuzione della ricchezza del Paese.

2. RELAZIONI CON LA CLIENTELA

Politiche di prodotto e servizio

La politica di innovazione dei prodotti e servizi del Gruppo Banca Generali è finalizzata 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:** il Gruppo 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:** il Gruppo 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:** il Gruppo 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:** il Gruppo 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:** il Gruppo 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:** il Gruppo 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.

Con riferimento ai principi generali sopra esposti, nel corso del 2010 il Gruppo Banca Generali ha continuato ad innovare l'offerta di prodotti e servizi con particolare attenzione alle seguenti tematiche di maggior rilievo:

ASSENZA DI CONFLITTO DI INTERESSI IN UNA PIATTAFORMA AD ARCHITETTURA APERTA, attraverso:

- Il lancio di 11 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. Alla fine del 2010 i comparti differenziati erano 34 a seconda della strategia di investimento, del profilo di rischio e del grado di diversificazione, sulla base di investimenti in un'unica soluzione o in un piano di accumulo;
- Il lancio di nuovi comparti all'interno di una gamma con oltre 1000 fondi di 23 Società di gestione terze.

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 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 2010 una nuova polizza assicurativa, BG "Valore Plus" ;

- la protezione del futuro della famiglia con la polizza BG 18 anni, che consente di accumulare un capitale destinato alle diverse esigenze dei figli, quali: il sostegno durante gli studi universitari, l'acquisto della prima auto o della prima casa e l'avvio di un'attività professionale. Nel corso del 2010 il prodotto è stato rinnovato, con la riduzione dei costi di sottoscrizione per rendere la polizza accessibile ad un pubblico sempre più ampio.

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, 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 2010 la Banca ha offerto una promozione sui mutui a tasso fisso per l'acquisto della casa relativa alla riduzione degli spread applicati agli interessi passivi a carico dei clienti;
- la proposta di carte prepagate senza spese di conto corrente per i giovani che avevano aderito all'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 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;
- la distribuzione di prodotti finalizzata all'individuazione dei livelli più coerenti di esperienza/conoscenza, situazione finanziaria e obiettivi di investimento del cliente rispetto ai prodotti stessi;
- 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 attraverso una procedura informatica di supporto apposi-

tamente 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 2010, oltre all'attività di sviluppo di nuove funzionalità con la collaborazione di Morningstar Italia, la Banca ha avviato un intenso programma di formazione per tutti i 1.500 Promotori Finanziari, i Private Banker e i Relationship Manager attraverso diversi momenti formativi nelle aule territoriali, focus group, web conference, newsletter aziendali e con interviste ai consulenti che si sono maggiormente distinti nell'utilizzo della piattaforma.

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;
- l'aggiornamento dei contenuti e della grafica dell'estratto conto periodico. Nel documento sono stati inseriti box informativi per evidenziare notizie di particolare importanza ed è stato reso più leggibile lo schema con cui le diverse voci vengono illustrate e riassunte. Il progetto di miglioramento della reportistica continuerà con ulteriori innovazioni anche nel 2011.

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 2010 sono 25 i comparti di sicav terze, che investono nelle aziende eccellenti per corporate governance e rispetto ambientale, o che investono nella "green economy";
- 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@online" 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.

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

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 sito internet (Front End clienti), completamente rinnovato nella struttura e nel layout a ottobre 2009, è stato oggetto di continui sviluppi e miglioramenti anche nel corso del 2010. Sono state implementate diverse nuove funzionalità quali: l'inclusione dei contratti assicurativi nella visualizzazione della propria posizione finanziaria-patrimoniale con la Banca, la possibilità di accedere al proprio profilo di rischio/rendimento, l'integrazione del materiale con le informative e dispositive sulle carte di credito e di debito (ad es.: l'elenco dei movimenti o la ricarica online della carta prepagata).

A testimonianza della grande attenzione per il tema della sicurezza, la "security card" per l'accesso all'area riservata del sito internet è stata estesa e resa obbligatoria per tutta la clientela. Inoltre, grazie alla conclusione di un accordo con un fornitore esterno, i clienti possono usufruire gratuitamente di una verifica dello "stato di salute" dei computer usati abitualmente per l'accesso al sito Banca Generali.

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 2010 ottime prestazioni. I tempi di risposta delle quasi 300.000 chiamate accolte, si sono attestati sui 30 secondi nell'anno, con una percentuale di chiamate perse inferiore al 2 %, delle quali circa l' 1,5 % 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 tutta la rete distributiva del Gruppo Bancario in attività di formazione in modalità e-learning e che si concluderà nel 2011.

Nel corso del 2010 la Banca ha garantito un continuo aggiornamento alla rete di Promotori Finanziari, Private Banker e Relationship Manager sui nuovi "Impegni per la qualità" promossi dal Consorzio Patti Chiari, affinché essi stessi possano esserne portavoce verso i clienti, mediante il programma formativo creato ad hoc in modalità e-learning, in collaborazione con il Consorzio stesso. Il completamento del piano di formazione è previsto per il 2011.

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. Nel 2010 sono stati organizzati circa 400 incontri in tutta Italia per oltre 6.000 partecipanti.

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 2010, espressione delle interviste a 150 Promotori Finanziari e Private Banker di Banca Generali, hanno evidenziato un continuo miglioramento del livello di soddisfazione della rete, con una valutazione media complessiva di 3,34 in un range da 1 a 4, superiore sia alla media del campione di reti analizzato (3,30) che al dato rilevato lo scorso anno con la stessa modalità di indagine (3,20).

A tale monitoraggio annuale, Banca Generali affianca poi un processo di monitoraggio che con periodicità triennale misura il livello di soddisfazione intervistando direttamente i clienti stessi.

L'indagine di customer satisfaction che aveva coinvolto 800 clienti in interviste e focus group nel corso del 2008, e che sarà replicata nel 2011, aveva evidenziato alcune aree di miglioramento con particolare riferimento ai clienti cosiddetti Marginali e Dormienti, ovvero che non hanno in Banca Generali il principale referente per la consulenza in materia di investimenti.

E' proprio a seguito di tale indagine che Banca Generali, consapevole di dover continuare a rimanere vicino ai propri clienti per meglio comprenderne bisogni ed esigenze, oltre sviluppare prodotti ed iniziative promozionali ad hoc, ha costituito un canale distributivo dedicato, attraverso la formazione di un gruppo di dipendenti (Assistenti Personali) che sono ora al servizio di questo segmento di clienti.

Nel corso del 2010 gli Assistenti Personali hanno preso contatto con circa 3.400 clienti aggiornandoli sulla loro situazione patrimoniale e finanziaria con Banca Generali e proponendo soluzioni di investimento o protezione del capitale coerenti con il loro profilo di rischio/rendimento. In particolare, oltre il 10% di tali clienti ha dimostrato di apprezzare il livello di servizio e attenzione di Banca Generali scegliendo espressamente di essere seguiti da un Promotore Finanziario o Private Banker o da un Assistente Personale dedicato.

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 2010 non si sono registrati casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti a comunicazioni di marketing delle società del Gruppo.

3. SICUREZZA E PRIVACY

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

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

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

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

Per quanto riguarda specificamente il sistema di Home Banking, 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, nel 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.

Nell'ambito della prevenzione alle frodi, nel corso del 2010 è stato completato il progetto di sostituzione delle carte di debito a banda magnetica con quelle adeguate alla nuova tecnologia microchip.

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

Istanze privacy

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

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

Nel corso del 2010 per l'intero Gruppo Banca Generali non sono pervenuti **reclami** in materia e **nessuna segnalazione** all'Autorità Garante o richiesta dal Garante.

4. CONTENZIOSO

Al 31 dicembre 2010 Il Gruppo risultava coinvolto in 164 vertenze legali attive o passive generate dall'attività bancaria.

Nel corso del 2010 il Gruppo ha ricevuto solo una sanzione monetaria non significativa (per un importo complessivo di 1.000 Euro) per non conformità a leggi

e regolamenti dovuta al ritardo in una comunicazione informativa ad Isvap (Istituto di Vigilanza sulle Assicurazioni Private e di Interesse Collettivo).

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 Reclami, che aggiorna appositi **registri elettronici** per tenere evidenza della documentazione, verificare e monitorare le diverse fasi della gestione in modo da individuare le anomalie più frequenti. La funzione di Conformità alle norme provvede a informare periodicamente gli organi di amministrazione e controllo circa la situazione complessiva dei reclami ricevuti.

Nel corso dell'anno 2010 sono pervenuti **414 reclami** da parte dei clienti della Banca (rispetto ai 412 dell'esercizio 2009), di cui 247 relativi ai servizi di investimento e accessori e 167 relativi a operazioni e servizi bancari e finanziari.

Il **tempo medio di evasione dei reclami** è stato pari a **46 giorni**, con un miglioramento di 3 giorni rispetto all'anno precedente.

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 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 2010, sono stati presentati all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF) 13 ricorsi, dei quali 4 accolti e 4 respinti, mentre i restanti 5 sono pendenti di fronte all'ABF.

Le controversie sottoposte al giudizio del Collegio riguardavano contestazioni su operazioni bancarie, nella maggior parte riferite a prelievi di somme ad opera di terzi effettuate attraverso frodi informatiche, tipologicamente riconducibili al c.d. "phishing".

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 controver-

sie 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 2010** sono stati presentati **4 ricorsi** all'Ombudsman – Giurì bancario da parte di clienti della Banca, dei quali nessuno è stato accolto. Al riguardo, si evidenzia il decremento del numero dei ricorsi presentati nell'anno rispetto ai 19 ricorsi del 2009.

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

Infine, nell'anno sono state presentate alla Banca 2 istanze di mediazione di cui 1 è stata chiusa con un'intesa transattiva tra la Banca e la cliente. Per quanto riguarda la restante istanza la Banca ha ritenuto di non aderirvi.

Le due istanze riguardavano rispettivamente controversie sulla mancata esecuzione di un ordine e sull'operato di un promotore finanziario.



Relazione
sociale

La rete
distributiva



La rete distributiva

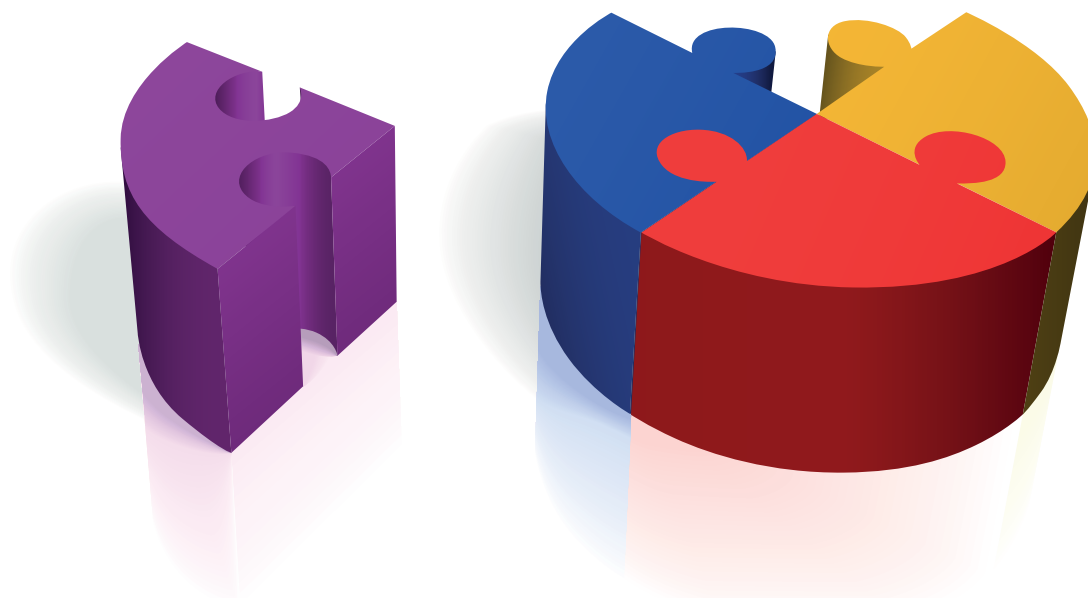
1. CARATTERISTICHE FONDAMENTALI

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

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

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

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



2. DIMENSIONE E COMPOSIZIONE

TIPOLOGIA DI COLLABORATORI		
	2010	2009
Divisione Promotori Finanziari	1.192	1.266
Divisione Private Banking	307	298
Totale Banca Generali	1.499	1.564

Nel 2010 è proseguito il processo di consolidamento qualitativo delle reti di vendita con progressiva riduzione delle professionalità più deboli a vantaggio dell'inserimento di alcuni professionisti di qualità provenienti dal mercato. Il saldo netto è negativo di 74 unità a fronte comunque di un significativo aumento del patrimonio in gestione e dei ratio quanti qualitativi corrispondenti, come più sotto indicato.

