

FOTO DI COPERTINA:

Venturino Venturi - Informale. Olio su carta, 1965, 105 x 75. Da "Dentro il Labirinto", mostra organizzata da Banca Generali presso il Museo Diocesano di Milano dal 3 ottobre al 24 novembre 2013.

BANCA GENERALI S.P.A.

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

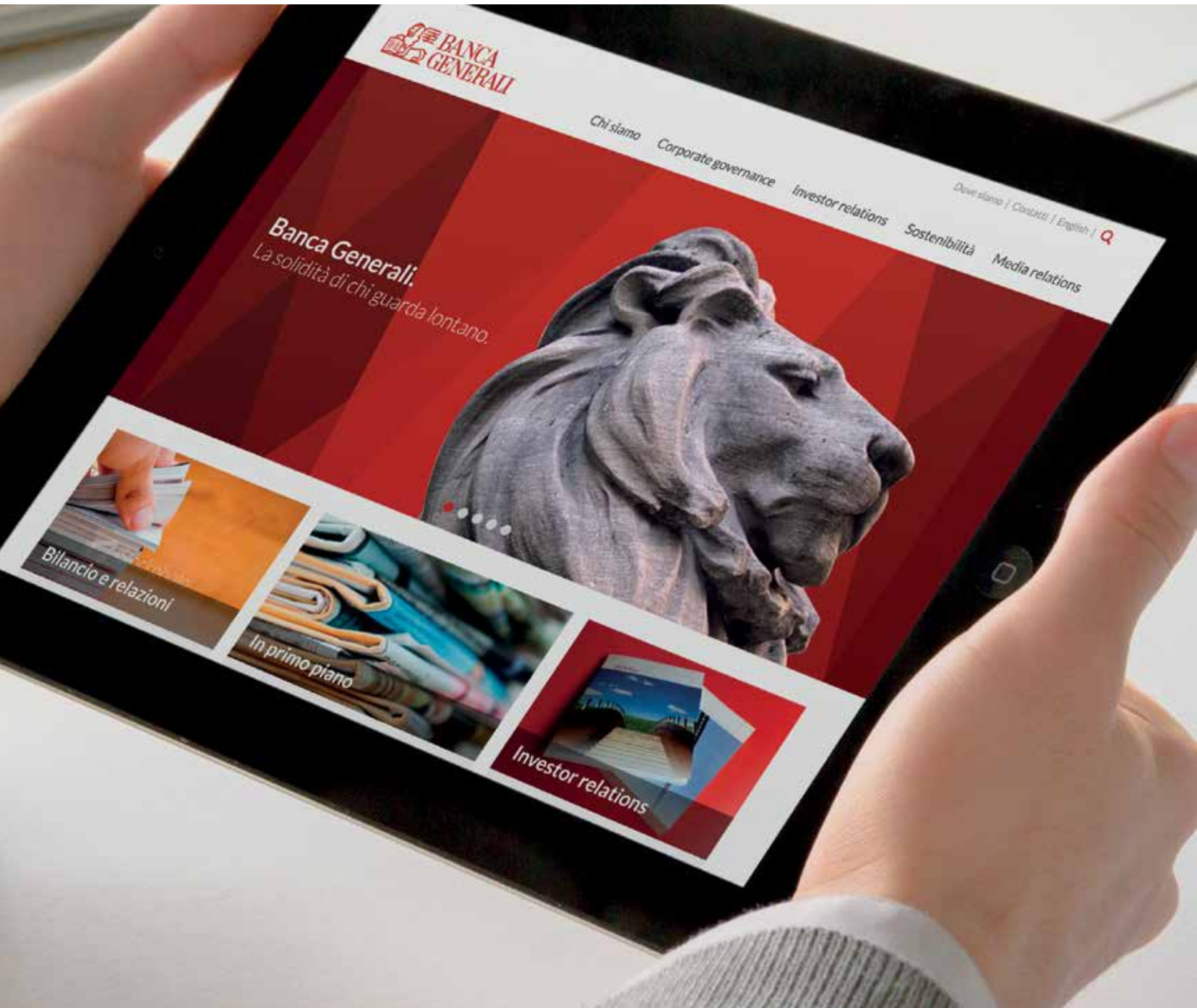
2013



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2013

Indice

Lettera agli stakeholder	9	5. Multicanalità del servizio	76
Premessa metodologica	11	6. Politica delle vendite	77
1. IDENTITÀ E GOVERNANCE		7. Incentivazione, valorizzazione e formazione	78
Mission	16	8. Gestione delle vertenze	80
I valori	17	9. Dialogo con le reti di vendita	81
La storia del Gruppo	18	3.3 RISORSE UMANE	
Modello di business e linee strategiche di sviluppo e di sostenibilità	21	1. Dimensioni e caratteristiche dell'organico	88
L'assetto organizzativo	26	2. Politiche per i dipendenti	93
Il governo societario	29	3. Pari opportunità	96
Sistema dei controlli interni	33	4. Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro	98
Codici volontari	38	5. Relazioni industriali e sindacali	100
		6. La formazione	102
		7. Coinvolgimento dei collaboratori	103
2. RENDICONTAZIONE ECONOMICA		3.4 AZIONISTI E INVESTITORI	
Principali indicatori finanziari	44	1. Introduzione	106
La performance economica del 2013	46	2. L'azionariato	107
Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione	47	3. L'andamento dell'azione: quotazione ordinaria e dividendi erogati	108
		4. L'attività di investor relations	110
3. RELAZIONE SOCIALE		3.5 FORNITORI	
Gli stakeholder	55	1. Politiche d'acquisto	114
3.1 I CLIENTI		2. Pratiche d'acquisto	115
1. Caratteristiche della clientela	58	3.6 COMUNITÀ	
2. Relazioni con la clientela	60	1. Rapporti con la comunità	118
3. Sicurezza e privacy	65	3.7 AMBIENTE	
5. Gestione reclami	66	1. Politica ambientale	122
6. Stakeholder engagement	69	2. Tutela dell'ambiente	124
3.2 LA RETE DISTRIBUTIVA		4. ALLEGATI	
1. Caratteristiche fondamentali	72	Tabella di identificazione del GRI	134
2. Dimensione e composizione	73		
3. Struttura organizzativa della rete	74		
4. Ripartizione geografica, per sesso e per anzianità	75		





Lettera agli stakeholder

Cinque anni fa abbiamo avviato formalmente un percorso teso a integrare sempre più i temi della sostenibilità e della responsabilità sociale e ambientale nell'ambito delle linee guida dell'azione della banca.

Questa scelta è stata fatta con convinzione ma soprattutto è stata una scelta naturale per un gruppo come il nostro che vede nella difesa del risparmio delle famiglie la sua attività caratteristica e nella qualità delle persone che vi lavorano e nella loro capacità di fare squadra due elementi imprescindibili del proprio operato e del proprio successo. Da queste premesse è stato naturale per la Banca impegnarsi a favore di progetti per la Comunità sostenendo iniziative su tutto il territorio di carattere culturale e sportivo su indicazione dei nostri professionisti più attenti.

Anche l'impegno nei confronti dell'Ambiente, avviato con la nostra adesione al Carbon Disclosure Project, è importante e permea ormai le scelte operative della banca attraverso iniziative tese a ridurre in modo costante e significativo l'emissione di sostanze inquinanti e a ridurre i consumi di carta, acqua ed energia.

La forza di queste convinzioni ci ha portato lo scorso anno ad avviare una rappresentazione integrata dei nostri risultati economici con quelli legato alla sostenibilità e alla responsabilità sociale, per testimoniare in modo concreto

come per Banca Generali le due linee d'azione siano diventate inscindibili.

Il nostro impegno verso i temi della sostenibilità e della responsabilità sociale è stato riconosciuto e premiato con prestigiosi riconoscimenti ricevuti dal FERPI e dall'Associazione E.D.I.VA. L'impegno nei confronti del sociale e della responsabilità d'impresa si sono accompagnati ai risultati economico-finanziari migliori di sempre sia sul fronte della redditività, che della solidità patrimoniale e della remunerazione degli azionisti.

Questo ha ulteriormente rafforzato la nostra convinzione che la gestione dell'attività economica in modo integrato con l'etica, la valorizzazione delle persone e il rispetto per l'ambiente in cui si opera possa instaurare un meccanismo di creazione di valore che va a beneficio di tutti gli stakeholder, promuovendo ulteriori spazi di crescita e di miglioramento diffusi.

Forti di questi risultati, vogliamo dunque rinnovare il nostro impegno per gli anni a venire a perseguire la crescita umana e professionale di tutti coloro che lavorano a vario titolo con la Banca, a rispondere con attenzione e competenza alle esigenze di protezione e crescita del capitale che i nostri clienti ci affidano per il benessere delle loro famiglie e a intensificare le iniziative a supporto dell'ambiente e a sostegno delle comunità.

Il Presidente

Paolo Vagnone

Premessa metodologica

Questo è il quinto 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. Sono state apportate modifiche alla rendicontazione economica inserite nel report dell'esercizio precedente, così come più avanti specificato. 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 degli stakeholder.

Le immagini contenute nel Bilancio di Sostenibilità 2013 si riferiscono ad alcune delle iniziative promosse da Banca Generali a sostegno della cultura e dei talenti sul territorio. L'impegno della società emerge dagli interventi sia di natura istituzionale, come

ad esempio l'originale mostra a Venturino Venturi - artista già esposto al Museo degli Uffizi di Firenze - in una personale svolta al Museo Diocesano di Milano e da cui è tratta l'opera in copertina al bilancio di sostenibilità, sia attraverso la capillare rete di consulenti nel Paese che con sensibilità e attenzione raccoglie gli stimoli e ed esigenze della comunità. Si tratti di opere di restauro o sostegno sociale a realtà disagiate, o di dare evidenza ad artisti legati alla comunità dai tratti inediti e interessanti. Alcuni di questi esempi sono qua raccolti nelle immagini del bilancio sociale.

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 i risultati illustrati nel 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 (*Global Reporting Initiative*) edizione 3.1, ai supplementi di settore *Financial Services Sector Supplement* del GRI stesso e alle linee guida di redazione del Bilancio di Sostenibilità per il settore del credito - "Il rendiconto agli stakeholder: una guida per le banche" - elaborato da ABI in collaborazione con EconomEtica (Centro inter-

universitario per l'etica economica e la responsabilità sociale di impresa).