Come detto, la rete distributiva del Gruppo Generali si compone di due principali categorie di collaboratori:

- i Promotori Finanziari, più votati a relazionarsi con clientela affluente;
- i Private Banker (legati alla società sia da contratti di lavoro autonomo - 244 - sia dipendente - 63 -) inseriti nella divisione private Banking, specializzati nella relazione con clientela private.

Patrimoni gestiti

Nel 2010, a fronte di una moderata e qualitativa riduzione degli organici, si è registrato un importante incremento sia delle masse gestite per operatore sia della dimensione media del cliente, in entrambi i casi superiore

al 10%. Anche nel 2010, nonostante l'esaurirsi degli effetti indotti dal cosiddetto "Scudo Fiscale" avviato a fine 2009, la raccolta per Promotore ha ancora evidenziato valori record.

PATRIMONI E CLIENTI		
	2010	2009
Media clienti per promotore finanziario / private banker	168	170
Media patrimonio per promotore (euro/000)	15.700	14.200
Media Raccolta Netta per promotore	847.000	1.327.000

La continua crescita dimensionale del patrimonio medio dei clienti e del patrimonio medio assistito dai Promotori Finanziari registratasi anche nel 2010 è sintomo evidente anche della crescita qualitativa delle reti, 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 struttura delle due divisioni è comune e condivisa, l'organizzazione può essere suddivisa in 4 tipologie di ruoli professionali:

RUOLI PROFESSIONALI	2010	2009
Manager 1° livello	21	22
Manager 2° livello	53	51
Executive Manager	66	73
Promotori Finanziari/Private Banker	1.359	1.418
Totale Gruppo Banca Generali	1.499	1.564

Il numero dei manager nel complesso subisce una lieve riduzione, in analogia alla riduzione del numero dei Promotori Finanziari più sopra commentata.

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.

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.

4. RIPARTIZIONE GEOGRAFICA, PER SESSO E PER ANZIANITÀ

La rete ha una distribuzione capillare sul territorio nazionale, con una maggior concentrazione, pari al 60% dell'organico, nelle regioni del Nord rispetto al Centro-Sud, in coerenza con la distribuzione della ricchezza nazionale. La relativamente modesta presenza femminile, pari al 14% del totale, si spiega con il fatto che in questa professione le donne, per altro ancora in numero minoritario, hanno iniziato ad aumentare solo in anni recenti. I dati corrispondono a quelli del 2009 senza scostamenti

di rilievo. Inoltre sono in linea con quanto caratterizza a livello nazionale la professione del Promotore Finanziario, con variazioni rispetto alla media contenute in circa 2 punti percentuali.

Un rapporto medio di collaborazione superiore a 11 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	84	44	128	8,5%	18,8%	50,2	47,4	49,7	10,0	10,3	10,0
Valle d'Aosta	3	3	6	0,4%	16,7%	51,4	44,5	50,2	7,8	5,1	7,3
Lombardia	192	89	281	18,7%	15,3%	49,1	46,2	48,6	11,0	9,9	10,8
Trentino A. Adige	11		11	0,7%	0,0%	53,4		53,4	14,6		14,6
Veneto	121	24	145	9,7%	5,5%	49,1	47,3	49,0	11,4	11,2	11,4
Friuli Venezia Giulia	56	6	62	4,1%	9,7%	48,2	53,7	48,7	11,0	7,6	10,6
Liguria	45	47	92	6,1%	17,4%	52,3	51,5	52,2	11,1	10,8	11,0
Emilia Romagna	155	28	183	12,2%	19,1%	51,6	47,7	50,8	13,1	10,9	12,7
Toscana	74	21	95	6,3%	9,5%	50,3	48,5	50,1	11,1	10,1	11,0
Umbria	22		22	1,5%	9,1%	49,1	43,8	48,6	16,5	11,7	16,1
Marche	47		47	3,1%	12,8%	46,2	44,2	45,9	13,7	14,7	13,8
Lazio	84	25	109	7,3%	24,8%	49,1	46,1	48,3	12,1	14,1	12,6
Abruzzo	25		25	1,7%	8,0%	50,9	48,7	50,7	12,3	10,4	12,2
Molise	0	0	0	0,0%							
Campania	122	10	132	8,8%	6,8%	46,9	44,9	46,8	12,4	13,5	12,5
Puglia	71	4	75	5,0%	14,7%	48,1	44,9	47,6	11,9	10,4	11,7
Basilicata	0	0	0	0,0%							
Calabria	25	5	30	2,0%	20,0%	44,5	49,5	45,5	9,6	10,1	9,7
Sicilia	43		43	2,9%	7,0%	46,9	46,1	46,9	12,0	14,0	12,2
Sardegna	12	1	13	0,9%	30,8%	46,5	47,2	46,7	12,2	11,2	11,9
Non residenti	0	0	0	0,0%							
	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 dal Gruppo Banca Generali (es. Prime, Altinia Sim, ecc)

5. MULTICANALITÀ DEL SERVIZIO

La situazione logistica della Banca prevede 43 sportelli per garantire alla clientela l'accesso diretto ad alcuni servizi bancari. Presso le succursali bancarie sono presenti anche i Relationship Manager dipendenti, che insieme ai Private Banker seguono la clientela private. Agli sportelli bancari si aggiungono i 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. Nell'anno si è registrata una riduzione degli uffici di 5 unità conseguente

al processo di razionalizzazione permanente delle reti e all'incorporazione di Banca BSI Italia in Banca Generali avvenuto all'inizio dell'anno.

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

31.12.2010	SUCCURSALI		SUCCURSALI TOTALE	UFFICI		UFFICI TOTALE	TOTALE COMPLESSIVO
	PF	PB		PF	PB		
Abruzzo	1		1	1		1	2
Calabria	1		1	3	1	4	5
Campania	3	1	4	10	2	12	16
Emilia	4	1	5	15	3	18	23
Friuli	2		2	3	1	4	6
Lazio	2	1	3	3	1	4	7
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	7	13	17
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	104	28	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

28

Uffici Private
Banking

43

Filiali
Bancarie

111

Uffici dei
Promotori
Finanziari

3.700

Sportelli *

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

6. POLITICA DELLE VENDITE

Il Gruppo attribuisce importanza fondamentale alla soddisfazione della clientela, che persegue con elevati standard di qualità 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 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.

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 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 di Gruppo, 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 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, l'indagine 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 più ancora nel 2011- verrà 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 imparziale 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 2010, 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 attraverso la struttura organizzativa interna o in collaborazione con primarie società di formazione-consulenza sul mercato, riguardano 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.

Nel corso del 2010 è stato avviato un importante progetto di formazione focalizzata sul servizio di consulenza finanziaria ai clienti, che entro la prima metà del 2011 avrà 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.

Area Formazione Manageriale-Comportamentale

Questo tipo di formazione ha coinvolto nel 2010 sia le strutture manageriali che i Promotori Finanziari e Private Banker.

Le linee manageriali sono state interessate in particolare da un corso sviluppato ad hoc per la gestione dei collaboratori, definendo strumenti, linee guida e metodi condivisi per lo sviluppo del team (gestione organizzativa del tempo, gestione della relazione e fidelizzazione dei collaboratori attraverso attività mirate di coaching).

Oltre 500 Promotori Finanziari e Private Banker selezionati sono stati invece coinvolti in un percorso formativo con l'obiettivo di sviluppare e diffondere metodi efficaci per la conoscenza lo sviluppo della relazione con i clienti esistenti e prospect (clienti di nuova acquisizione).

Per entrambi i corsi sopra indicati è stata forte la componente "training on the job", attraverso la condizione di best practice ed esperienze di esercitazione diretta.

Area Formazione Elettiva

Anche nel 2010 Banca Generali ha rinnovato l'impegno di investire in termini di ore di formazione dedicate alla cosiddetta Formazione Elettiva, ovvero in "corsi di eccellenza" destinati ai Promotori Finanziari e Private Banker che più si sono distinti per meriti professionali.

Il corso più importante in termini di coinvolgimento è stato quello relativo al progetto "Sede - Rete", avviato nel 2009 e proseguito per tutto il 2010 che ha consentito ai partecipanti di svolgere due giornate di affiancamento rispettivamente presso le Sedi di Milano e di Trieste, e di accogliere presso punti operativi scelti alcuni dipendenti, in un'ottica di una maggiore integrazione e conoscenza reciproca tra la Sede e la Rete.

Sono proseguite inoltre le attività di formazione gratuita legate a €FPA, la prima organizzazione non governativa (a livello europeo) che prevede standard professionali, etici, di formazione e di esame accettati dal settore per i professionisti dei servizi finanziari in tutta Europa, cui Banca Generali ha aderito fin dal suo avvio in Italia nel 2004.

A fine 2010 erano 246 i Promotori Finanziari e Private Banker di Banca Generali certificati EFA (*European Financial Advisor*), cui sono stati messi a disposizione corsi di formazione per un totale di 64 ore a cui si aggiungono ulteriori 36 ore di formazione mediante convegni, tavole rotonde, ecc., ai fini del mantenimento annuale della qualifica (che ne richiede un minimo di 20 in totale nell'anno).

Rispetto all'anno precedente, nel 2010 è stata privilegiata la formazione su larga scala che, coerentemente allo sviluppo dell'offerta commerciale e dei servizi di Banca Generali, con particolare riferimento alla consulenza finanziaria, ha registrato investimenti in termini di tempo e risorse significativamente più elevati.

LA FORMAZIONE IN AULA									
	N° PARTECIPANTI			ORE UOMO TOTALI			GIORNATE UOMO TOTALI		
	2010	2009	VAR %	2010	2009	VAR %	2010	2009	VAR %
Tecnico Commerciale	1.723	1.600	8%	41.706	23.974	74%	5.213	2.996	74%
Manageriale Comportamentale	780	51	1429%	9.772	612	1497%	1.222	77	1497%
Elettiva	82	254	-68%	1.312	3.612	-64%	164	451	-64%
Totale	2.585	1.905	36%	52.790	28.198	87%	6.559	3.524	87%

Area Formazione Obbligatoria Abilitante

Nel corso del 2010 è stata sostituita la piattaforma e-learning utilizzata negli anni precedenti in collaborazione con l'Università Telematica Unitelma, con l'avvio della piattaforma e-learning Simulware Sep2 del Gruppo Generali per l'erogazione della formazione obbligatoria "on line" alla rete di Banca Generali.

In particolare, i Promotori Finanziari e Private Banker hanno potuto aggiornarsi in modalità di auto-formazione on line sulla normativa ISVAP, sulla Trasparenza Bancaria e Privacy per un totale di 34.971 ore complessive.

Inoltre, in un contesto dove è sempre più diffuso l'uso del web come mezzo di informazione e comunicazione, Banca Generali ha voluto investire, per la tutela dei dati della propria rete e della clientela, su un corso e-learning progettato e costruito ad hoc con semplici nozioni di sicurezza informatica che definisce linee guida e comportamenti corretti da adottare.

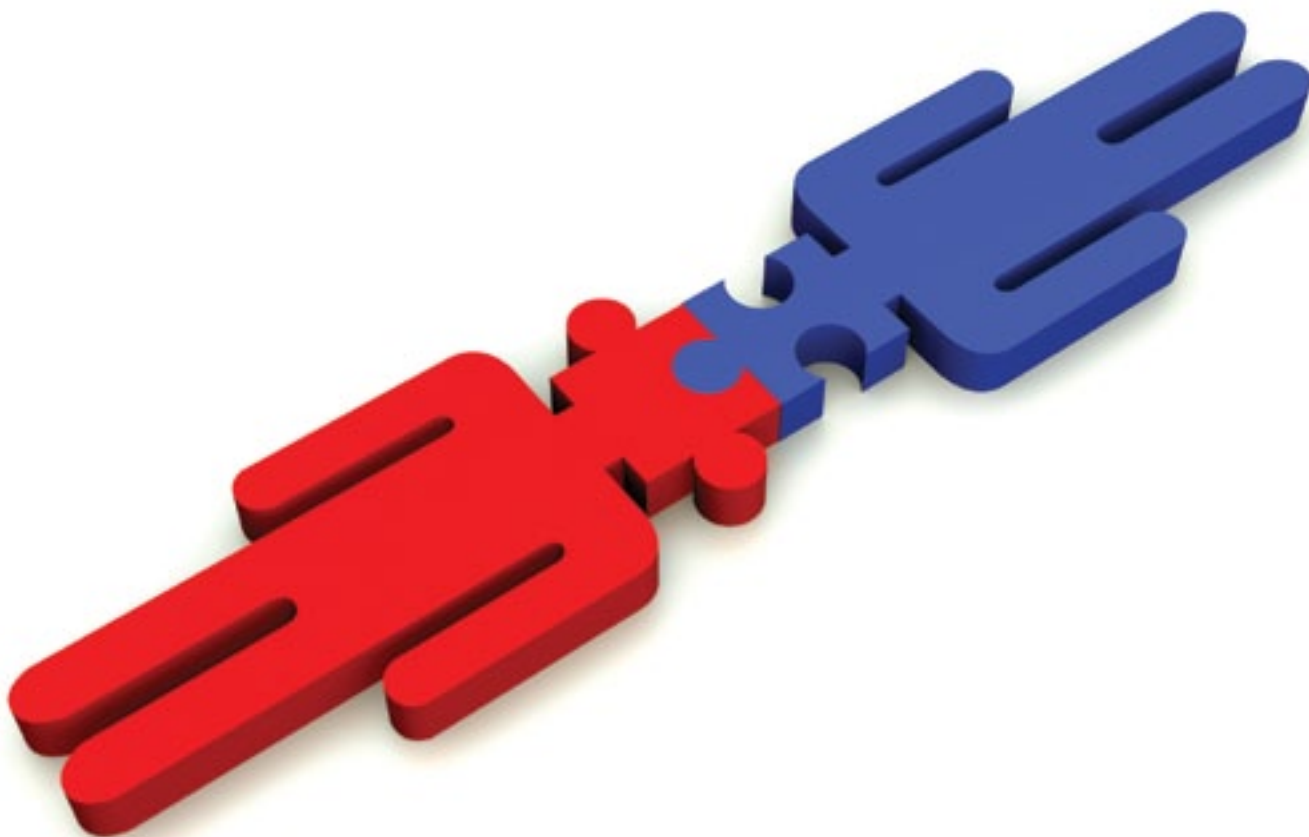
LA FORMAZIONE ONLINE

	N° PARTECIPANTI			ORE UOMO TOTALI			GIORNATE UOMO TOTALI		
	2010	2009	VAR %	2010	2009	VAR %	2010	2009	VAR %
Abilitante Obbligatoria	1.463	1.537	-5%	35.165	39.754	-12%	4.396	4.969	-12%

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 2010 erano in essere **74 posizioni controverse** che hanno generato altrettante vertenze, considerando sia quelle attive (25) sia quelle passive (49).

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 delle reti dei Promotori Finanziari 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.

Le reti 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 circolari 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.

Coinvolgimento dei collaboratori

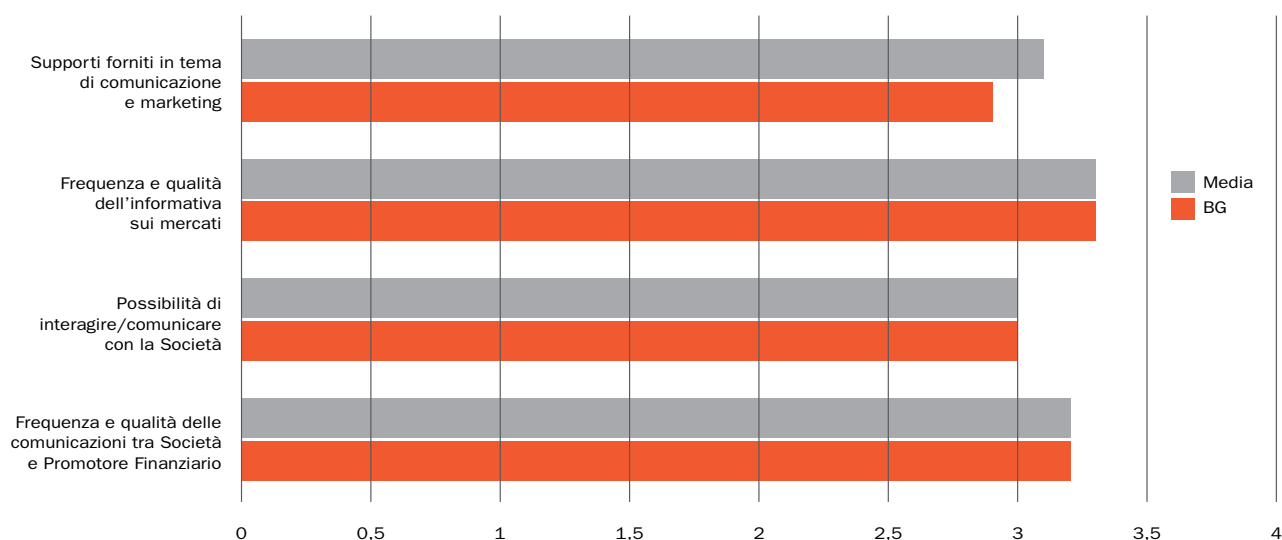
Ogni anno una società di ricerca indipendente (GfK Eurisko) conduce un'indagine su un panel di società che rappresentano la componente più significativa del mercato dei servizi e della promozione finanziaria.

Nell'ambito di Banca Generali Eurisko seleziona 100 Promotori Finanziari in modo tale da costituire un cam-

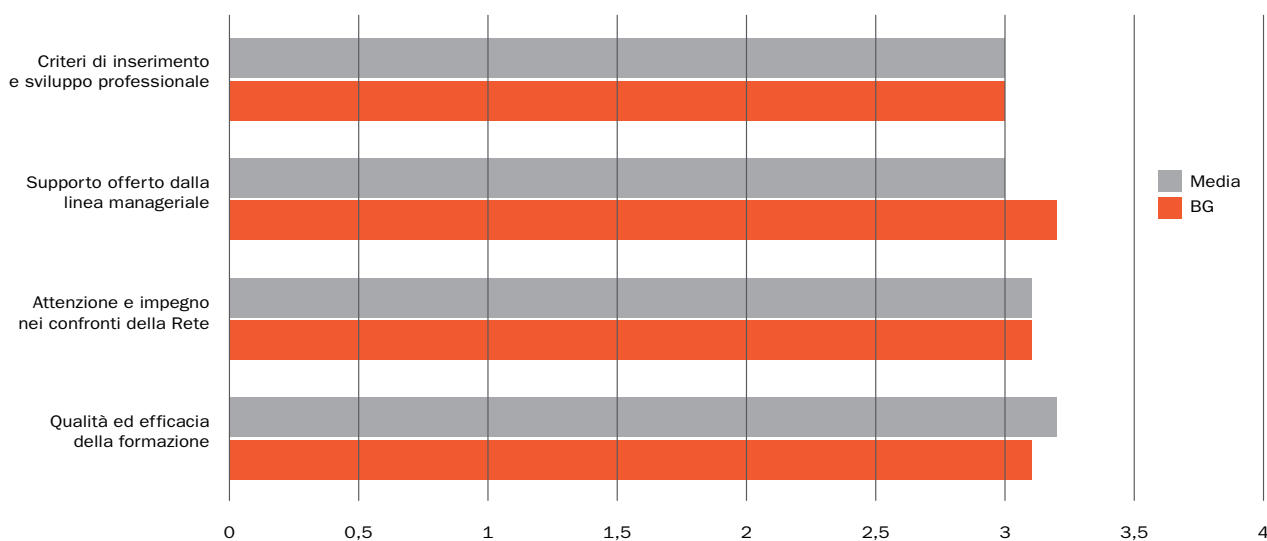
pione significativo, a cui sottopone un ampio questionario. Da tale indagine è possibile desumere il livello complessivo di soddisfazione delle reti di vendita di Banca Generali, misurato in confronto al mercato di riferimento.

Risultati dell'indagine condotta:

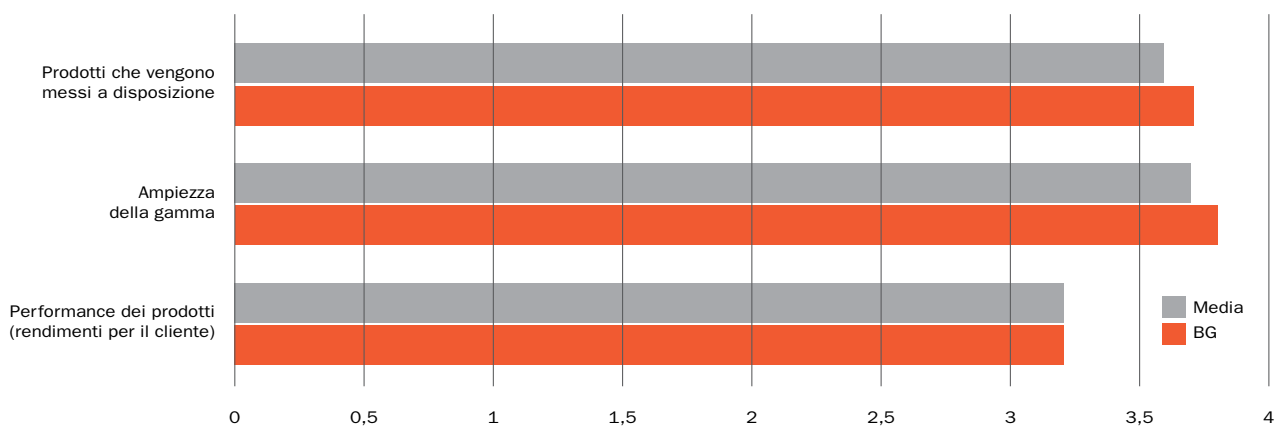
Comunicazione



Sviluppo professionale



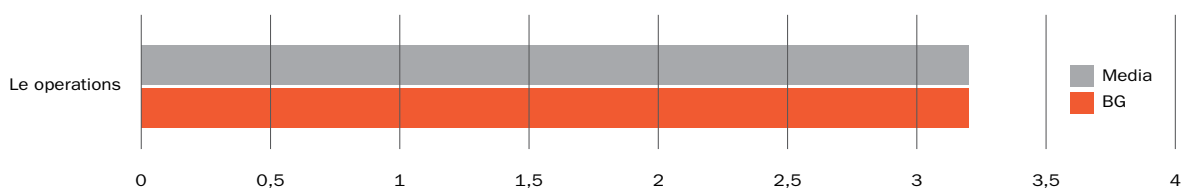
Prodotti



In generale si osserva che, a fronte di una soddisfazione complessiva molto alta (3,3 su una scala crescente da 1 a 4, in miglioramento rispetto al 2009 - 3,2), Banca Generali è assolutamente nella media delle migliori

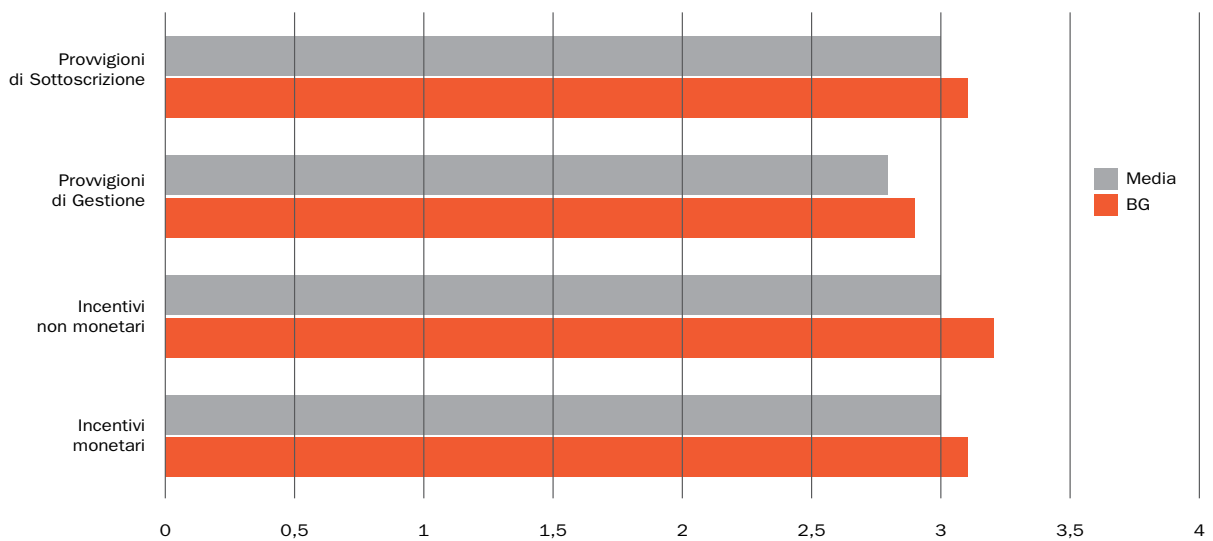
società rappresentate, con alcune significative punte di eccellenza, in particolare per quanto riguarda il supporto manageriale offerto e ampiezza e qualità della gamma prodotti.