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

Perimetro di rendicontazione, processo di reporting e misurazione

Il Bilancio di Sostenibilità viene pubblicato con cadenza annuale. I dati presentati di seguito si riferiscono all'esercizio 2013 e, ove possibile, sono comparati con il 2012.

Il perimetro del Bilancio di Sostenibilità include tutte le società del Gruppo Bancario, ossia la capogruppo Banca Generali e le controllate Generali Fund Management SA, BG Fiduciaria SIM, Generfid.

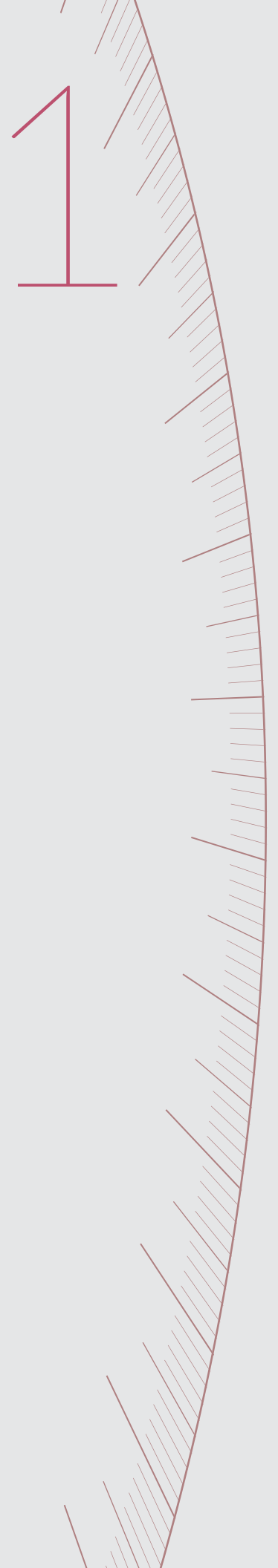
Tutte le strutture aziendali contribuiscono alla definizione dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità e alle attività di dialogo con gli stakeholder, mentre la raccolta dei dati è stata effettuata presso la struttura della Direzione Amministrazione, che già

svolge l'attività di controllo degli andamenti economici e patrimoniali delle unità di business.

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



Torre dell'Orologio, Palazzo dei Pio - Carpi. Il restauro della torre, gravemente danneggiata dal terremoto dell'Emilia del 2012, è stato possibile anche grazie a una raccolta fondi promossa da Banca Generali Private Banking con l'evento "Matteo Macchioni in concerto per la solidarietà".





1

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.

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.

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.

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.

Orgoglio di appartenenza

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

La storia del Gruppo

Sebbene sia una società giovane, con poco più di un decennio di storia, Banca Generali ha già realizzato una rapida crescita che l'ha portata ad affermarsi come uno dei principali player del proprio settore, dimostrando di saper perseguire un preciso progetto di sviluppo dell'attività, fino ad arrivare alla quotazione in Borsa.

Nel processo di crescita, è possibile distinguere due fasi. La prima, dal 2000 al 2004, è quella in cui sono state portate a termine le 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, perseguita anche attraverso tramite acquisizioni, di un polo dedicato al private banking all'interno di Banca Generali. Ecco la cronologia dei principali avvenimenti.

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.

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.

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.

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.

1998-2000

2000

2001

2002

PRIMA FASE SECONDA FASE

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.

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.).

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.

2003

2005

2006

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.

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**.

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).

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.

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

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

2007

2008

2009

2010

2011

Cessione fondi comuni di diritto italiano e incorporazione di BG SGR in Banca Generali

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

Nasce Banca Generali Financial Planner

Banca Generali completa il percorso di potenziamento della propria rete di consulenti finanziari con Banca Generali Financial Planner, la nuova divisione in grado di rispondere a tutte le esigenze dei clienti, con una programmazione degli investimenti di lungo periodo ed efficaci strumenti per la tutela dei risparmi delle famiglie.



2012

2013

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 all'offerta di servizi finanziari e previdenziali.

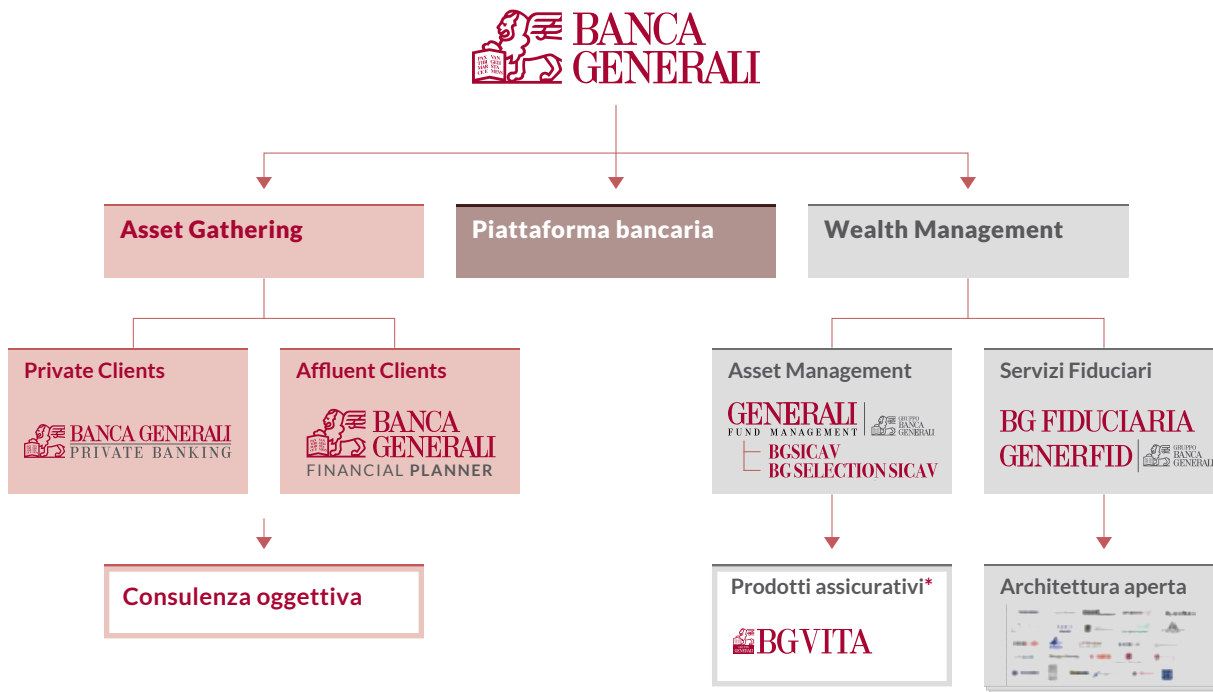
Non si tratta di uno slogan commerciale, ma di un costante impegno per costruire un rapporto di lungo termine che porti benefici sia al cliente sia alla banca, con particolare attenzione ai segmenti affluent e private. In particolare il modello di business del Gruppo Banca Generali si fonda su un modello consulenziale finalizzato a ottimizzare la soddisfazione di tali bisogni.

Questa scelta ha voluto dire prendere sin dall'inizio della sua storia alcune decisioni innovative. Infatti, funzionale a tale modello è innanzitutto l'offerta di un'ampia varietà di prodotti finanziari che includano anche quelli di società terze, secondo il modello di **architettura aperta**. L'estensione di questa offerta, inclusiva dei prodotti delle maggiori case d'investimento internazionali, è condizione necessaria per rendere possibile il servizio di consulenza qualificata fornito dai Financial Planner e dai Private Banker del Gruppo Banca Generali, in quanto permette una più efficace identificazione delle soluzioni che meglio rispondono alle esigenze e caratteristiche dei clienti. Questa impostazione consente inoltre di dare una risposta valida ed equilibrata alle problematiche legate al possibile conflitto di interessi che potrebbe instaurarsi tra cliente e fornitore del servizio ove le risposte a disposizione di quest'ultimo siano limitate all'ambito dei solo prodotti "di casa".

Il Gruppo Banca Generali decise dunque di introdurre anche in Italia questo modello, saldamente affermato nei mercati finanziari più evoluti al mondo, modello che negli ultimi anni si è progressivamente diffuso e, per quanto riguarda il Gruppo Banca Generali, ha già condotto a esiti apprezzabili in termini di soddisfazione della clientela e di sviluppo dell'attività. D'altronde, la direttiva sui servizi finanziari dell'Unione Europea (MiFID) del 2004 (e sue successive declinazioni), che riconosce e promuove la consulenza quale servizio di investimento, dimostra come Banca Generali sia stata in grado di anticipare gli sviluppi del mercato e ne sostenga una sua coerente applicazione. Al riguardo, l'impegno della società è di proseguire nella politica d'investimento e d'innovazione al fine progredire ancor più decisamente nella conferma di un modello di business che, abbandonato il mero collocamento, si è evoluto in un modello di servizio alla clientela sofisticato e integrato, rivolto a tutti gli ambiti delle sue problematiche finanziarie e previdenziali.