Supporto operativo



I supporti operativi, oggetto nel 2009 di una valutazione positiva, ma inferiore alla media del mercato a causa della complessità del pacchetto d'offerta e della piattaforma informatica, in seguito allo sviluppo di solu-

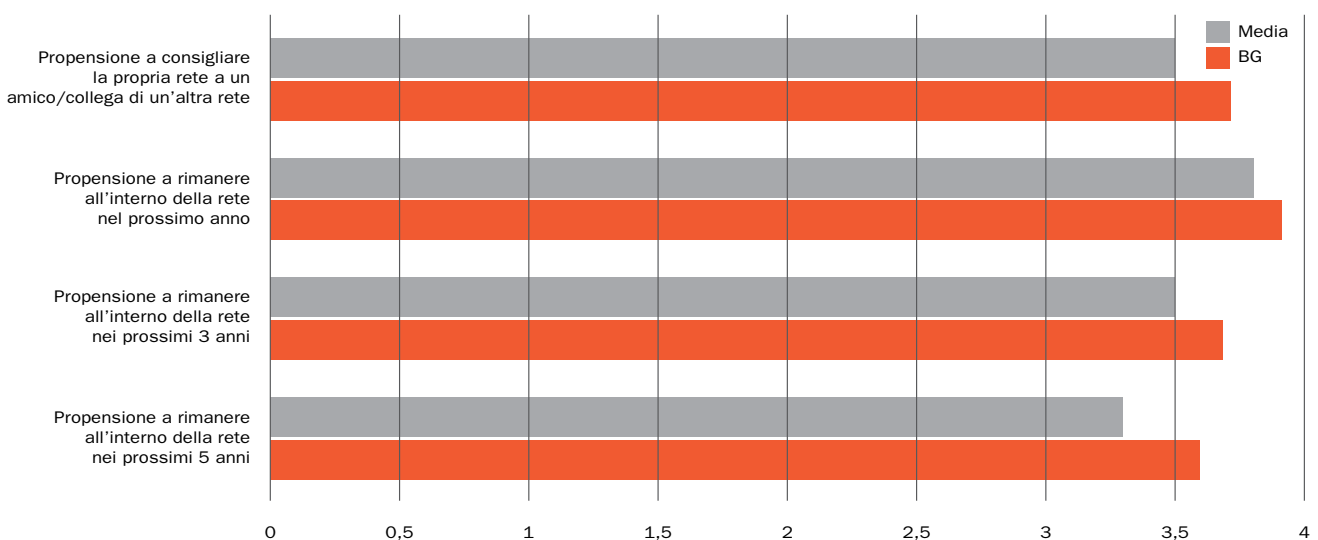
zioni specifiche per migliorare i processi e per agevolare le attività delle reti di Banca Generali nell'utilizzo della piattaforma operativa, hanno portato ad un pieno recupero del gap evidenziato.



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 anche un indice di fedeltà della rete al Gruppo Banca Generali molto alto; inoltre, nonostante la "mobilità" registrata nel mercato, la propensione a mantenere il rapporto con il Gruppo Bancario

nel medio e lungo termine è superiore alla media. Questi indici possono essere considerati i veri indici sintetici della soddisfazione delle reti nei confronti del rapporto lavorativo instauratosi con la Banca.





Relazione
sociale

Risorse umane



Risorse umane

1. DIMENSIONI E CARATTERISTICHE DELL'ORGANICO

ORGANICO		
	2010	2009
BANCA GENERALI	693	582
BG SGR	38	32
BG FIDUCIARIA	8	8
BANCA BSI ITALIA	0	123
GENERFID	2	3
GFM	31	25
	772	773

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

Si segnala, tuttavia, che con decorrenza 01/01/2010 il personale di Banca BSI Italia SpA, 123 risorse, è confluito in parte in BG SGR (8 persone, a seguito di cessione del ramo di azienda delle gestioni patrimoniali) e per

la parte restante in Banca Generali a seguito di fusione.

Sulla base degli andamenti osservati si può affermare che, anche in un quadro economico che richiede interventi strutturali per mantenere la competitività dell'impresa, nel 2010 il Gruppo Banca Generali ha saputo mantenere stabili i livelli occupazionali.

	2010	2009	VAR.
Abruzzo	2	2	0%
Calabria	1	1	0%
Campania	15	15	0%
Emilia Romagna	11	10	10%
Friuli Venezia Giulia	310	317	-2%
Lazio	23	22	5%
Liguria	8	7	14%
Lombardia	326	329	-1%
Piemonte	16	18	-11%
Puglia	3	3	0%
Sicilia	2	2	0%
Toscana	5	5	0%
Umbria	1	1	0%
Veneto	18	16	13%
Italia	741	748	-1%
Lussemburgo	31	25	24%

Analizzando la distribuzione geografica dell'organico si evidenzia un aumento del 24% in Lussemburgo ed una esigua flessione, pari all'1% in Italia.

ORGANICO PER LIVELLO												
	Dirigenti		Quadri		Impiegati			Totale		di cui personale di vendita		
	2010	2009	2010	2009	2010	di cui TD	2009	di cui TD	2010	2009	2010	2009
	50	53	185	185	537	62	535	65	772	773	64	69
Incidenza %	6,5	6,9	24	23,9	69,6	8	69,2	8,4	100	100	8,3	8,9

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

Nel dettaglio, infatti, si registra una riduzione dei dirigenti (-0,4%), contro un lieve aumento dei quadri direttivi (+0,1%) ed un incremento degli impiegati (+0,4%).

Nell'esercizio in esame il numero delle risorse a tempo determinato ha registrato una riduzione pari allo 0,4%.

DONNE PER LIVELLO												
	Dirigenti		Quadri		Impiegati			Totale		di cui personale di vendita		
	2010	2009	2010	2009	2010	di cui TD	2009	di cui TD	2010	2009	2010	2009
	8	8	65	61	328	30	335	31	401	404	16	17
Incidenza %	2	1,9	16,2	15,1	81,8	7,5	82,6	7,7	100	100	4,0	4,2

Le donne rappresentano in media il 51,9% dell'organico complessivo del Gruppo, una percentuale sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente (52,3%).

Il 18,2% delle donne riveste ruoli di responsabilità, in aumento rispetto l'anno precedente (17%).

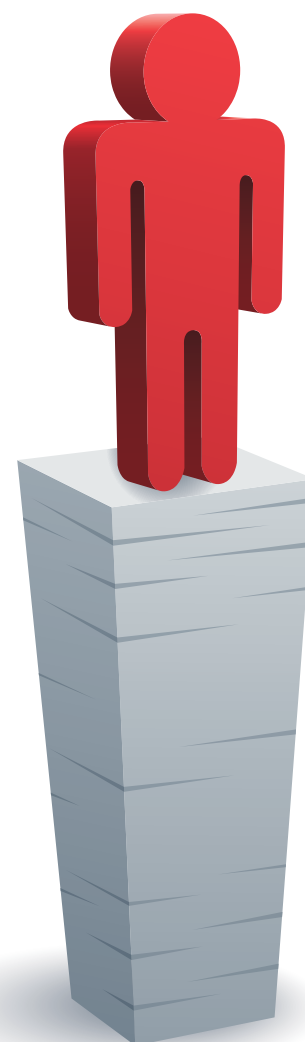
La presenza femminile interessa tutti i livelli, anche se la parte preponderante delle donne (81,8%) continua a essere inquadrata nel livello impiegatizio.

Nei call center la presenza femminile rimane preponderante (63,8%), anche se in diminuzione rispetto al 66,7% del 2009.

ORGANICO PER TIPO DI CONTRATTO										
	Full-time TI		Full-time TD		Part-time TI		Part-time TD		Totale	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
	646	658	55	65	64	49	7	1	772	773
Incidenza %	83,7	85,1	7,1	8,4	8,3	6,3	0,9	0,1	100,0	100,0

- Il 92% dell'organico del Gruppo è assunto a tempo indeterminato (91,4% nel 2009).
- I dipendenti part-time sono 71, pari al 9,2% del totale (6,4% nel 2009). A scegliere il part-time sono prevalentemente donne, maggiormente coinvolte nella gestione e nella cura della famiglia: nel 2010 le donne rappresentano il 91,5% dei lavoratori part-time.
- Le società del Gruppo fanno ricorso, per periodi limitati, anche a lavoratori interinali o a progetto (7 al 31/12/2010, pari all'1% dell'organico), per far fronte a picchi di lavoro e assenze temporanee di personale (maternità, malattia ecc.) o progetti specifici. Le donne rappresentano il 42,9% dei lavoratori a progetto e interinali.
- Nel 2010 il numero degli addetti ai call centre raggiunge 80 unità, pari al 10,36% dell'organico totale e al 14,9% 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 (46,5% nel 2010).



ORGANICO PER FASCIA D'ETÀ										
	Fino a 34		35-44		45-54		Oltre 54		Totale	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
	261	316	329	295	146	134	36	28	772	773
Incidenza %	33,8	40,9	42,6	38,2	18,9	17,3	4,7	3,6	100,0	100,0

La fascia più numerosa è quella dei lavoratori aventi una fascia di età fra 35 e 44 anni (42,6%).

Complessivamente, oltre il 76% 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 (4,7%).

ORGANICO FEMMINILE PER FASCIA D'ETÀ										
	Fino a 34		35-44		45-54		Oltre 54		Totale	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
	147	185	188	161	58	51	8	7	401	404
Incidenza %	36,7	45,8	46,9	39,9	14,5	12,6	2,0	1,7	100,0	100,0

La distribuzione di età delle donne ricalca quella dell'organico complessivo, con pesi ancora più accentuati nelle classi più giovani. La fascia più numerosa, nella quale si colloca circa la metà della popolazione femminile (46,9%), è quella delle donne aventi un'età compresa fra 35 e 44 anni.

Complessivamente, l'83,6% delle donne ha meno di 45 anni. Le donne con un'età superiore ai 54 anni rappresentano soltanto il 2% della popolazione femminile.

TURNOVER					
	Personale al 31/12/2010	variazione	2010 cessazioni	assunzioni	Personale al 31/12/2009
	772	-1	213	212	773
di cui donne	401	-3	94	91	404

Il turnover risulta piuttosto elevato, perché nei dati esposti vengono incluse, oltre alle assunzioni e alle cessazioni dei contratti a termine (comprese le sostituzioni per maternità), anche i trasferimenti da e verso le altre società del Gruppo Generali e risente anche della fusione di Banca BSI Italia SpA, avvenuta con decorrenza 01.01.2010 che ha coinvolto 123 risorse.

In media, nel turnover del Gruppo Banca Generali il coinvolgimento delle donne è inferiore di quello degli uomini: nel 2010, il 42,9% delle assunzioni e il 44,1% delle cessazioni hanno infatti riguardato il personale femminile.

Nel 2010 il tasso di turnover complessivo, calcolato come (assunzioni + cessazioni)/organico medio, è pari a 1,06.

Il tasso di turnover, al netto dei movimenti relativi alla fusione di Banca BSI Italia, è pari a 0,44.

Il tasso di turnover negativo, calcolato come numero totale di cessazioni nel 2010/(organico complessivo a inizio anno x 100), è pari al 27,6%.

Il tasso di turnover negativo, al netto dei movimenti relativi alla fusione di Banca BSI Italia, è pari all'11,7%.

Il turnover riferibile al Lussemburgo ha riguardato nel 2010: il 4,2% delle assunzioni e l'1,4% delle cessazioni.

Numero di cessazioni per fascia d'età e sesso

fino a 34 anni	da 35 a 54 anni	oltre 54 anni	totale
71	119	23	213

- 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 24,9% 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 75,1% sul totale.
- Il 65,3% delle cessazioni ha riguardato passaggi ad altre società del Gruppo (incluso l'operazione di fusione di Banca BSI Italia SpA), il 21,6% è dovuto alla già citata scadenza dei contratti a termine, ed il restante 13,1% è dovuto a dimissioni, che includono anche le cessazioni per pensionamento di anzianità (2,3%).
- L'incidenza delle uscite si è concentrata maggiormente sul personale avente un'età compresa fra i 35 ed i 54 anni, in quanto in questa fascia comprende la maggior parte dei 123 dipendenti di Banca BSI Italia SpA.

Al netto della movimentazione relativa alla fusione di

Banca BSI che ha coinvolto 123 risorse, aventi prevalentemente un'età compresa fra i 35 ed i 54 anni, la suddivisione delle cessazioni per fascia di età è la seguente:

fino a 34 anni	da 35 a 54 anni	oltre 54 anni	totale
53	31	6	90

- 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 56,7% 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 43,3% sul totale.
- L'incidenza delle uscite decresce all'aumentare dell'età: si passa dal 57,8% 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 14,9% degli over 54 anni.
- Circa un terzo delle uscite è dovuta a dimissioni, che includono anche 5 cessazioni per pensionamento.

ORGANICO PER ANZIANITÀ DI SERVIZIO								
	< 10 anni		> 10 anni		totale		anzianità media di servizio	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Totale	699	699	73	74	772	773	6	5
Incidenza %	90,5	90,4	9,5	9,6	100,0	100,0		

Il 90,5% 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 da società oggetto di operazioni di fusione.

2. POLITICHE PER I DIPENDENTI

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

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

I diritti fondamentali dei lavoratori sono sanciti nel **Codice Etico del Gruppo Generali**. Il Codice Etico è reso disponibile a tutti i dipendenti nella Home Page della Intranet del Gruppo Banca Generali oppure nella pagina dedicata sul Portale HR. Entro il 2011 tutto il personale riceverà formazione sui contenuti del nuovo Codice Etico, approvato nel corso del 2010.

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 del Gruppo Banca Generali. Per questo motivo la Società, in collaborazione con le strutture di holding del Gruppo, è impegnata a selezionare e mantenere personale particolarmente qualificato.

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

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

Ove ci sia la necessità di ricorrere a un profilo esterno, vengono innanzitutto esaminate le candidature dei tirocinanti in stage nel Gruppo 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, il Gruppo Banca Generali:

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

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

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

Nessun lavoratore del Gruppo 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 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).

Il Gruppo Bancario Banca Generali adotta – in linea con quanto è in vigore nel Gruppo Generali – un siste-

ma 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 "Politiche di Remunerazione" pubblicato a seguito dell'Assemblea degli Azionisti dell'aprile 2011.

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

Il contratto integrativo del Gruppo 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).

Per il personale con qualifica dirigenziale è stato recentemente 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 2010, inoltre, il Gruppo Banca Generali ha messo a disposizione dei propri dipendenti due posti per la partecipazione all'Executive Master in Corporate Finance & Banking presso la SDA Bocconi. La partecipazione al Master è stata assegnata a seguito di un articolato processo di selezione che ha preso avvio dalla pubblicazione di un bando pubblico.

Attività di socializzazione e ricreazione

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

Anche quest'anno la tradizionale Festa del Bambino organizzata dal Gruppo Generali, alla quale il Gruppo

Banca Generali ha attivamente partecipato, ha offerto ai genitori coinvolti l'opportunità di devolvere in beneficenza, in tutto o in parte, le somme destinate dall'Azienda ai regali per i loro figli. La generosità di tutti i dipendenti del Gruppo ha consentito di devolvere 40.000 euro a 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.

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.

Tutti i quadri direttivi e i dirigenti sono coinvolti in un processo di sviluppo delle competenze di Gruppo che, nella fase iniziale, utilizza metodologie strutturate per la rilevazione delle competenze. La fase di rilevazione costituisce il momento iniziale di un processo più ampio che conduce all'identificazione di piani di sviluppo personalizzati sulla base delle esigenze emerse tra il profilo di ruolo atteso e quello posseduto.

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

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.

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 2010 il numero delle donne dirigenti e quadri direttivi rappresentano il 31,1% del totale delle due categorie, con un aumento di 2,1 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Gli organici del Gruppo 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 del Gruppo 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 2010 i disabili in forza nel Gruppo Bancario erano 41.

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.

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 settimanale (che a breve saranno mensili, così 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 del Gruppo Banca Generali, avvenuto a giugno 2010.

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

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

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 e Trieste e nel corso del 2011 sarà inaugurato anche quello presso la sede di Roma.

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.

Il tasso di assenteismo (calcolato come numero di giornate di assenza, totali o per le diverse cause individuate, sul numero di giornate lavorative nell'anno) nel 2010 è stato pari al 22,71%, così ripartito:

- 11,20% per ferie (10,84% nel 2009);
- 0,37% (0,27% nel 2009) per assenze retribuite (tra queste sono comprese anche: 0,12% - 0,20% nel 2009 - per congedo matrimoniale e 0,02% - pari al 2009 - per permessi studio);
- 0,24% (0,39% nel 2009) per assenze non retribuite (tra queste sono comprese le causali di aspettativa non retribuita);
- 7,50% (4,70% nel 2009) per maternità (tra queste sono comprese, oltre alle causali di maternità e di congedo parentale, anche le assenze retribuite per aspettativa malattia figlio);
- 3,41% per malattia e/o infortunio (3,32% nel 2009).

4. SALUTE E SICUREZZA NELL'AMBIENTE DI LAVORO

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

Strutture e compiti

La funzione Prevenzione Rischi di Gruppo di Assicurazioni Generali ha la responsabilità e la competenza per individuare e valutare tutti i rischi presenti nelle Sedi del Gruppo Generali sulla base della conoscenza dell'organizzazione aziendale. Tale funzione, perciò, ha il compito di proporre le adeguate misure preventive e protettive per il miglioramento della sicurezza e della salute dei lavoratori, così come prescritto dal D. Lgs n. 81/2008, meglio noto come Testo Unico per la sicurezza sul lavoro. In tale veste, la funzione Prevenzione Rischi di Gruppo è preposta a garantire il rispetto del principio espressamente indicato nel Codice Etico.

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 2010 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 e la quasi totalità di quelle periferiche sono state oggetto di sopralluogo periodico e 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 2010 il 100% dei dipendenti ha ricevuto il volume "Antirapina" ed ha frequentato il corso formativo 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) e misure organizzative, quali apposite disposizioni per la gestione delle giacenze, delle casseforti, delle chiavi, degli impianti e degli apparati di sicurezza.

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

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

Nel corso del 2010 sono occorse 3 rapine a danno di succursali bancarie.

Programmi

Nel 2010, il 12,78% 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 196 visite mediche (tra preventive e periodiche) a dipendenti e collaboratori del Gruppo Bancario. I risultati derivanti da tali visite evidenziano in netta prevalenza giudizi di idoneità senza alcuna prescrizione e/o limitazione. Le sessioni formative in modalità e-learning sul tema tutela della sicurezza e salute durante il lavoro - tenuto conto che nel 2009 avevano coinvolto il 96% del personale dipendente - sono state erogate a 6 persone. Tra queste 6 sono ricompresi tutti i nuovi assunti dal mercato esterno.

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 2010 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.

La formazione in aula si è articolata in corsi per gli addetti al primo soccorso (144 ore), addetti all’antincendio (92 ore) preposti alla sicurezza (96 ore), addetto al servizio sicurezza e protezione (ASSP) (40 ore) e per i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (32 ore). Inoltre nel corso del 2010 il 70% dei dirigenti è stato interessato da un corso di formazione specifico sui temi della sicurezza.

Nel 2010 si sono verificati in tutto 3 infortuni (2 in itinere e 1 sul luogo di lavoro), nessuno dei quali ha causato morte, invalidità gravi o permanenti o malattie professionali ai lavoratori coinvolti.

Nel 2010 il tasso di assenteismo per infortunio, calcolato come rapporto tra giorni di assenza per tale causale e numero totale di giornate lavorative nell’anno, è in media pari allo 0,034% (0,04% nel 2009) mentre quello relativo ai soli infortuni sul posto di lavoro (esclusi, quindi, gli incidenti in itinere) scende allo 0,029% (0,02% nel 2009).

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 2010 il tasso di sindacalizzazione (dipendenti iscritti a sigle sindacali) era pari al 40,8%. Al 96,8% dei dipendenti si applica la legislazione sociale e nazionale e le previsioni del CCNL Credito ovvero Dirigenti Credito. L'unica eccezione riguarda i dipendenti di Generali Fund Management.

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

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

Accanto a tali occasioni di informativa, 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 significativa riorganizzazione aziendale con tensioni occupazionali, si è concordato con le organizzazioni sindacali di ridurre i conseguenti impatti mediante incentivazioni consensuali all'esodo per i dipendenti prossimi alla pensione, blocco del turnover, mobilità interna tra mansioni professionalmente equivalenti e ricollocazione presso altre aziende del Gruppo Generali.

Come più volte anticipato, nel corso del 2010 è stato rinnovato il contratto integrativo per i dipendenti del Gruppo 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.

Nel Gruppo 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 legge.

6. LA FORMAZIONE 2010 IN CIFRE

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 **9 posizioni** di dipendenti di Banca Generali S.p.A. risultanti a contenzioso nel 2010, la maggioranza delle quali è peraltro riferita a rapporti di lavoro già chiusi, 5 riguardano posizioni dirigenziali, mentre 4 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, 8 su 9 posizioni sono state attivate ad iniziativa del dipendente e la Società, dovendo resistere ai ricorsi giudiziali, ha sempre valutato l'opportunità di una soluzione conciliativa delle controversie a fronte, tuttavia, di una coerente e fondata difesa delle ragioni aziendali.

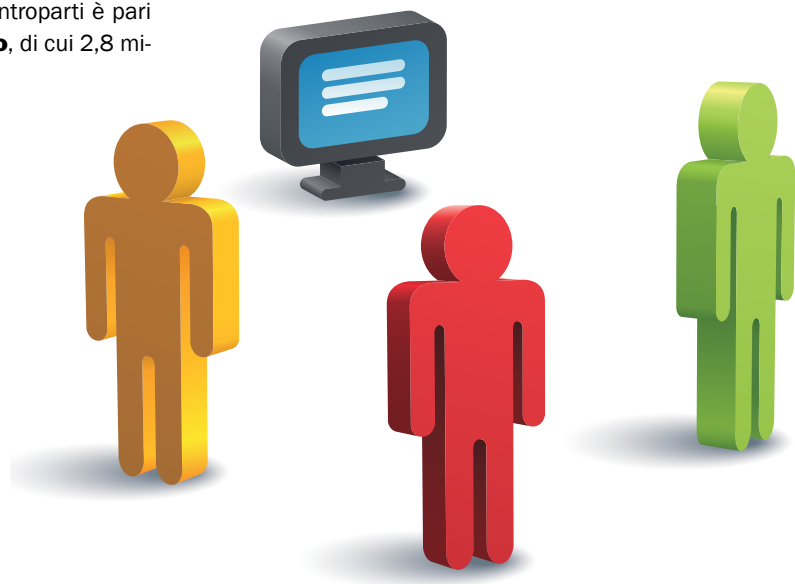
L'entità dell'importo richiesto dalle controparti è pari complessivamente a **3,6 milioni di euro**, di cui 2,8 milioni riconducibile a 2 sole posizioni.

L'attività svolta a livello di Gruppo Banca Generali nel campo della formazione nel 2010 si può riassumere come segue:

- l'investimento in formazione è stato pari a oltre 350.000 Euro;
- le ore di formazione complessivamente erogate al personale dipendente sono state oltre 13.200;
- è stato coinvolto in attività di formazione oltre l'85% del personale dipendente e della forza vendita non dipendente.

NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE PER LIVELLO DI LAVORATORI

	2010	2009
DIRIGENTI	11,01	9,91
QUADRI DIRETTIVI	19,79	11,76
IMPIEGATI	19,26	11,92
FORZA VENDITA DIPENDENTE	26,25	6,00
FORZA VENDITA NON DIPENDENTE	62,34	43,14



	2010	2009
SPESA MEDIA ANNUA PER COLLABORATORE	776.69*	128,29
ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER COLLABORATORE	19.10	9,90
INVESTIMENTI IN FORMAZIONE/RETRIBUZIONI	0.90%	0,35%
COSTO MEDIO ORARIO DELLA FORMAZIONE (EURO)	15.95	14,00

* A causa dell'adozione di nuovi criteri di calcolo il dato 2010 risulta sensibilmente più alto rispetto a quello dell'anno precedente. A criteri omogenei il valore 2009 sarebbe stato pari a 356,49

Il Gruppo 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: rafforzamento della governance, miglioramento operativo attraverso le sinergie di Gruppo, attenzione alla qualità del servizio al cliente.

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

I principali programmi sviluppati o proseguiti nel 2010 sono stati: **Affiancamenti Sede-Rete; E-mail, le nostre 7 regole; formazione normativa, 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.

E-mail, le nostre 7 regole – progetto che ha come obiettivo la comunicazione efficace attraverso l'utilizzo della posta elettronica. Nel 2010 tutti i responsabili di risorse hanno partecipato ad una giornata di formazione e sensibilizzazione, propedeutica alla discussione del tema con le proprie risorse. Tutti i colleghi sono stati invitati a partecipare ad un corso di formazione on line sull'utilizzo adeguato della email a seguito del quale si sono confrontati con i propri responsabili per mettere in atto comportamenti virtuosi nella comunicazione all'interno della banca.

Formazione normativa – la peculiarità del settore nel quale il Gruppo Bancario opera ha richiesto una attenzione particolare ai programmi formativi sulla regolamentazione del mondo bancario e finanziario. Nello specifico è stato completato il programma formativo sul tema della valutazione delle operazioni sospette e di verifica della clientela nel valutare il rischio relativo ad attività di riciclaggio sulla scorta del Decreto Legislativo 231/07. Nel ciclo 2010 sono stati particolarmente coinvolti i Relationship Manager della Divisione Private.