All'interno di questa visione generale, sostenuta nel tempo da scelte coerenti e innovative, vi sono alcune caratteristiche chiave che identificano l'approccio al business del Gruppo Banca Generali:

- il cuore dell'offerta è rappresentato da un servizio di **consulenza** professionale che consenta, **attraverso i propri Financial Planner e Private Banker**, di individuare e soddisfare al meglio i bisogni finanziari e previdenziali soprattutto di lungo periodo dei clienti, non solo come impostazione generale ma anche usufruendo di metodologie e strumentazioni specifiche ed evolute (per esempio servizio BG Personal Advisory);
- concentrare la distribuzione sul ruolo del Financial Planner/Private Banker, in coerenza con il segmento di clientela prevalente della banca (affluent e private), vuol anche dire promuoverne un loro **permanente aggiornamento specialistico**, mettendo costoro in condizione di offrire un servizio di consulenza professionale personalizzato e continuativo su tutto il territorio nazionale (giovandosi anche di una completa rete di uffici e filiali), realizzando i rilevanti investimenti formativi e informativi che ciò richiede;
- condizione base per tale offerta qualitativa è anche la disponibilità di **una gamma completa di prodotti e servizi bancari e d'investimento** - sia del Gruppo che delle migliori società a livello nazionale e internazionale - in modo da dare coerenza ai concetti di soluzione ottimale e di personalizzazione tailor made dell'offerta;
- complementare a tale approccio, finalizzato a migliorare la qualità dell'offerta, è l'attenzione a mantenere un importante **know how gestionale** in ambito finanziario e a perseguire **una costante innovazione di prodotto** a vantaggio della clientela;
- progressivamente, a supporto della rete e della clientela sono stati sviluppati **molteplici servizi tecnologici**, nonché una estesa possibilità di contatti inbound e outbound, volti a realizzare un compendio ottimale tra competenza, personalizzazione da un lato e comodità ed efficienza nella fruizione dell'offerta dall'altro, secondo un modello multicanale continuamente attento alle migliori evoluzioni del mercato. A ciò funzionale è una permanente attenzione verso tutte le **innovazioni** che la moderna **tecnologia** offre a operatori e



* BG Vita è il marchio commerciale di GenertelLife dedicato in esclusiva ai prodotti assicurativi vita di Banca Generali.

a clienti per incrementare il livello di efficacia, di semplicità operativa, di trasparenza e di ricchezza informativa. Un elevato livello di investimenti suffraga questa scelta evolutiva;

- infine, questo approccio mira a compendiare un'impostazione estremamente dinamica e innovativa con la valorizzazione al massimo livello delle caratteristiche insite nel marchio Generali, sinonimo di affidabilità, solidità e competenza.

I servizi e prodotti finanziari di Banca Generali coprono una vasta gamma di esigenze: dai fondi comuni di investimento e gestioni di portafoglio ai prodotti previdenziali e assicurativi. Complessivamente vengono offerti oltre 1.300 prodotti, propri e di svariate decine di società terze.

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

L'offerta del Gruppo è agevolata e completata dalla disponibilità di una piattaforma bancaria dotata di un'ampia gamma di prodotti e servizi bancari che consente dunque al cliente di Banca Generali di veder coperto interamente il panorama delle proprie

necessità di risparmio e di investimento, in modo integrato con la gestione della liquidità e dei pagamenti quotidiani. A ciò si aggiunge l'opportunità di un'offerta combinata, con caratteristiche di particolare efficacia, tra servizi di investimento e di finanziamento.

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

- la Divisione dedicata alla clientela affluente (definita da una buona disponibilità di risorse finanziarie attuali o prospettive, finalizzate soprattutto a un'ottica di medio-lungo periodo e da un approccio culturale evoluto) a cui si rivolge la rete dei Financial Planner (agenti) della banca;
- la Divisione dedicata alla clientela private (caratterizzata da una dimensione delle risorse disponibili e da una sofisticazione dell'approccio finanziario richiesto ancora maggiori), assistita da una rete di Private Banking (agenti) e Relationship Manager (dipendenti) della banca.

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

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, facendo propria la tradizione di solidità, competenza e 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, sia attraverso un'intensa attività informativa e formativa, sia mettendo loro a disposizione specifici strumenti di analisi e di advisory, in grado di migliorare il servizio alla clientela;
- grande attenzione alle evoluzioni tecnologiche che consentono una più ampia ed efficace fruizione dei servizi da parte della clientela, nonché un miglioramento nel processo di comunicazione con la rete e un efficientamento delle attività di collocamento;
- capacità di conseguire risultati eccellenti per la clientela anche in difficili condizioni di mercato, contenendo rischi e volatilità. Questo esito è l'effetto dei tre punti precedenti e beneficia il principale stakeholder esterno all'azienda, rappresentato dalla sua clientela;
- focus strategico sulla redditività aziendale, attraverso l'incremento dei ricavi ricorrenti, resi progressivamente sempre meno legati all'andamento volatile dei mercati finanziari, con contestuale contenimento dei costi attraverso una costante opera di ottimizzazione dei processi e di investimento tecnologico. Tale redditività è finalizzata a beneficiare principalmente gli stakeholder diretti dell'azienda, rappresentati dai

collaboratori e dagli azionisti (a questi ultimi è stata sinora destinata una larga parte dell'utile realizzato);

- focus verso strategie di sostenibilità (vedi capitolo seguente) rivolte agli stakeholder della Banca.

La crescita dimensionale degli asset in gestione, realizzata progressivamente negli 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 informazione e di marketing svolte sul territorio. A ciò giova anche il continuo sviluppo di strumenti telematici di relazione e servizio tra banca e clientela, utili allo scopo di agevolare e diffonderne la penetrazione nel mercato.

È presente, inoltre, una dinamica di crescita per linee esterne, che si esplicita nell'acquisizione di eccellenti professionalità provenienti sia da altre reti di Promotori Finanziari, sia dal mondo bancario, attratti dalle peculiarità del modello di Banca Generali. Infine, Banca Generali è l'unica azienda che può combinare sia una comprovata esperienza di successo in acquisizioni societarie, sia la forza finanziaria per farle. In un mercato in progressivo consolidamento è una prospettiva che deve tuttavia trovare occasioni qualitative idonee a rinforzare nel medio termine sia il posizionamento competitivo sia la redditività aziendale.

La strategia di sostenibilità

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

- le linee strategiche di sviluppo sopra descritte sono finalizzate a perseguire una crescita sostenibile nel tempo, con un'azione imprenditoriale volta a realizzare stabili e soddisfacenti risultati economico-commerciali nel lungo periodo, riducendo i rischi legati sia alla volatilità del contesto economico-finanziario in cui la banca opera, sia a una inadeguata pianificazione di obiettivi, influenzata da esigenze di breve termine;
- valorizzare le persone che lavorano nel Gruppo, favorendo un costante sviluppo delle competenze e della professiona-

lità 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).

La strategia di comunicazione

Banca Generali si adopera per una comunicazione in grado di trasmettere messaggi chiari e trasparenti, in linea con i principi di responsabilità sociale che definiscono i codici comportamentali del Gruppo Bancario. Il dialogo tra la Banca e la comunità finanziaria viene assicurato da un flusso completo e costante di informazioni sia sui media, sia sul proprio sito internet, così come tramite incontri dedicati.

L'impegno e la sensibilità sociale della Banca, tra i valori pregnanti della comunicazione e del Gruppo Generali, emergono dalle iniziative concrete sul territorio a sostegno dei talenti e delle eccellenze nella comunità. La valorizzazione passa per il supporto ad attività di beneficenza, sportive e culturali, in ambito musicale o artistico, privilegiando percorsi originali e spunti di riflessione inediti. Il Bilancio di Sostenibilità stesso racconta, attraverso le immagini di opere di artisti accompagnati proprio dalla Banca nel corso del 2013, o iniziative a favore dei beni storici o della collettività, questo percorso iniziato da qualche anno che sta crescendo sempre più, fino a diventare uno degli strumenti privilegiati di comunicazione dell'identità e dei valori della società.

Il sito internet istituzionale della Banca, www.bancagenerali.com, si propone come punto di riferimento per azionisti, investitori e chiunque altro abbia necessità di accedere a informazioni relative a Banca Generali. Per questo viene costantemente aggiornato in modo da mantenerne inalterati i presupposti di razionalità e fruibilità. Al suo interno, gli utenti possono consultare tutti i documenti riguardanti le attività di Banca Generali, le comunicazioni obbligatorie e il calendario degli appuntamenti istituzionali, ma anche le ultime notizie, iniziative e le novità di prodotto. Il sito contiene inoltre una sezione interamente dedicata alla sostenibilità con accesso immediato alle informazioni chiave anche grazie all'integrazione al suo interno della versione html del Bilancio Sociale. Il sito istituzionale di Banca Generali è consultabile sia in italiano che in inglese ed è attualmente soggetto a una fase di restyling grafico che si concluderà nel corso del 2014. La nuova versione del sito commerciale www.bancagenerali.it, invece, lanciata a fine 2012 garantisce una maggiore vicinanza alle esigenze dei clienti, grazie a uno stile improntato all'immediatezza di utilizzo e al supporto di nuove funzionalità per gli utenti. Infine, il nuovo sito della controllata Generali Fund Management completa la gamma di informazioni relative al Gruppo

Bancario disponibili in rete, offrendo la possibilità di consultare in tempo reale i rendimenti dei prodotti di investimento di Banca Generali.

Trasparenza, accessibilità, chiarezza e rispetto delle regolamentazioni sono i principi che guidano la comunicazione di Banca Generali verso i media, attività alla quale la società dedica grande attenzione nel tentativo di mettere a disposizione quante più informazioni possibili. 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 2013 sono stati diffusi complessivamente oltre 30 comunicati stampa e il Gruppo Banca Generali è stato oggetto di più di mille articoli apparsi sulle principali testate nazionali, siti internet e organi di informazione specializzati.