Formazione professionale per i Relationship Manager - nell'ambito del più ampio programma formativo della rete distributiva effettuato nel corso del 2010 e analizzato nel capitolo precedente.

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

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

Per supportare adeguatamente il costante aggiornamento professionale dei propri collaboratori, anche quando le condizioni logistiche lo renderebbero difficoltoso, il Gruppo Banca Generali si appoggia alla piattaforma di formazione a distanza di GGIA, che garantisce l'erogazione di un cospicuo numero di corsi in modalità e-learning.

7. COINVOLGIMENTO DEI COLLABORATORI

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

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

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

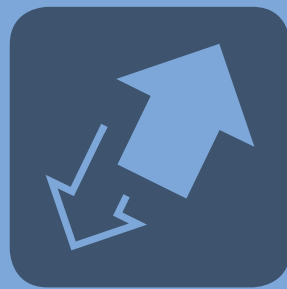
Indagini e altre forme di dialogo

Il Gruppo Banca Generali dedica attenzione ai propri collaboratori, partecipando attivamente alle iniziative di rilevazione del clima aziendale promosse periodicamente dal Gruppo Generali con l'obiettivo di misurare l'efficacia delle iniziative di cambiamento realizzate ed individuare nuove aree di miglioramento. Nel 2011 tutti i collaboratori saranno coinvolti nella terza edizione dell'indagine di clima "Ascoltiamoci", dai cui risultati verranno elaborate le nuove linee guida per favorire il consolidamento delle pratiche volte al benessere organizzativo.

Anche per quanto riguarda i principali programmi formativi sviluppati dal Gruppo 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'azione di Banca Generali nei confronti dei propri azionisti, privati ed istituzionali, è ispirata a tre linee guida fondamentali: innanzitutto l'impegno a **creare valore per gli azionisti indipendentemente dal contesto di mercato**. Negli ultimi anni i mercati finanziari sono risultati spesso molto volatili, ma questo non ha impedito a Banca Generali di crescere in modo costante in termini di masse in gestione, risultati economici e ritorno per gli azionisti. Questi risultati premiano un modello di business che punta alla professionalità delle persone, alla costante innovazione di prodotto e, non da ultima, alla sostenibilità delle voci di ricavo.

Il secondo importante impegno riguarda la remunerazione degli azionisti. Forte di una posizione di grande solidità patrimoniale, Banca Generali ha sempre **distribuito dividendi importanti, pari in media a circa l'80% degli utili generati**, conquistandosi una presenza stabile ai vertici delle classifiche delle azioni ad alto rendimento del mercato italiano.

Il terzo impegno è quello di garantire una **comunicazione trasparente e tempestiva** nei confronti dei propri azionisti e degli operatori finanziari in generale, in merito alla dinamica dei propri risultati economico-finanziari e alle linee di sviluppo adottate. Allo scopo, in linea con la best practice di settore, la società ha istituito un servizio di Investor Relations che rappresenta una finestra di dialogo costantemente aperta con la comunità finanziaria e gli azionisti. (www.bancagenerali.com).

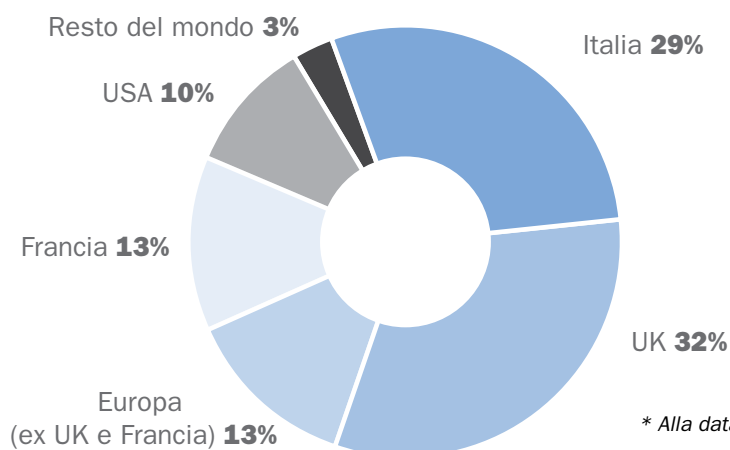
2. L'AZIONARIATO

Al 31 dicembre 2010 il capitale sociale di Banca Generali risultava costituito da 111.362.750 azioni ordinarie, con un valore nominale di un euro. Nel corso dell'esercizio sono state emesse 49.574 azioni di nuova emissione a seguito dell'esercizio delle opzioni relative ai piani di stock option riservati ai Promotori Finanziari.

CAPITALE SOCIALE DELIBERATO AL 31.12.2010					
	2010	2009	2008	2007	2006
Numero azioni emesse	111.362.750	111.313.176	111.313.176	111.313.176	111.313.176
N. azioni in circolazione a fine anno*	111.292.679	110.853.509	110.538.030	110.317.267	110.183.646
Azioni proprie	70.071	459.667	775.146	995.909	1.129.530

*al netto delle azioni proprie

Ripartizione geografica degli investitori istituzionali (*)



* Alla data del pagamento del dividendo (maggio 2011)

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

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

A fine 2010 il titolo Banca Generali risultava appartenere ai seguenti indici di Borsa Italiana: il FTSE Italia All-Share, il FTSE Italia Mid Cap. A fine 2010 l'indice di riferimento per Banca Generali risultava il FTSE Italia Mid Cap. Si segnala che Banca Generali è ufficialmente uscita dal segmento STAR in data 12 luglio 2010 per il venir meno delle restrizioni sugli orari di negoziazione alla base della presenza nel detto segmento.

Il prezzo ufficiale delle azioni Banca Generali al 31 dicembre 2010 si è attestato a 9,065 euro, con un apprezzamento del 6,65% rispetto ai valori di inizio anno che ha consolidato il trend positivo dell'esercizio precedente, quando l'azione si apprezzò del 209%. Nel corso del 2010, il valore massimo raggiunto dal titolo è stato pari a 9,645 euro (10 novembre 2010) mentre il valore minimo è stato pari a 6,805 euro (8 febbraio 2010).

ANDAMENTO DELL'AZIONE						
Prezzo ufficiale (euro)	2010	2009	2010/09	2008	2007	2010/07
massimo	9,650	8,738	10,4%	6,779	11,870	-18,7%
minimo	6,800	2,070	228,5%	2,799	6,871	-1,0%
medio	8,359	7,400	13,0%	4,657	10,420	-19,8%
fine periodo	9,060	8,456	7,1%	2,804	6,871	31,9%
Capitalizzazione (€m)	1.009	941	7,2%	312	765	31,9%

A fine 2010 la capitalizzazione complessiva di Banca Generali risultava pari a 1.009 milioni di euro (+7,2% rispetto al 31 dicembre 2009).

La performance del titolo Banca Generali si è positivamente distinta rispetto all'andamento dell'indice della Borsa italiana FTSE MIB (-13,2%), dell'indice di appartenenza specifico FTSE Mid-Cap (-2,9%). Particolarmente ampio il divario di performance di Banca Generali rispetto all'indice bancario italiano (FTSE Italia Banks -31,1%) ed europeo (indice Bloomberg Bebanks a -11,6%).

PRINCIPALI INDICI DI BORSA					
	2010	2009	2008	2007	2006
FTSE MIB	-13,2%	19,5%	-49,5%	-7,0%	16,1%
FTSE Italia Mid Cap	-2,9%	23,6%	-48,6%	-14,2%	32,0%
FTSE Italia Banks	-31,1%	27,1%	nd	nd	nd
DJ EuroStoxx 600	8,6%	28,0%	-45,6%	-0,2%	17,8%
DJ EuroStoxx 600 Banks	-11,6%	46,9%	-64,4%	-16,9%	18,7%

Sulla base degli utili 2010, è stata approvata la distribuzione di un dividendo pari a 55 centesimi per azione (45 centesimi nel 2009) per un monte dividendi complessivo di 61 milioni di euro (49,9 milioni di euro nel 2009). Il rendimento implicito dell'azione (dividend yield) è stato pari al 5,2%, sulla base del prezzo alla vigilia dell'annuncio della proposta di dividendo (9 marzo 2011).

SINTESI DATI FINANZIARI E PATRIMONIALI					
	2010	2009	2008	2007	2006
Patrimonio netto (€m)	281,2	268,5	188,9	208,0	205,2
Patrimonio netto per azione (€)	2,53	2,41	1,70	1,87	1,84
Price/Book Value (*)	3,59	3,51	1,65	3,68	5,21
Utile d'esercizio (€m)	82,2	63,2	7,9	15,3	14,0
Utile per azione	0,741	0,571	0,072	0,139	0,135
P/E (calcolato su ultimo prezzo)	12,3	14,8	39,0	49,4	71,2
P/E (calcolato su prezzo medio)	11,3	13,0	64,7	75,0	69,5
Dividendi erogati (€m)	61,3	49,9	6,6	19,9	11,0
Pay-out Ratio ⁽¹⁾	75%	80%	84%	130%	80%
Dividendo unitario per azione (€)	0,55	0,45	0,06	0,18	0,10
Dividend Yield ⁽²⁾	5,2%	5,9%	2,6%	3,6%	0,9%
Dividend Yield ⁽³⁾	6,6%	6,1%	1,3%	1,7%	1,1%

fonte: dati societari, Bloomberg

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

(1) dividendi erogati/utile d'esercizio

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

(3) dividendo unitario/prezzo medio

Se si valuta la performance del titolo includendo anche il rendimento corrisposto in termini di dividendo, il rendimento complessivo delle azioni Banca Generali nel 2010 (il cosiddetto Total Return Rate - TRR) è stato pari al 12,8% e risulta ampiamente sopravanzare quello dei titoli finanziari italiani, con un'unica eccezione relativa ad un titolo oggetto di offerta pubblica d'acquisto.

4. L'ATTIVITÀ DI INVESTOR RELATIONS

L'attività di Investor Relations, in stretto contatto con il vertice aziendale, è dedicata a mantenere costantemente aperto e dinamico il dialogo con la comunità finanziaria e in particolare con azionisti, investitori istituzionali e analisti finanziari, con l'obiettivo di fornire loro una corretta informazione in merito a strategie aziendali, andamento gestionale e risultati finanziari della Banca.

Allo scopo, la Banca partecipa regolarmente a roadshow e conference di settore organizzate nelle principali piazze finanziarie internazionali, oltre ad ospitare regolarmente presso la propria sede incontri con investitori istituzionali e analisti finanziari. Complessivamente nel corso del 2010 sono stati organizzati 140 incontri con investitori istituzionali e analisti BUY-SIDE, facenti capo a 83 primarie case d'investimento nazionali e internazionali.

Questa attività si affianca all'ormai tradizionale organizzazione di conference call del management con la comunità finanziaria in concomitanza alla pubblicazione dei risultati finanziari.



PIANO DI MARKETING DELL'INVESTOR RELATIONS			
	2010	2009	2008
Presentazioni	5	9	12
Presentazioni istituzionali (Analyst Meetings)	4	4	4
Presentazioni a conference settoriali (Broker Sector Conference)	1	5	8
Road Shows	9	10	
di cui: Italia	5	4	
di cui: Estero	4	6	
Incontri con analisti e investitori istituzionali	109	113	84
Numero società incontrate	83	85	62
Numero investitori incontrati	140	139	89
Copertura Brokers			
Numero analisti buy-side che coprono il titolo BG	10	10	10
Numero report e note giornaliere pubblicate	85	108	85

A fine 2010, si contavano 10 coperture ufficiali del titolo Banca Generali da parte di primarie case di brokeraggio italiane ed estere (Mediobanca, Goldman Sachs, HSBC, Intermonte, Equita, Unicredit, Deutsche Bank, CAI-Chevreux, Banca Leonardo, Banca Akros).

A partire dal 2011, il servizio Investor Relations di Banca Generali si propone di avviare un canale di comunicazione anche con gli investitori retail. Allo scopo verrà lanciata una Newsletter con cadenza semestrale destinata agli investitori retail. La newsletter si propone di fornire un sintetico aggiornamento all'azionista retail in merito ai risultati finanziari e alle principali iniziative commerciali della Banca. Verranno inoltre segnalati i principali progetti ed eventi sostenuti della Banca in sostegno della Comunità e di Associazioni di Volontariato.



Relazione
sociale

Fornitori



Fornitori

1. POLITICHE E PRATICHE D'ACQUISTO

Il Gruppo Banca Generali nel corso del 2010 ha intrattenuto rapporti con 1.517 fornitori per un fatturato di oltre 76 milioni di euro. Rispetto al 2009 si evidenzia la diminuzione del 13% del numero di fornitori attivi, riduzione confermata anche dalla voce spesa complessiva sostenuta che, sempre rispetto al 2009, ha registrato un contenimento di circa il 14%.

NUMERO FORNITORI		SPESA PER FORNITORI (*)	
2010	2009	2010	2009
1.517	1.751	76.412	88.444

(*) spesa in migliaia di euro

Il Gruppo 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.

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

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

La spesa 2010 per fornitori nazionali è stata pari a 73,2 milioni di euro (95,77% del totale), mentre la spesa per fornitori esteri si è limitata a 3,2 milioni di euro (4,23% 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 promuovendo la crescita economica.



RIPARTIZIONE DEI FORNITORI PER AREA GEOGRAFICA

REGIONE	2010	2009
Abruzzo	11	10
Basilicata	1	1
Calabria	9	13
Campania	58	50
Emilia Romagna	122	107
Friuli Venezia Giulia	112	124
Lazio	102	165
Liguria	64	62
Lombardia	518	640
Marche	29	17
Molise	0	2
Piemonte	104	129
Puglia	25	34
Sardegna	7	13
Sicilia	25	34
Toscana	78	96
Trentino Alto Adige	9	12
Umbria	8	11
Valle d'Aosta	6	12
Veneto	88	128
Totale Italia	1.376	1.660
Totale estero	141	91
Totale	1.517	1.751

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.

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.



Relazione
sociale

Comunità



Comunità

1. RAPPORTI CON LA COMUNITÀ

Migliorare le condizioni delle comunità con cui interagisce ed investire sulla loro crescita, sono diventati valori fondamentali per Banca Generali che continua a rafforzare nel tempo la propria presenza sul territorio.

Eventi, sponsorizzazioni, donazioni, campagne e collaborazioni con enti ed associazioni diventano veicolo di comunicazione dell'Azienda che riconosce tra le sue priorità la necessità di valorizzare le risorse locali e territoriali.

Lo sviluppo di politiche mirate al sostegno della comunità è diventato fattore chiave del business di Banca Generali, che il Trade Marketing, ufficio preposto alla cura di questo aspetto, coordina relazionandosi con tutte le divisioni e funzioni aziendali, al fine di rendere omogenei i processi di intervento nei confronti della comunità.

Le attività della Banca si orientano verso quattro grandi aree di intervento:

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 particolare importanza la pluriennale collaborazione della Banca con l'AIMS (Associazione Italiana Sclerosi Multipla) che ogni anno vede l'organizzazione di numerosi eventi, tra cui quest'anno, particolarmente degno di nota è stato il concerto dell'Orchestra da Camera Italiana diretta da Salvatore Accardo.

Di rilievo anche l'iniziativa "Banca Generali Un Campione per Amico" in cui i quattro grandi campioni sportivi Adriano Panatta, Andrea Lucchetta, Jury Chechi e Ciccio Graziani hanno affiancato oltre 10000 bambini dai 6 ai 13 anni in attività sportive organizzate in dieci delle principali piazze italiane. Obiettivo della manifestazione è stato quello di promuovere tra i più piccoli valori quali: impegno, correttezza e dedizione ma soprattutto l'importanza del risparmio e il valore del denaro.

La Banca si è fatta promotrice dei valori dello sport anche attraverso la sponsorizzazione dell'atleta olimpica Federica Brignone, promessa dello sci italiano. Di notevole interesse, inoltre, la partnership con Ducati che, tra le varie iniziative, nel 2010 si è concretizzata nella sponsorizzazione del motoraduno World Ducati Week, tenutosi dal 10 al 14 giugno presso il Misano World Circuit, che ha chiamato a raccolta da tutti i continenti migliaia di appassionati della Ducati.

Agli eventi che hanno goduto del supporto stanziato da Banca Generali se ne aggiungono alcuni in cui sia i dipendenti che la rete si sono fatti portavoce dei valori di solidarietà della Banca, dedicando parte della loro giornata lavorativa alla raccolta fondi in favore di Onlus. In tale ottica, iniziativa dall'indiscusso valore è stata la vendita natalizia dei torroncini Borrillo in favore di AISM, il cui ricavato è stato interamente devoluto all'associazione.





Relazione
sociale

Ambiente



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.

Il Gruppo 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.

Il Gruppo Banca Generali, è impegnato in un progetto finalizzato all'introduzione di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) che rispetta i requisiti della norma ISO 14001 e le linee guida indicate dal Gruppo Generali.

Nell'ambito del SGA è stata definita la Politica Ambientale di Gruppo, 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 550 dipendenti per una copertura pari al 72% in termini di organico del Gruppo Banca Generali.

Allo scopo di attuare e mantenere attivi gli obiettivi contenuti nella Politica Ambientale di Gruppo, anche il Gruppo Banca Generali si è allineato agli obiettivi e target di Gruppo per il miglioramento ambientale. I valori iniziali del Gruppo 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.

Obiettivi e target di Gruppo per il miglioramento ambientale

	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 mobilità aziendale	Riduzione delle emissioni di CO ₂ da mobilità aziendale del 10% entro il 2012	Emissioni annue di CO ₂ da mobilità aziendale

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

2. TUTELA DELL'AMBIENTE

Impatti ambientali diretti

Nel corso del 2010, il Gruppo Banca Generali, ha provveduto ad uniformare le modalità di raccolta dei dati relativi ai consumi di energia, carta ed acqua e di informazioni sulle modalità di raccolta e smaltimento dei rifiuti, nel rispetto delle linee guida indicate dal Sistema di Gestione Ambientale di Gruppo.

Di conseguenza il perimetro di rendicontazione non è più omogeneo rispetto al 2009 e quindi i dati 2009 differiscono da quelli pubblicati nel precedente Bilancio di Sostenibilità perché sono stati ricalcolati per renderli omogenei a quelli del 2010.

Energia

Nel 2010 le sedi del Gruppo Banca Generali incluse nel SGA hanno consumato complessivamente 13,51 Tera Joule (TJ) di energia.

Il 57% dei consumi è rappresentato dal consumo diretto di energia da gas naturale, utilizzato per riscaldare gli ambienti di lavoro mentre il restante 43% 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 0,025 Tera Joule (TJ).

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

	CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA (KWH)	CONSUMO PRO CAPITE (KWH)	CONSUMO DI GAS NATURALE (m ³)	CONSUMO PRO CAPITE (m ³)
	2010	2010	2010	2010
Sedi Milano Bassi e Trieste C.so Cavour	1.611.922	2.931	197.511	359

Non sono stati pubblicati i dati di confronto con l'esercizio 2009 in quanto sia i criteri di rilevazione che il perimetro di rendicontazione sono stati rivoluzionati dal Gruppo Banca Generali per recepire il Sistema di Gestione Ambientale del Gruppo Generali, di conseguenza non è possibile indicare se ci sono stati risparmi netti di energia.

Per quanto riguarda il consumo di energia termica, nel 2010 presso le sedi monitorate nel Sistema di Gestione Ambientale, sono stati consumati 197.511 metri cubi di gas naturale. 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).

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

Gestione degli edifici e delle strutture aziendali

Il Gruppo 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 Gestione Immobiliare 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.

CARTA – CONSUMO DI CARTA				
		2010	2009	VAR.
Consumo di carta bianca	quintali	232	270	-14,1%
di cui carta bianca ecologica	quintali	232	270	-14,1%
Consumo di carta stampata	quintali	131	98	33,3%
di cui carta stampata ecologica	quintali	131	98	33,3%
Totale carta	quintali	363	368	-1,4%

Nel 2010 sono stati consumati complessivamente 363 quintali di carta (-1,4%) rispetto al 2009. I consumi totali comprendono 232 quintali di carta bianca e 131 quintali di carta stampata, cioè di carta acquistata dai fornitori per la stampa di documenti contrattuali, materiali pubblicitari, bilanci, ecc.

La carta bianca e stampata utilizzata dal Gruppo Banca Generali è solo di tipo ecologico e certificata FSC – Forest Stewardship Council.

Nel 2010, le società del Gruppo Banca Generali hanno acquistato 3 quintali di toner.

Il Gruppo Banca Generali inoltre utilizza lo stesso catalogo con prodotti “green” messo a disposizione dagli Acquisti di Gruppo Generali, che comprende anche cancelleria e toner 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;
- 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.

ACQUA – CONSUMO DI ACQUA		
	CONSUMO (m³)	CONSUMO PRO CAPITE (m³)
	2010	2010
Sedi Milano Bassi e Trieste C.so Cavour	11.928	22

Non sono stati pubblicati i dati di confronto con l'esercizio 2009 in quanto sia i criteri di rilevazione che il perimetro di rendicontazione sono stati rivoluzionati dal Gruppo Banca Generali per recepire il Sistema di Gestione Ambientale del Gruppo Generali.

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. Il Gruppo Banca Generali non prevede il riciclo o il riutilizzo dell'acqua.

RIFIUTI – QUINTALI DI RIFIUTI RACCOLTI CON MODALITÀ DIFFERENZIATA		
Totale rifiuti raccolti con modalità differenziata	quintali	468
di cui carta-cartone	quintali	421
di cui plastica/lattine	quintali	25
di cui rifiuti IT (computer, ecc.)	quintali	4
di cui cartucce toner esauste destinate allo smaltimento finale	quintali	11
di cui cartucce toner esauste destinate al riciclo	quintali	6
Totale rifiuti differenziati	quintali	468
Totale rifiuti 2010	quintali	473

Non sono stati pubblicati i dati di confronto con l'esercizio 2009 in quanto sia i criteri di rilevazione che il perimetro di rendicontazione sono stati rivoluzionati dal Gruppo Banca Generali per recepire il Sistema di Gestione Ambientale del Gruppo Generali.

Nel 2010 il Gruppo Banca Generali ha prodotto complessivamente 473 quintali di rifiuti, di cui 468 (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 (90% 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.

Le 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.

MOBILITÀ				
KM PERCORSI IN MACCHINA DAI DIPENDENTI IN MISSIONE				
	TOTALE 2010	DI CUI FLOTTA	TOTALE 2009	DI CUI FLOTTA
Gruppo Banca Generali	864.131	556.178	907.640	546.287

Grazie alle varie iniziative di gestione della mobilità, nell'anno si è registrata una flessione del 5% nei chilometri percorsi in automobile dai dipendenti in missione.

KM PERCORSI IN AEREO DAI DIPENDENTI IN MISSIONE		
	TOTALE 2010	TOTALE 2009
Gruppo Banca Generali	840.287	744.682

KM PERCORSI IN TRENO DAI DIPENDENTI IN MISSIONE		
	TOTALE 2010	TOTALE 2009
Gruppo Banca Generali	1.038.486	n.d.

Nel corso dell'anno sono stati perfezionati i processi di raccolta delle rendicontazioni dei viaggi in aereo e in treno reperendo i dati direttamente dalle agenzie di viaggio che effettuano le prenotazioni per i dipendenti.

Il dato sui km percorsi in aereo registra un incremento del 13% rispetto al 2009.

Si evidenzia come nel corso del 2010 il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato dai dipendenti in missione, risulti essere il treno (treno 40% dei km, contro il 32% dell'aereo e il 28% 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 2010 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 del Gruppo Banca Generali.

In particolare nel 2010 il numero di collegamenti in videoconferenza è stato complessivamente pari a 680 in crescita del 10% rispetto al 2009.

Per incoraggiare una mobilità sostenibile nel tragitto casa-posto di lavoro nel 2010 presso la sede di Milano sono state installate rastrelliere per il parcheggio delle biciclette ed è stata attivata una 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 2010 le emissioni complessive di GHG sono state pari a 1.367,3 tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO₂e) ottenute trasformando con opportuni coefficienti le quantità di protossido di azoto (N₂O) e di metano (CH₄). Le suddette emissioni derivano per il 47% dal consumo di energia elettrica, per il 27% da energia termica e per il 26% dalla mobilità aziendale.

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 489 tonnellate di CO₂e. È stata stimata un'emissione totale pari a 373,2 tonnellate di CO₂e a fronte di un consumo energetico derivante da 197.511 m³ di gas naturale. Le emissioni direttamente prodotte dalla flotta aziendale sono state stimate pari a 115,8 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 642,3 tonnellate di CO₂ e derivano essenzialmente dall'acquisto di energia elettrica per 1.611.922 di kWh.

Scope 3 – Le emissioni indirette diverse da consumo energetico, connesse alle trasferte di lavoro dei dipendenti, sono state complessivamente stimate pari a 236,0 tonnellate di CO₂e, di cui 64,1 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in autovettura, 113,1 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in aereo e 58,7 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in treno.

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 ad 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 del Gruppo 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.

Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente

Nel 2010 il Gruppo 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 2010 non risultano multe o sanzioni non monetarie irrogate alle società del Gruppo Banca Generali per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.

Biodiversità

Le sedi delle società del Gruppo 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, il Gruppo Banca Generali aderisce alle iniziative che il Gruppo Generali mette in campo su tale tema.