Banca Generali è fortemente impegnata nel trasmettere i valori in cui crede, attività che persegue anche grazie all'utilizzo di testimonial. Nel 2013 sono stati confermati gli accordi di sponsorizzazione con i noti sportivi Alessandro Del Piero, grande campione di calcio impegnato anche in ambito sociale, e della giovane campionessa azzurra dello sci, Federica Brignone. Nel corso dell'anno, i testimonial hanno accompagnato iniziative sportive interne alla banca, campagne pubblicitarie di prodotto ed eventi commerciali. In particolare, il volto di Federica Brignone ha accompagnato il lancio di BGGO!, la carta conto che Banca Generali ha lanciato nel 2013 per venire incontro alle esigenze dei clienti più giovani; la sciatrice azzurra, inoltre, ha inaugurato la nuova sede direzionale a Torino. Alessandro Del Piero, invece, è stato il grande protagonista dell'edizione 2013 di ITForum, il principale appuntamento italiano dedicato al mondo del trading e risparmio gestito. L'ex capitano della Juventus, infatti, è intervenuto a "Talento senza confini", l'esclusivo faccia a faccia con l'Amministratore Delegato di Banca Generali, Piermario Motta, che ha registrato il più alto numero di partecipazioni di tutta la manifestazione. L'immagine di Banca Generali al fianco dei valori positivi dello sport quali, disciplina, correttezza, integrazione e rispetto viene ulteriormente rafforzata ed evidenziata dall'iniziativa "Banca Generali Un Campione per amico"; un grande evento itinerante in 10 Piazze italiane che, per il quarto anno consecutivo, ha visto la partecipazione di oltre 10 mila bambini delle scuole elementari

e medie impegnati nelle rispettive discipline dei quattro campioni protagonisti (Adriano Panatta, Andrea Lucchetta, Jury Chechi e Ciccio Graziani). Le maggiori testate giornalistiche nazionali e televisive hanno seguito con notevole interesse le manifestazioni dando notevole risonanza al marchio e all'impegno di Banca Generali nella sensibilizzazione ai valori dello sport e allo spirito propedeutico dell'iniziativa. Nel corso dell'anno Banca Generali, con il coinvolgimento delle sue reti di consulenti, ha portato avanti diverse iniziative in favore di importanti progetti sociali, a sostegno della cultura e in difesa del patrimonio artistico del territorio. A fine anno, inoltre, sono state gettate le basi per la collaborazione con il FAI - Fondo Ambiente Italiano - per il supporto delle Giornate FAI di Primavera 2014.

Per quanto riguarda le campagne pubblicitarie, Banca Generali è stata presente sui principali quotidiani nazionali e sulla stampa

specializzata con una campagna stampa a richiamo del premio come "Best Private Bank in Italy" ricevuto nel dicembre 2012 dalle riviste del Gruppo Financial Times. Nel 2013, inoltre, Banca Generali ha lanciato la nuova divisione "Banca Generali Financial Planner" supportando l'iniziativa con una nuova creatività incentrata sul tema di una consulenza all'avanguardia e rivolta al futuro che ha coinvolto sia le versioni cartacee che quelle web dei principali giornali italiani. Inoltre, l'iniziativa "Banca Generali - Un Campione per Amico" è stata accompagnata da una creatività pubblicitaria che è campeggiata sui quotidiani locali interessati alle 10 tappe dell'evento itinerante che tra aprile e maggio ha girato l'intera Penisola. Infine, nella seconda metà dell'anno, Banca Generali ha inaugurato 4 nuove filiali sul territorio: anche questa iniziativa ha potuto contare su pubblicità che hanno coinvolto i principali media dei territori coinvolti per sottolineare il grande impegno della Banca anche a livello locale.



PICCOLI CAMPIONI CRESCONO.

30 MAGGIO - PIAZZA DEL DUOMO, TREVISO. TI ASPETTA UN CAMPIONE PER AMICO, ANZI QUATTRO.

JURY CHECHI, CICCIO GRAZIANI, ANDREA LUCCHETTA E ADRIANO PANATTA INCONTRANO I BAMBINI E TRASFORMANO LE PIAZZE IN PAESE DI MINORI. INIZIANDO ANCHE PER IL FUTURO. POSSIAMO A SUPERARE LE SFIDE DI OGNI GIORNO E A PIÙ? LO SPORT CON ENTUSIASMO. TRA GIOCHI, LEZIONI, SPETTACOLI E FANTO, TANTISSIMO DIVERTIMENTO PER TUTTI.

BANCA GENERALI
UN CAMPIONE PER AMICO

BG NEXT
SCOPRI LE TAPPE IN TUTTA ITALIA, VIVI LE EMOZIONI SU WWW.BIGNEXT.IT



BANCA GENERALI
FINANCIAL PLANNER

PERCHÉ IL FUTURO NON SI PREVEDE, SI PIANIFICA.

CON IL FINANCIAL PLANNER DI BANCA GENERALI I TUOI INVESTIMENTI GUARDANO AVANTI.

IMMAGINA DI AVERE UNA PERSONA AL TUO FIANCO PER TUTTA LA VITA, QUALCUNO CAPACE DI ASCOLTARTI E PRENDERSI CURA DELLE TUE ESIGENZE. PRIMA ANZICHÉ CHE DEL TUO PATRIMONIO. UNA PERSONA IN GRADO DI GARANTIRTI QUALCOSA DI PIÙ IMPORTANTE DELLA RICCHEZZA: LA TUA SERENITÀ. UNA PERSONA CON L'ESPERIENZA E LA FORZA DI UN GRANDE GRUPPO FINANZIARIO: QUALCUNO COME IL FINANCIAL PLANNER DI BANCA GENERALI. UN CONSULENTE PERSONALIZZATO, ISCRITTO ALL'ALBO DEI PROMOTORI FINANZIARI. CAPACE DI OFFRIRTI SOLUZIONI DI PIANIFICAZIONE A LUNGO TERMINE, INNOVATIVE E ORIENTATE AI MIGLIORI STRUMENTI DI INVESTIMENTO PRESENTI SUL MERCATO.

NUMERO VERDE 800.155.155 - WWW.BANCAGENERALI.IT

MESSAGGIO PUBBLICITARIO CON FINALITÀ PROMOZIONALE

BANCA GENERALI

L'assetto organizzativo

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

Struttura societaria, management e collaboratori

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 Financial Planner/Private Banker, che operano fuori sede in forza di un mandato di agenzia senza rappresentanza, e alle succursali bancarie, al cui interno opera personale dipendente.

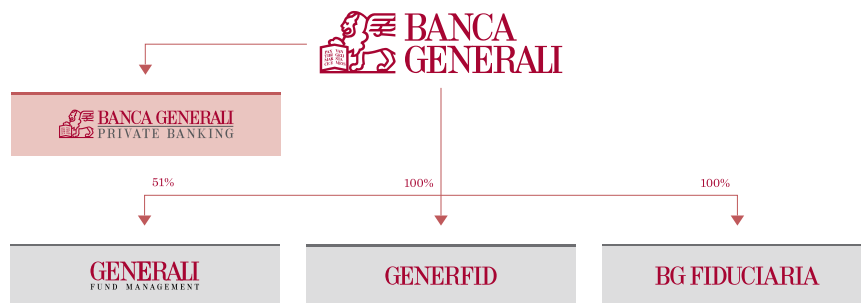
Inoltre, il Gruppo opera per mezzo di specifiche "Società Prodotto" che svolgono un'attività specializzata nell'ideazione di prodotti e servizi di investimento, nonché nell'asset management.

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

- **Banca Generali S.p.A.:** Capogruppo del Gruppo Bancario,

attiva nella distribuzione integrata di prodotti finanziari, bancari e assicurativi per la clientela retail attraverso la rete di Financial Planner, nonché nell'offerta di soluzioni personalizzate per una clientela di tipo private attraverso le reti dei Relationship Manager dipendenti e dei Private Banker;

- **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 2013 il portafoglio dei progetti aziendali ha interessato un ampio spettro di aree aziendali con focalizzazione sull'efficacia dei servizi offerti sia alla clientela sia ai professionisti della rete distributiva, sull'efficienza dei processi interni e sull'adeguamento di carattere normativo regolamentare. Tanto nella progettazione di nuovi servizi quanto nel ridisegno delle soluzioni già in essere si è dato largo spazio, ove possibile, alla leva dell'innovazione di processo e tecnologica.

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

Banca Generali:

- a. per i servizi alla rete di vendita, nell'ambito delle piattaforme applicative dedicate al canale distributivo dei financial planner e dei private banker si è operato in regime di evoluzione continua dei servizi rafforzando sia i contenuti della piattaforma applicativa operante sui tradizionali personal computer sia per quanto concerne l'innovativa App per tablet che integra una soluzione all'avanguardia di firma digitale grafo-metrica;
- b. per i servizi alla clientela, abbiamo ulteriormente arricchito la piattaforma di internet banking con nuove funzionalità e servizi accessori che permettono alla clientela un utilizzo sempre più esteso e completo delle potenzialità offerte dal canale diretto;
- c. uno spazio di significativo interesse è stato dato allo sviluppo dei sistemi di business intelligence e di data management nell'ambito dell'area di pianificazione e controllo e più in generale nei processi di governance e decision making;
- d. infine, sul fronte delle iniziative derivanti dalle modifiche di natura regolamentare sono stati attuati i necessari adeguamenti ai processi e alle procedure bancarie, tra i quali

segnaliamo per portata e ampiezza le novità in materia di pagamenti secondo standard e protocolli europei (SEPA) e di adempimenti anticiclaggio.

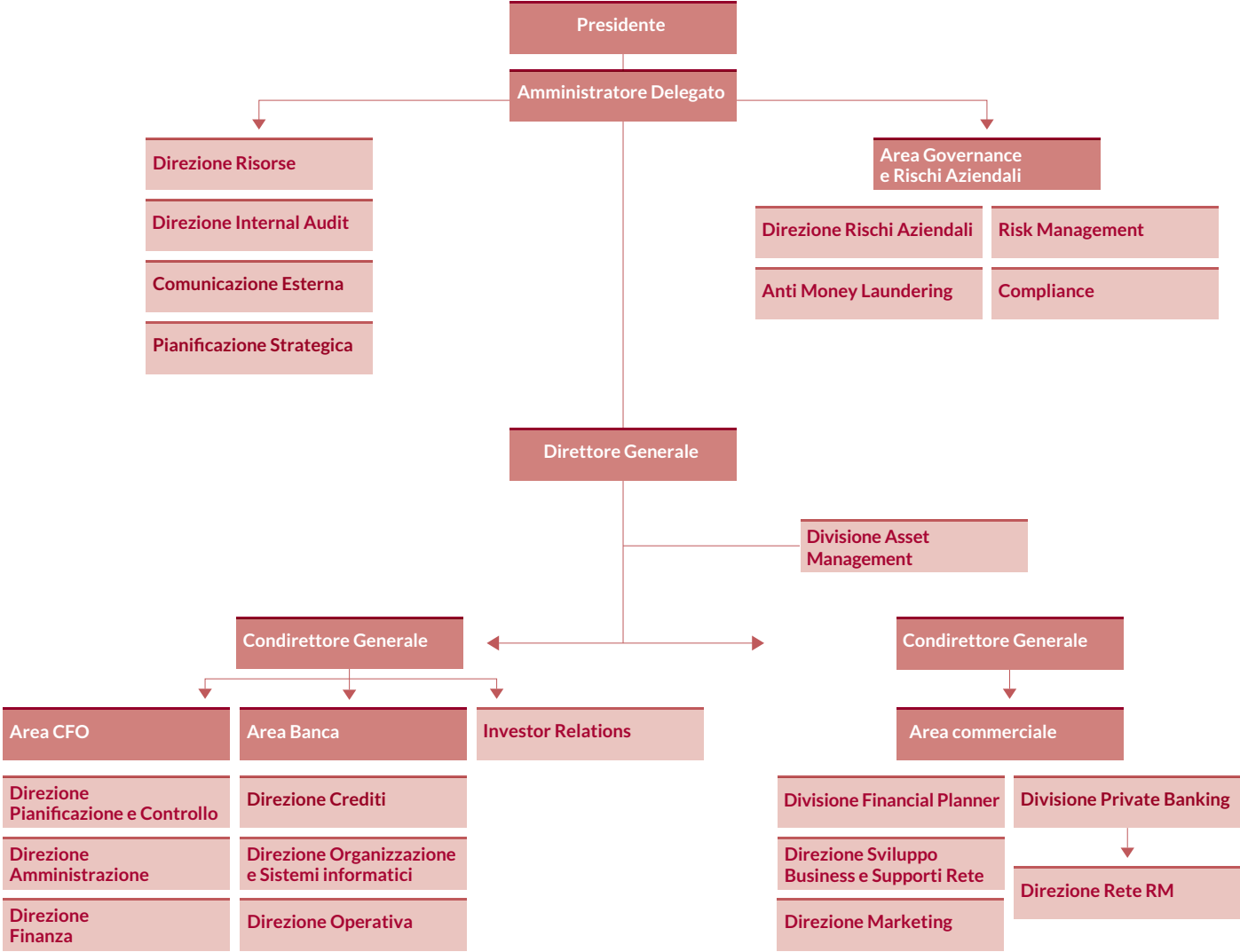
Società controllate:

- a. per Generali Fund Management, l'attività sull'ambito organizzativo e applicativo si è concentrata sull'automazione dei processi operativi per lo svolgimento dei servizi di investimento e sulle soluzioni applicative di risk management;
- b. per BG Fiduciaria SIM, nel corso dell'esercizio di riferimento si è agito in regime di ordinaria manutenzione evolutiva e di adeguamento alle normative di settore;
- c. per Generfid, nel corso dell'esercizio di riferimento si è agito in regime di ordinaria manutenzione evolutiva e di adeguamento alle normative di settore.

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, **due Condirettori Generali** nonché l'alta dirigenza munita di poteri delegati, identificabile nei **Direttori Centrali** cui è affidata la responsabilità di una specifica area della Banca.

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

Oltre ai comitati deputati alla sana e corretta gestione della Società, Banca Generali si è dotata di un comitato dedicato alla sostenibilità che definisce e riesamina le politiche socio-ambientali del Gruppo.

Organi, comitati, assemblea

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

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

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

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

- A. Consiglio di Amministrazione;
- B. Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- C. Amministratore Delegato;
- D. Comitato per la Remunerazione e nomine;
- E. Comitato Controllo e Rischi;
- F. Assemblea dei Soci;
- G. Collegio sindacale.

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

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

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

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

In ottemperanza alle indicazioni contenute nella Relazione redatta dal Consiglio di Amministrazione ai sensi del provvedimento della Banca d'Italia dell'11 gennaio 2012 e dell'art. 2 del Codice di Autodisciplina per le società quotate, relativa alla composizione quali-quantitativa ritenuta ottimale del Consiglio di Amministrazione, lo stesso si compone attualmente di 10 membri, di cui 2 soli amministratori esecutivi e 8 non esecutivi, di cui 7 indipendenti (ai sensi dell'articolo 37 comma 1 lettera d) del Regolamento adottato dalla Consob con delibera n. 16191 del 29 ottobre 2007 e successive modifiche e integrazioni).

La composizione anagrafica degli amministratori di Banca Generali è la seguente: 1 amministratore di età superiore ai 60 anni e 9 amministratori di età compresa tra i 41 e i 60 anni. Inoltre Banca Generali ha volontariamente deciso che nella definizione ritenuta ottimale della composizione del Consiglio di Amministrazione doveva essere considerato anche un criterio di genere, prevedendo che almeno uno dei componenti il Consiglio di Amministrazione venisse individuato tra gli appartenenti al genere meno rappresentato. Ciò premesso, attualmente 1 amministratore di Banca Generali appartiene al genere meno rappresentato. A questo proposito si informa altresì che l'Assemblea dei Soci del 24 aprile 2013 ha deliberato tra l'altro la modifica degli articoli 15 e 20 dello statuto sociale. Tali modifiche sono riconducibili all'entrata in vigore della legge 12 luglio 2011, n. 120 con la quale, analogamente a quanto avvenuto in altri ordinamenti europei, sono state introdotte anche in Italia le c.d. "quote di genere" per la composizione del consiglio di amministrazione e del collegio sindacale delle società quotate. Per Banca Generali, le

sopra menzionate modifiche statutarie avranno la prima concreta applicazione nel 2015, in occasione della nomina del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale.

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

Inoltre, considerato quanto indicato:

- dal criterio applicativo 1.C.1 lettera g) del Codice di Autodisciplina per le Società quotate (adottato da Banca Generali sin dall'ottobre 2006), che prevede che il Consiglio di Amministrazione effettui una volta all'anno, una valutazione sul funzionamento del consiglio stesso e dei suoi comitati nonché sulla loro dimensione e composizione, tenendo anche conto di elementi quali le caratteristiche professionali, di esperienza, anche manageriale, e di genere dei suoi componenti, nonché della loro anzianità di carica;
- dal Provvedimento del Governatore della Banca d'Italia del 4 marzo 2008 "Disposizioni di vigilanza in materia di organizzazione e governo societario delle banche" nelle linee applicative relative al punto 3. Composizione degli organi sociali, che prevede che l'idoneità degli esponenti a svolgere le proprie funzioni, sotto il profilo della professionalità, della disponibilità di tempo e, ove richiesta, dell'indipendenza, rientri nelle valutazioni di competenza dell'organo di appartenenza, che dovrà accertarla e 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 marzo 2014 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 e di coordinamento delle strategie di comunicazione della Società.

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

I Comitati nominati hanno funzioni prettamente consultive e propositive.

Al Comitato per la Remunerazione e nomine, composto da 3 amministratori non esecutivi, tutti indipendenti, è attribuito il compito di esprimere pareri e formulare proposte non vincolanti al Consiglio di Amministrazione in merito alle nomine e al trattamento economico spettante a quanti ricoprono le cariche di Presidente del Consiglio di Amministrazione, Amministratore Delegato, Direttore Generale e, qualora nominati, di Condirettori Generali, di Vice Direttori Generali e di Direttori Centrali, nonché esprimere al Consiglio di Amministrazione pareri e proposte non vincolanti circa l'importo dell'eventuale compenso variabile da attribuire agli esponenti aziendali e ai responsabili delle funzioni di controllo interno e di gestione dei rischi e di valutare periodicamente i criteri adottati per la remunerazione degli amministratori esecutivi, degli amministratori investiti di particolari cariche e dei dirigenti con responsabilità strategiche.

Il Comitato Controllo e Rischi, composto da 4 amministratori non esecutivi e indipendenti, è invece l'organo preposto: ad assistere il Consiglio di Amministrazione nella determinazione delle

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

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

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

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

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

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

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

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

Anche per l'esercizio 2013 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 e Direttore Generale e per tutti i dirigenti viene utilizzato il meccanismo di Management by Objectives, coerente con il raggiungimento dei risultati economici e finanziari indicati dal budget per l'esercizio di riferimento

e con indicatori volti ad apprezzare la ponderazione dei rischi aziendali. Il sistema di Management by Objectives è collegato al principio delle Balanced Scorecards. L'adozione di questo strumento è tesa a tradurre le strategie del piano industriale di Gruppo in un insieme di obiettivi operativi capaci di influire in modo decisivo sulle performance globali del Gruppo.

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 sostenibilità

La responsabilità a livello di Gruppo Bancario in materia di sostenibilità è attribuita al Condirettore 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 che definisce e riesamina le politiche socio-ambientali a livello di Gruppo Bancario. A tale Comitato spetta tra l'altro, definire le opportunità, i rischi, gli obiettivi comuni, i traguardi, le aree di miglioramento, i contenuti e le modalità di rendicontazione connesse alla sostenibilità. Il Comitato è composto dal Condirettore Generale, che lo convoca e lo presiede, dal Direttore Centrale Responsabi-

le Area CFO dai Responsabili della Direzione Amministrazione, della Direzione Marketing e Sviluppo Prodotti, della Direzione Operativa, della Direzione Risorse, e del Servizio Comunicazione Esterna. È altresì prevista, in qualità di uditore, la partecipazione del Responsabile della Direzione Rischi Aziendali.

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

Undici tipi di rischi identificati, tre livelli organizzativi per un sistema di controllo aggiornato.

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;
- l'affidabilità, efficacia ed efficienza delle procedure di controllo;
- 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;
- la diffusione della cultura di controllo anche con interventi formativi ai vari livelli;
- la coerenza dei presidi organizzativi rispetto all'evoluzione delle strategie aziendali e al cambiamento del contesto di riferimento.

Il Gruppo Bancario Banca Generali ha disegnato un modello di controllo interno coerente con le migliori pratiche nazionali e internazionali, minimizzando i rischi di inefficienza, sovrapposizione dei ruoli e sub-ottimalità del sistema. Le procedure di controllo interno sono articolate su tre livelli organizzativi:

- il primo, quello operativo, è effettuato dalle aree e unità organizzative aziendali produttive o di back office - con il supporto laddove previsto delle procedure informatiche - e si concretizza nei controlli gerarchici o di linea;
- il secondo è affidato a specifiche funzioni che hanno il compito di controllare il sistema di gestione dei rischi (Funzione di Risk Management), di prevenzione del rischio di non conformità alle norme in materia di prestazione dei servizi e di controllo dell'attività della rete distributiva (Funzione di Compliance) e di contrasto alla realizzazione di operazioni di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo (Funzione Anti

Money Laundering). Le funzioni preposte a tali controlli sono distinte da quelle produttive; esse concorrono alla definizione delle politiche di governo dei rischi e del processo di gestione dei rischi;

- il terzo, di revisione interna, volto a individuare andamenti anomali, violazioni delle procedure e della regolamentazione e l'andamento dei rischi nonché a valutare in modo indipendente e periodico la funzionalità e l'adeguatezza, la completezza e l'affidabilità del complessivo sistema e delle procedure di controllo interno, assegnato alla Funzione di Internal Audit.