Impatti ambientali indiretti

L'attività del Gruppo 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 3.0

		Pagina
PROFILO		
Strategia e analisi		
1.01	Dichiarazione del vertice aziendale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia.	5
1.02	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità.	5
Profilo dell'organizzazione		
2.01	Nome dell'organizzazione.	2
2.02	Principali marchi, prodotti e/o servizi.	14
2.03	Struttura operativa dell'organizzazione.	19
2.04	Luogo della principale sede dell'organizzazione.	2
2.05	Paesi nei quali opera l'organizzazione.	19
2.06	Assetto proprietario e forma legale.	98
2.07	Mercati serviti.	19
2.08	Dimensione dell'organizzazione.	37
2.09	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione.	13,98
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione.	18
PARAMETRI DEL REPORT		
Profilo del report		
3.01	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite.	7
3.02	Bilancio di sostenibilità più recente.	7
3.03	Periodicità di rendicontazione.	7
3.04	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio di sostenibilità e i suoi contenuti.	132
Obiettivo e perimetro del report		
3.05	Processo per la definizione dei contenuti del bilancio.	7
3.06	Perimetro del bilancio.	7
3.07	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'ambito o del perimetro del bilancio.	7
3.08	Informazioni relative a joint venture, controllate, stabilimenti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o tra organizzazioni.	7
3.09	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo.	7
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei bilanci precedenti e motivazioni di tali modifiche.	7
3.11	Cambiamenti significativi di ambito, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel bilancio, rispetto al precedente periodo di rendicontazione.	7
GRI Content Index		
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del bilancio.	124
Attestazione		
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'attestazione esterna del bilancio.	7

GOVERNANCE, IMPEGNI, ENGAGEMENT		
Struttura e governo		
4.01	Struttura di governo dell'organizzazione.	22
4.02	Funzioni esecutive del Presidente.	23
4.03	Numero di componenti dell'organo di governo che sono indipendenti e/o non esecutivi.	22
4.04	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo.	24
4.05	Legame tra i compensi dei membri del più alto organo di governo e degli esecutivi e le performance dell'organizzazione.	25
4.06	Processi in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse.	33
4.07	Processi per determinare qualifiche e competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia dell'organizzazione in funzione degli aspetti economici, sociali e ambientali.	22
4.08	Mission, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, ambientali e sociali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione.	10, 32
4.09	Procedure del più alto organo di governo per sovrintendere alle modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti, e di conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati.	24
4.10	Processi per la valutazione delle performance del più alto organo di governo, in particolare rispetto alle performance economiche, ambientali, sociali.	23
Impegno in iniziative esterne		
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale.	6
4.12	Sottoscrizione o adozione di principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali o altre iniziative.	6
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali.	53
Coinvolgimento degli stakeholder		
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento.	45
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intrattenere attività di coinvolgimento.	45
4.16	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipo di attività e per gruppo di stakeholder.	45, 54, 71, 94
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche attraverso il bilancio.	45, 54, 71, 94
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA		
ASPETTO: Performance economica		
EC1. Core	Valore economico generato e distribuito, includendo ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione.	39
EC2. Core	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici.	
EC3. Core	Copertura delle passività connesse con i piani a beneficio definito dell'organizzazione.	85
EC4. Core	Finanziamenti significativi ricevuti dal Governo.	39

< INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA		
ASPETTO: Presenza di mercato		
EC5. Additional	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative.	85
EC6. Core	Politiche, pratiche e percentuale di spesa verso i fornitori locali presso le principali sedi operative.	106
EC7. Core	Procedure di assunzione di persone residenti presso le principali sedi operative e percentuale dei senior manager assunti a livello locale.	87
ASPETTO: Impatti economici indiretti		
EC8. Core	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente a beneficio del pubblico, attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/servizi, attività pro bono.	110
EC9. Additional	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate.	
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE		
ASPETTO: Materie prime		
EN1. Core	Peso o volume delle materie prime utilizzate.	117
EN2. Core	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato.	117
ASPETTO: Energia		
EN3. Core	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	116
EN4. Core	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	116
EN5. Additional	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza.	116
EN6. Additional	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico.	
EN7. Additional	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute.	117
ASPETTO: Acqua		
EN8. Core	Prelievo totale di acqua per fonte.	118
EN9. Additional	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua.	118
EN10. Additional	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	118
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.	121
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.	121
EN13. Additional	Habitat protetti o ripristinati.	non rilevante per l'attività bancaria
EN14. Additional	Strategie, azioni correnti, piani futuri per gestire gli impatti sulla biodiversità.	121
EN15. Additional	Numero delle specie elencate nella lista rossa IUCN e nelle liste nazionali delle specie protette che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione, suddivise per livello di rischio di estinzione.	non rilevante per l'attività bancaria

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

EN16. Core	Emissioni totali dirette e indirette di gas a effetto serra per peso.	119
EN17. Core	Altre emissioni indirette di gas a effetto serra significative per peso.	119
EN18. Additional	Iniziative per ridurre l'emissione di gas a effetto serra e risultati raggiunti.	120
EN19. Core	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono, per peso.	120
EN20. Core	NO _x , SO _x e altre emissioni significative nell'aria, per tipo e peso.	120
EN21. Core	Acqua totale scaricata, per qualità e destinazione.	118
EN22. Core	Peso totale dei rifiuti per tipo e per metodi di smaltimento.	118
EN23. Core	Numero totale e volume di versamenti significativi.	non rilevante per l'attività bancaria
EN24. Additional	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla Convenzione di Basilea (allegati I,II, VIII) che sono trasportati, importati, esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero.	118
EN25. Additional	Identità, dimensione, stato di salvaguardia e biodiversità della fauna e della flora acquatica e i relativi habitat colpiti in maniera significativa dagli scarichi di acqua e dalle dispersioni provocate dall'organizzazione.	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.	
EN27. Core	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria.	non rilevante per l'attività bancaria

ASPETTO: Conformità (compliance)

EN28. Core	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.	121
------------	---	-----

ASPETTO: Trasporti

EN29. Additional	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale.	119
------------------	--	-----

ASPETTO: Generale

EN30. Additional	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipo.	121
------------------	---	-----

INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE**ASPETTO: Occupazione**

LA1. Core	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipo, forma contrattuale e distribuzione territoriale.	78
LA2. Core	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e regione.	82
LA3. Additional	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno, ma non per i lavoratori part-time e a termine, suddivisi per principali siti produttivi.	85, 87

ASPETTO: Relazioni industriali

LA4. Core	Percentuale dei dipendenti iscritti a organizzazioni sindacali.	91
LA5. Core	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti organizzativi, specificando se tale condizione sia inclusa o meno nella contrattazione collettiva.	91

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

LA6. Additional	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato congiunto manager-lavoratori per la salute e la sicurezza, istituito per controllare e fornire consigli sui programmi di tutela di salute e sicurezza degli addetti.	89
LA7. Core	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per regione.	90
LA8. Core	Programmi di educazione, formazione, consulenza, prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità, relativamente a disturbi o malattie gravi.	
LA9. Additional	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza.	89

ASPETTO: Formazione e istruzione

LA10. Core	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori.	67, 68, 92
LA11. Additional	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fine delle carriere.	67, 92
LA12. Additional	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni per lo sviluppo della propria carriera.	86

ASPETTO: Diversità e pari opportunità

LA13. Core	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità.	78
LA14. Core	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne per ciascuna categoria.	85

SOCIETÀ**ASPETTO: Collettività**

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

ASPETTO: Corruzione

S02. Core	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione.	30
S03. Core	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione.	30
S04. Core	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione.	30

ASPETTO: Approccio nei confronti di politica/istituzioni

S05. Core	Posizioni sulla politica pubblica e partecipazione e pressioni esercitate sullo sviluppo di politiche pubbliche.	32
S06. Additional	Contributi finanziari e benefici prestati a partiti politici e relative istituzioni per Paese.	32

ASPETTO: Comportamenti anti-concorrenza

S07. Additional	Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche e relative sentenze.	56
-----------------	--	----

ASPETTO: Conformità

S08. Core	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti.	56
-----------	---	----

DIRITTI UMANI		
ASPETTO: Pratiche di investimento e approvvigionamento		
HR1. Core	Percentuale e numero totale di accordi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti a una valutazione dei diritti umani coinvolti.	
HR2. Core	Percentuale dei principali fornitori e appaltatori che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese.	
HR3. Additional	Ore totali di formazione dei dipendenti su politiche e procedure riguardanti tutti gli aspetti dei diritti umani rilevanti per l'attività dell'organizzazione e percentuale dei lavoratori formati.	84
ASPETTO: Non discriminazione		
HR4. Core	Numero totale di violazioni legate a pratiche discriminatorie e azioni intraprese.	32
ASPETTO: Libertà di associazione e contrattazione collettiva		
HR5. Core	Identificazione delle attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti.	91
ASPETTO: Lavoro minorile		
HR6. Core	Identificazione delle operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure prese per contribuire a eliminare il lavoro minorile.	85, 91
ASPETTO: Lavoro forzato		
HR7. Core	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o a cottimo e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione.	91
ASPETTO: Pratiche di sicurezza		
HR8. Additional	Percentuale del personale addetto alla sicurezza che ha ricevuto una formazione sulle procedure e sulle politiche riguardanti diritti umani rilevanti per le attività dell'organizzazione.	89
ASPETTO: Diritti delle popolazioni indigene		
HR9. Additional	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese.	
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO		
ASPETTO: Salute e sicurezza dei consumatori		
PR1. Core	Fasi del ciclo di vita del prodotto/servizio per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono presi in considerazione per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure.	non rilevante per l'attività bancaria
PR2. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità con i regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita.	non rilevante per l'attività bancaria
ASPETTO: Prodotti e servizi- etichettatura		
PR3. Core	Tipo di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativamente soggetti a tali requisiti informativi.	non rilevante per l'attività bancaria
PR4. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di anomalie e di incidenti dovuti a non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi.	non rilevante per l'attività bancaria
PR5. Additional	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla misurazione della customer satisfaction.	54
ASPETTO: Marketing communication		
PR6. Core	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione.	54
PR7. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione.	54
ASPETTO: Rispetto della privacy		
PR8. Additional	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy dei consumatori e la perdita dei dati dei consumatori.	55
ASPETTO: Conformità (Compliance)		
PR9. Core	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi.	56

FINANCIAL SERVICES SECTOR SUPPLEMENT

Pagina

IMPATTO DI PRODOTTI E SERVIZI		
ASPETTO: Portafoglio prodotti		
FS1	Politiche che presentano specifiche componenti sociali e ambientali applicate alle linee di business.	50
FS2	Procedure di valutazione e monitoraggio dei rischi sociali e ambientali nelle linee di business.	
FS3	Processi di controllo dell'effettiva attuazione e relativa conformità dei clienti ai requisiti sociali e ambientali inclusi in contratti e transazioni.	
FS4	Processo/i atto/i a migliorare le competenze dell'organico per l'implementazione di politiche e procedure socio-ambientali, per linee di business.	
FS5	Interazioni con clienti/partecipate/partner in merito a rischi e opportunità sociali e ambientali.	
FS6	Percentuale del portafoglio per linee di business divise per regione, dimensione (es. micro/PMI/grandi aziende) e settore.	
FS7	Valore monetario dei prodotti e dei servizi atti a fornire un beneficio sociale specifico per ogni linea di business suddivisa per finalità.	
FS8	Valore monetario dei prodotti e dei servizi atti a fornire un beneficio ambientale specifico per ogni linea di business suddivisa per finalità.	
ASPETTO: Audit		
FS9	Copertura e frequenza degli audit per valutare l'attuazione delle politiche sociali e ambientali e delle procedure di valutazione dei rischi.	
ASPETTO: Azionariato attivo		
FS10	Percentuale e numero di compagnie presenti in portafoglio con le quali l'organizzazione ha interagito in merito a tematiche sociali e ambientali.	
FS11	Percentuale degli asset soggetti a monitoraggio sociale o ambientale positivo e negativo.	
FS12	Politica/che di voto applicata/e a tematiche sociali e ambientali per azioni su cui l'organizzazione detiene il diritto di voto per le azioni o di consultazione per il voto.	
SOCIETA'		
ASPETTO: Comunità		
FS13	Punti di accesso in aree poco popolate o economicamente svantaggiate, per tipo.	
FS14	Iniziative per migliorare l'accesso ai servizi finanziari dei soggetti svantaggiati.	
ASPETTO: Prodotti e servizi-etichettatura		
FS15	Politiche per l'equità di progettazione e la vendita di prodotti e servizi finanziari.	66
FS16	Iniziative atte a promuovere l'istruzione finanziaria per tipologia di beneficiario.	53



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