La circolazione di informazioni posta in essere tra gli organi sociali e le funzioni aziendali di controllo consente l'effettiva realizzazione degli obiettivi di efficienza della gestione e quelli di efficacia dei controlli e rappresenta quindi uno dei meccanismi essenziali al presidio integrato del Sistema dei Controlli Interni.

A tali procedure si aggiungono le attività svolte dalla *funzione di Presidio 262*, la quale svolge un ruolo di riferimento, indirizzo e coordinamento per il Gruppo Bancario in tema di governo del rischio amministrativo-contabile, ai sensi della Legge n. 262/2005. Nel corso del 2013 è proseguita l'attenzione alle attività di fraud prevention e sono altresì proseguite le attività di contrasto alla commissione dei reati previsti dal Decreto 231/01.

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

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

ORGANO	COMPITI
Consiglio di Amministrazione	È responsabile ultimo del sistema fissa le linee di indirizzo verifica periodicamente adeguatezza ed efficacia del sistema
Alta Direzione	attua le linee di indirizzo strategiche verifica nel continuo l'adeguatezza del sistema
Collegio sindacale	vigila sull'adeguatezza e conformità del sistema e sul suo concreto funzionamento
Comitato Controllo e Rischi	supporta con compiti istruttori, propositivi e consultivi il Consiglio di Amministrazione
Comitato Rischi	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	indirizza e coordina le attività di gestione del rischio amministrativo e contabile supporta il Dirigente preposto ex art. 154 T.U.F.
Risk Management	individua, misura, valuta e monitora tutte le tipologie di rischio a cui è esposto il Gruppo Bancario a eccezione del rischio di non conformità alle norme
Compliance	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
Anti Money Laundering	è deputata a prevenire e contrastare la realizzazione di operazioni di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo
Internal Audit	monitora e valuta l'efficacia e l'efficienza del Sistema dei Controlli Interni esamina le modalità con cui viene condotta la gestione dei rischi, verificando il rispetto dei piani definiti per il contenimento dei rischi stessi

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

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

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

Il Comitato Controllo e Rischi, ai sensi del Codice di autodiscipli-

na delle società quotate, è chiamato a svolgere un ruolo di supporto, con compiti istruttori, propositivi e consultivi nei confronti del Consiglio di Amministrazione, nella materia dei controlli interni e gestione dei rischi.

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

La funzione di Presidio 262 svolge il ruolo di riferimento, indirizzo e coordinamento per tutto il Gruppo Bancario in tema di governo del rischio amministrativo-contabile, ai sensi della Legge n. 262/2005, supportando in tale ottica il *Dirigente Preposto ex Art. 154 del Testo Unico della Finanza*, cui è affidata la gestione dei rischi di non conformità ai postulati di bilancio nell'ambito delle procedure amministrativo-contabili e dei relativi controlli chiave. La Capogruppo ha inoltre implementato, a partire dall'esercizio 2007, un modello di controllo (cd. *FARG - Financial Accounting*

Risk Governance) a supporto del Dirigente Preposto e finalizzato all'adeguamento alla Legge 262/05, attraverso la mappatura dei principali processi amministrativo-contabili delle società rilevanti del Gruppo, con conseguente rilevazione, formalizzazione e verifica della adeguatezza ed effettiva efficacia dei presidi di controllo posti in essere sugli stessi.

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

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 Anti Money Laundering costituisce il presidio indipendente specificamente deputato a prevenire e contrastare la realizzazione di operazioni di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo. La predetta funzione, in conformità a quanto richiesto dalla normativa, è dotata di risorse qualitativamente e quantitativamente adeguate, riferisce direttamente agli organi di vertice e ha accesso a tutte le attività della Banca nonché a qualsiasi informazione rilevante per lo svolgimento dei propri compiti.

La Funzione Internal Audit svolge l'attività di revisione interna in ottica di 3° livello e, come tale, è una struttura indipendente volta da un lato a controllare, anche con verifiche in loco, la re-

golarità operativa e l'andamento dei rischi, dall'altro a valutare l'adeguatezza, la completezza, la funzionalità e l'affidabilità della struttura organizzativa e delle altre componenti del sistema dei controlli interni e a portare all'attenzione del Consiglio di Amministrazione e dell'Alta Direzione i possibili miglioramenti al Risk Appetite Framework, alle politiche di gestione dei rischi, agli strumenti di misurazione e controllo degli stessi e alle procedure. Il modello e le linee guida dell'attività di auditing sono approvate dal CdA.

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

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

- **rischio di credito:** il rischio di insolvenza della controparte, ovvero la probabilità che un debitore non adempia alle proprie obbligazioni o che ciò accada in ritardo rispetto alle scadenze prefissate. In particolare, per rischio di credito si intende la possibilità che una variazione inattesa del merito creditizio di una controparte, nei confronti della quale esiste un'esposizione, generi una corrispondente variazione inattesa del valore di mercato della posizione creditizia;
- **rischio di controparte:** rischio legato all'eventualità che la controparte di una transazione avente a oggetto determinati strumenti finanziari risulti inadempiente prima del regolamento della transazione stessa. Si tratta di una particolare fattispecie del rischio di credito, che genera una perdita se le transazioni poste in essere con una determinata controparte hanno un valore positivo al momento dell'insolvenza; tuttavia, a differenza del rischio di credito generato da un finanziamento, dove la probabilità di perdita è unilaterale, in quanto in capo alla sola banca erogante, il rischio di controparte crea, di regola, un rischio di perdita di tipo bilaterale;
- **rischio operativo:** rischio di subire perdite economiche derivanti dall'inadeguatezza o dalla disfunzione di procedure, risorse umane e sistemi interni, oppure da eventi esogeni. Rientrano in tale tipologia, tra l'altro, le perdite derivanti da frodi, errori umani, interruzioni dell'operatività, indisponibilità dei sistemi, inadempienze contrattuali, catastrofi naturali. Nel rischio operativo è compreso il rischio legale (ivi compreso il rischio di riciclaggio), 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 ricompre-

de 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 autodisciplina).

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

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

In particolare, il tema della corruzione è affrontato nel Codice Interno di Comportamento di Banca Generali, dove si afferma esplicitamente l'impegno a mettere in atto tutte le misure necessarie a contrastare tale reato.

Le disposizioni anti corruzione sono estese a tutte le unità interessate e diffuse a tutti i soggetti coinvolti. Hanno ricevuto formazione a riguardo i dipendenti e 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 2013 non risultano episodi accertati che ricadono nell'applicazione della citata normativa.

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

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

previsto all'interno del Piano Formativo redatto ai sensi dell'Art. 54 del D.Lgs. 231/07 e approvato dall'Amministratore Delegato e in particolare:

- erogazione di apposite sessioni di recupero per il numero residuale di dipendenti e PF/PB neo inseriti che non abbiano ancora completato la formazione obbligatoria;
- formazione in aula per i soggetti che, in relazione alle specifiche funzioni espletate, risultino maggiormente interessati dall'attività di individuazione di eventuali operazioni anomale da parte della clientela;
- continuazione della formazione in aula per i manager di rete;
- erogazione di specifici interventi formativi in aula destinati ai promotori finanziati/private bankers segnalati dall'U.O. Controllo Rete in ottica di enforcement della conoscenza della normativa e dei processi adottati dall'intermediario;
- formazione specialistica per gli addetti alla funzione antiriciclaggio.

Nel 2013 il Gruppo non risulta essere stato coinvolto in fenomeni di riciclaggio o di finanziamento del terrorismo.

Sempre ai fini di fronteggiare e contenere i rischi operativi (e i conseguenti possibili danni economici e reputazionali) il Gruppo persegue l'obiettivo primario di garantire la continuità dei processi critici e 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 e 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.

Si precisa che il presente documento fornisce di regola informazioni riferibili al 31 dicembre 2013. Solo ove ritenute effettivamente rilevanti alle finalità del presente documento sono rappresentate evidenze successive a tale data.

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 Interno di Comportamento della Banca che si ispira alle regole di condotta contenute nel Codice di Condotta del Gruppo Generali.

Nel Codice Interno di Comportamento sono definite le regole minime di condotta da osservare nei rapporti tra colleghi, con i clienti, con i concorrenti, con i fornitori e con gli altri stakeholder del Gruppo e prevede specifiche disposizioni in materia di promozione delle diversità e dell'inclusione, protezione del patrimonio aziendale, conflitti di interesse, corruzione e concussione, informativa finanziaria e trattamento delle informazioni privilegiate, antiriciclaggio, finanziamento del terrorismo e sanzioni internazionali. Il Codice si applica a tutto il personale del Gruppo, ivi inclusi i componenti degli organi di amministrazione. Inoltre, il Gruppo si aspetta che i terzi (consulenti, fornitori, ecc.), quando agiscono per conto del Gruppo, si attengano ai principi ivi contenuti.

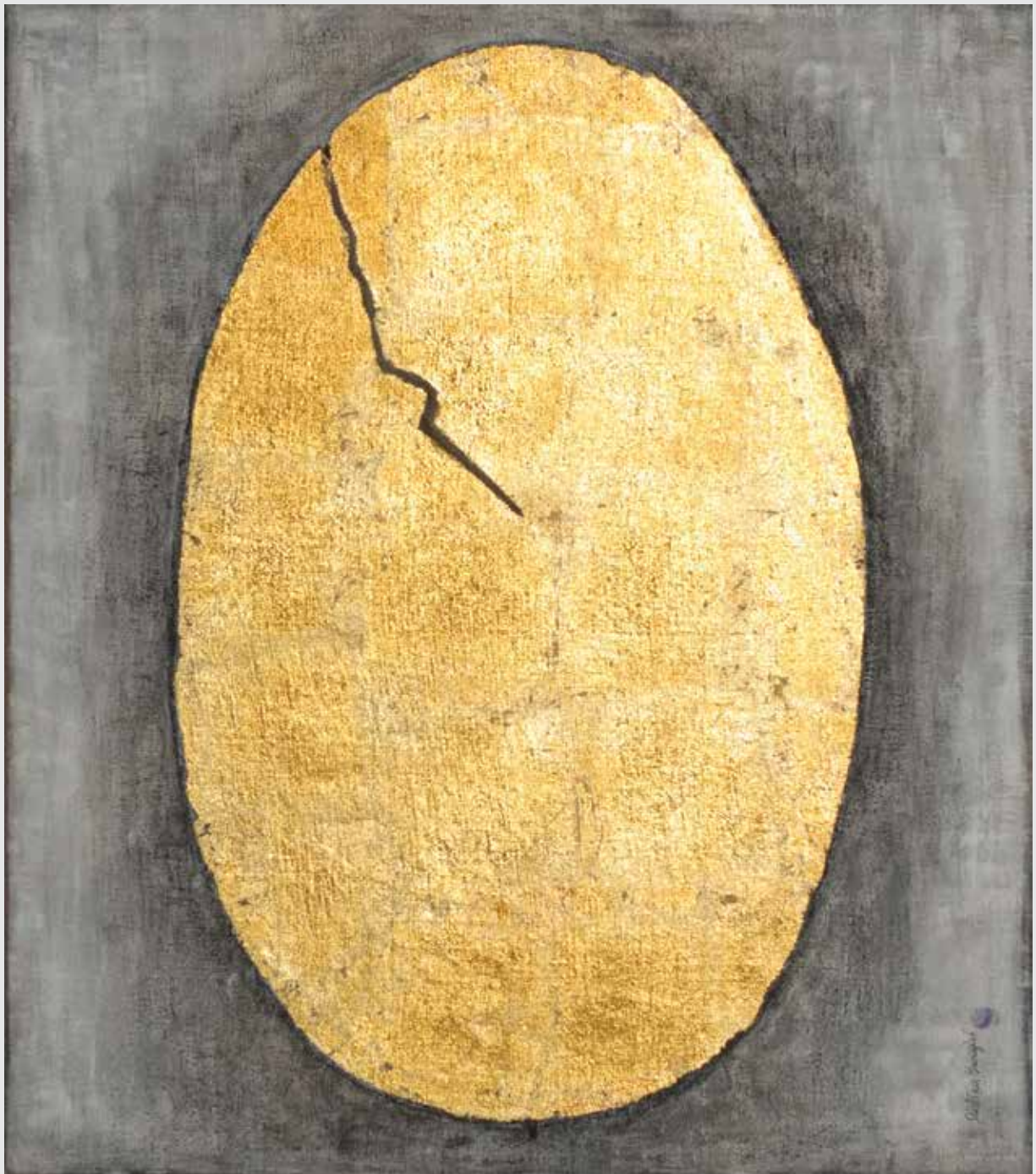
Il Codice è integrato da un sistema di disposizioni attuative che definiscono standard minimi di comportamento e che il personale è tenuto a conoscere. Il Gruppo incoraggia il personale a segnalare ogni atteggiamento o azione che consideri in violazione, anche solo potenziale, della legge, del Codice e delle sue disposizioni attuative, ovvero di altre norme aziendali.

Nel 2013 non risultano pervenute alla funzione competente segnalazioni di effettiva violazione dei principi e norme istituite all'interno del Codice.

È previsto che il Codice sia pubblicato nell'intranet aziendale 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.

La formulazione del Codice sottintende l'esistenza di specifici codici che – nel rispetto delle normative, delle prassi e della cultura di ciascun Paese – disciplinano più dettagliatamente i rapporti con i principali interlocutori intrattenuti dalle società del Gruppo Bancario in tutti i Paesi di operatività. Altri codici sono:

- a. la Politica Ambientale del Gruppo Generali, recepita da Banca Generali, che si richiama a quanto affermato dal Codice di Condotta 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;
- b. la Politica in materia di conflitti d'interesse, adottata da Banca Generali nel 2007 a seguito dell'entrata in vigore della normativa italiana di recepimento della Direttiva MiFID (con particolare riferimento al già citato Regolamento della Banca d'Italia e della Consob) e il cui ultimo aggiornamento è in vigore dall'8 maggio 2013. 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.
- c. il Codice Etico per i fornitori del Gruppo Generali, recepito da Banca Generali, che delinea i principi di comportamento e le conseguenti condotte attese dai propri partner contrattuali (consulenti, fornitori, ecc.) quando agiscono per conto del Gruppo.



Cristina Insaghi - Uovo d'oro. Olio, carboncino e foglia d'oro su lino, 2007, 60 x 80. Da "Artisti sotto il Duomo - Cristina Insaghi", mostra organizzata da Banca Generali presso la propria sede di Milano in Via San Paolo 7 dal 28 gennaio al 28 febbraio 2013.



2

2

RENDICONTAZIONE ECONOMICA

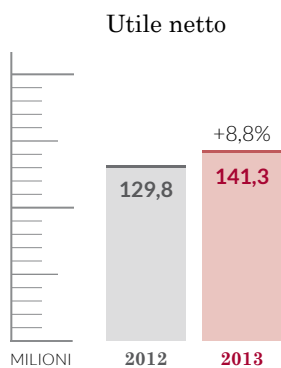
Principali indicatori finanziari

Indicatori reddituali consolidati

(MILIONI DI EURO)	31.12.2013	31.12.2012	VAR. %
Margine di interesse	121,8	111,6	9,2
Commissioni nette	234,3	214,1	9,5
Dividendi e risultato netto dell'attività finanziaria	19,0	12,4	53,6
Margine di intermediazione	375,1	338,0	11,0
Spese per il personale	-71,5	-66,3	7,8
Altre spese amministrative	-106,0	-92,7	14,4
Ammortamenti	-5,1	-4,5	12,9
Altri proventi di gestione	31,3	19,1	63,6
Costi operativi netti	-151,2	-144,4	4,8
Risultato operativo	223,9	193,6	15,6
Accantonamenti	-22,9	-18,6	23,0
Rettifiche di valore	-6,1	-4,3	41,8
Utile ante imposte	194,9	170,7	14,2
Utile netto	141,3	129,8	8,8

Indicatori di performance

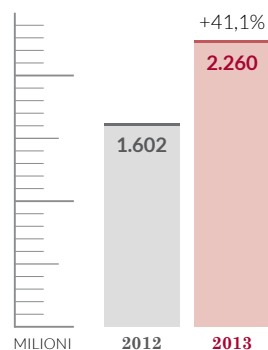
(MILIONI DI EURO)	31.12.2013	31.12.2012	VAR. %
Cost income ratio	39,0%	41,4%	-5,8
EBITDA	229,0	198,1	15,6
ROE	48,73%	58,26%	-16,3
EPS - earning per share (euro)	1,238	1,159	6,8



Raccolta netta

DATI ASSORETI (MILIONI DI EURO)	31.12.2013	31.12.2012	VAR. %
Fondi Comuni e SICAV	1.489	444	235,4
Gestioni Patrimoniali	13	68	-80,9
Assicurazioni / Fondi pensione	1.266	1.115	13,5
Titoli / Conti correnti	-508	-25	-1.932,0
Totale	2.260	1.602	41,1

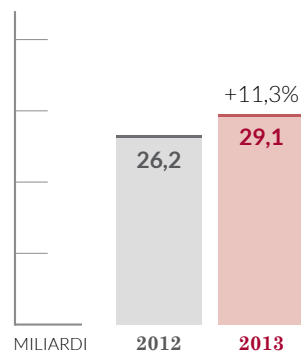
Raccolta netta



Asset Under Management & Custody (AUM/C)

DATI ASSORETI (MILIONI DI EURO)	31.12.2013	31.12.2012	VAR. %
Fondi Comuni e SICAV	8,4	6,8	24,5
Gestioni Patrimoniali	3,2	3,1	0,8
Assicurazioni / Fondi pensione	9,7	8,5	14,0
Titoli / Conti correnti	7,9	7,8	1,0
Totale	29,1	26,2	11,3

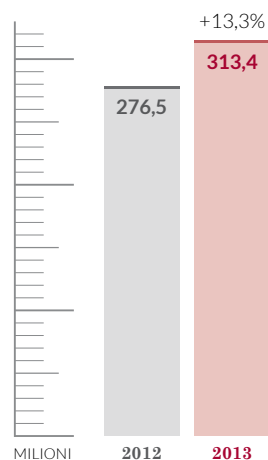
Asset Under Management



Indici di solvibilità

(MILIONI DI EURO)	31.12.2013	31.12.2012	VAR. %
Patrimonio Netto	469,1	394,8	18,8
Patrimonio di vigilanza	313,4	276,5	13,3
Excess capital	144,3	105,8	36,4
Tier 1 Ratio (patrimonio base / attività di rischio ponderate)	14,22%	11,83%	20,3
Totale capital ratio (patrimonio di vigilanza / attività di rischio ponderate)	14,83%	12,96%	14,4

Patrimonio di vigilanza



Indici di efficienza del personale

(MILIONI DI EURO)	31.12.2013	31.12.2012	VAR. %
Numero dipendenti	809	785	3,1
Numero promotori finanziari	1.475	1.453	1,5
Margine di intermediazione / numero dipendenti	0,5	0,4	7,7
Asset under management (AUM) / numero promotori	19,7	18,0	9,6

La performance economica del 2013

Dopo gli ottimi risultati dell'esercizio 2012 il Gruppo Banca Generali ha chiuso un altro anno da record con un utile netto di 141,3 milioni di euro, in crescita di 11,5 milioni di euro rispetto al risultato dell'esercizio 2012 (+8,8%) attestandosi così al massimo livello finora raggiunto nella storia di Banca Generali.

Il brillante risultato raggiunto riflette la significativa espansione dell'attività sia in termini di raccolta netta che di performance delle masse, accompagnata da una politica di forte attenzione al contenimento della crescita dei costi operativi.

Il margine di intermediazione cresce in misura significativa rispetto al 31 dicembre 2012, passando dai 338 milioni del 2012 ai 375,1 milioni del 2013 (+11%), a seguito di un forte incremento delle commissioni nette (+9,5%, pari a +20,2 milioni di euro), della crescita del margine di interesse per 10,3 milioni di euro (+9,2%), e infine di un buon risultato ottenuto nell'ambito della gestione degli investimenti in titoli di proprietà che, rispetto all'esercizio precedente, segna un incremento di 6,6 milioni di euro.

Le spese amministrative al 31 dicembre 2013 si sono attestate a 177,5 milioni di euro, in aumento dell'11,6% rispetto all'esercizio 2012 con le spese del personale che passano dai 66,3 milioni del 2012 ai 71,5 milioni di euro del 2013 (+7,8%), mentre le altre spese amministrative si attestano a fine anno a 106 milioni di euro in crescita del 14,4% rispetto ai 92,7 milioni di euro dell'esercizio precedente, per effetto principalmente dell'incremento degli oneri per la nuova imposta di bollo che trova tuttavia contropartita nella simmetrica crescita dei recuperi di imposta a carico della clientela, rilevati tra gli altri proventi; al netto di tale componente le altre spese amministrative sarebbero cresciute del 2,2%.

Gli accantonamenti netti ammontano a circa 22,9 milioni di euro, in crescita del 23% rispetto al dato dell'esercizio 2012, e si riferiscono principalmente agli accantonamenti inerenti alla rete distributiva e al contenzioso.

Il totale complessivo di asset under management intermediati dal Gruppo per conto della clientela e raccolti per il tramite della rete dei promotori finanziari al 31 dicembre 2013 ammonta a 29,1 miliardi di euro a fronte dei 26,2 miliardi di euro dell'esercizio 2012; inoltre, in aggiunta al suddetto ammontare, al 31 dicembre 2013 si rilevano circa 1,1 miliardi di euro depositati in risparmio amministrato da società del Gruppo Assicurazioni Generali e 8,4 miliardi di euro di fondi comuni/SICAV e GPF/GPM gestiti e distribuiti direttamente dalle società di gestione o da soggetti terzi al Gruppo bancario, per un totale complessivo pari a 38,6 miliardi di euro rispetto ai 34,1 miliardi di euro di fine 2012.

Nell'ambito del mercato della distribuzione dei prodotti finanziari tramite la rete dei promotori finanziari, secondo i dati Assoreti, il Gruppo Banca Generali, con 29,1 miliardi di asset under management, si posiziona tra i primi posti del mercato, come pure in termini di raccolta netta con circa 2,3 miliardi di euro nel 2013.

Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione

Metodologia di calcolo

Il Valore Aggiunto è pari alla differenza tra il totale dei ricavi e il totale dei costi per beni e servizi (c.d. Consumi) ed esprime il valore della ricchezza che il Gruppo ha saputo produrre e che viene poi distribuita tra le controparti (stakeholder) con le quali il Gruppo stesso si rapporta a vario titolo nella sua operatività quotidiana.

Tra le controparti vi sono, innanzitutto, la rete dei promotori finanziari e le risorse umane che ricevono parte del Valore Aggiunto aziendale sotto forma di remunerazione diretta o indiretta.

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

Grande attenzione viene riservata anche ai bisogni della colletti-

vità/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 stabilità dell'impresa in modo da garantire la creazione di nuova ricchezza a vantaggio di tutti gli stakeholder.

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

I prospetti di determinazione e di distribuzione del Valore Aggiunto di seguito presentati sono stati, quindi, predisposti sulla base dei dati rilevati dal Bilancio Consolidato 2012 e prendendo, come base di riferimento, le linee guida emanate dall'ABI.

La distribuzione del valore aggiunto

Il Gruppo Banca Generali ha conseguito nel 2013 ricavi netti per 633,6 milioni di euro, in crescita di 60,1 milioni rispetto all'esercizio 2012 (+10,6%), mentre la dinamica dei consumi ha registrato una più contenuta espansione di 3,2 milioni di euro. La dinamica di entrambi gli aggregati è stata influenzata in modo preponderante dalla crescita del margine commissionale che ha controbilanciato la significativa contrazione degli interessi.

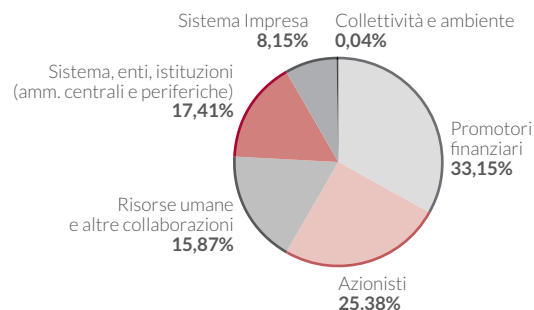
Il VAG Lordo ha quindi raggiunto un livello di 450,5 milioni di euro ed è risultato ripartito come segue:

- Risorse Umane (dipendenti e altri collaboratori): 15,9% circa del VAG Lordo prodotto, per un totale di 71,5 milioni di euro (17,3% nel 2012).
- Promotori Finanziari: 33,2% del VAG Lordo prodotto, per un totale di 149,3 milioni di euro (in crescita rispetto al 32,8% nel 2012).

- Azionisti: 25,4% del VAG Lordo rispetto al 27,2% nel 2012, pur mantenendo un adeguato livello di patrimonializzazione della banca. Circa 4,7 milioni di euro costituiscono l'attribuzione agli azionisti terzi del Gruppo dell'utile di loro pertinenza;
- Sistema Stato: 17,4% circa del VAG Lordo pari a 78,4 milioni, in crescita rispetto al 14,30% nel 2012, per effetto dell'addizionale IRES e del maggior onere per imposta di bollo.

Il sistema impresa, infine ha trattenuto sotto forma di utili non distribuiti e di ammortamenti. L'8,2% del VAG (8,0% del 2012), per un ammontare complessivo di 36,7 milioni L'importo è da considerare come l'investimento che le altre categorie di stakeholder effettuano ogni anno al fine di mantenere in efficienza e permettere lo sviluppo del complesso aziendale.

	2013	2012
Azionisti	25,4%	27,4%
Risorse Umane e altre collaborazioni	15,9%	17,3%
Promotori finanziari	33,2%	32,8%
Sistema, enti, istituzioni (amm. centrali e amm. periferiche)	17,4%	14,3%
Collettività e ambiente	0,04%	0,04%
Sistema Impresa	8,1%	8,1%
	100,0%	100,0%



Prospetto di ripartizione del Valore Aggiunto Globale Lordo e della sua distribuzione

VOCI DI BILANCIO (IN MIGLIAIA DI EURO)	2013	2012 RIESPOSTO
A. Totale ricavi netti	633.633	573.518
B. Totale consumi	-183.051	-186.308
C. Risultato netto della gestione assicurativa	-	-
D. Valore aggiunto caratteristico lordo	450.582	387.210
E. Valore aggiunto globale lordo	450.454	387.657
Ripartito tra:		
1. Azionisti	114.308	106.357
Soci privati ⁽²⁾	109.623	102.490
Utile di esercizio di pertinenza di terzi	4.685	3.867
2. Risorse umane	220.846	194.473
Costo lavoratori subordinati; spese per contratti a tempo indeterminato e determinato ⁽³⁾	69.608	65.727
Costo Promotori Finanziari ⁽¹⁾	149.342	127.312
Costo altre collaborazioni	1.896	1.434
3. Sistema, enti, istituzioni (amministrazione centrale e amministrazioni periferiche)	78.418	55.438
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	29.575	18.162
Imposte sul reddito dell'esercizio	48.843	37.276
4. Collettività e ambiente	178	174
Elargizioni e liberalità	178	174
5. Sistema Impresa	36.704	31.215
Variazione riserve	31.633	26.722
Ammortamenti	5.071	4.493
Valore aggiunto globale lordo	450.454	387.657

(1) Il dato al 31.12.2012 è stato riesposto al fine di escludere solo gli oneri relativi alla rete di Promotori Finanziari di Banca Generali.

(2) Il dato relativo al dividendo 2012 è stato riesposto per tenere conto delle stock option assegnate successivamente al 31.12.2012.

(3) Lo schema relativo al 2012 è stato riesposto per tenere conto degli effetti dello IAS19 revised.

Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto Globale

VOCI DI BILANCIO (IN MIGLIAIA DI EURO)	2013	2012 RIESPOSTO ⁽⁵⁾
10. Interessi attivi e proventi assimilati	144.492	157.392
40. Commissioni attive	438.859	384.633
70. Dividendi e proventi simili	915	739
80. Risultato netto dell'attività di negoziazione	-2.538	8.485
90. Risultato netto dell'attività di copertura	-	-937
100. Utile (perdita) da cessione o riacquisto di:	20.603	4.067
a) crediti	1.710	-4.311
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	18.903	7.549
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-10	829
d) passività finanziarie	-	-
110. Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al fair value	-	-
220. Altri oneri/proventi di gestione	31.302	19.139
240. Utili (perdite) delle partecipazioni	-	-
A. Totale ricavi netti	633.633	573.518
20. Interessi passivi e oneri assimilati	-22.650	-45.840
50. Commissioni passive ⁽¹⁾	-55.218	-43.256
180.b Altre spese amministrative ⁽²⁾	-76.211	-74.315
130. Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	-6.073	-4.284
a) crediti	-4.915	-3.572
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	-1.299	-1.016
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	141	304
d) altre operazioni finanziarie	-	-
190. Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	-22.899	-18.613
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	-183.051	-186.308
C. Risultato netto della gestione assicurativa	-	-
D. Valore aggiunto caratteristico lordo	450.582	387.210
250. Risultato netto della valutazione al fair value delle attività materiali e immateriali	-	-
270. Utili (perdite) da cessione di investimenti	-4	-4
310. Utile dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	-124	451
E. Valore aggiunto globale lordo	450.454	387.657
Ammortamenti	-5.071	-4.493
F. Valore aggiunto globale netto	445.383	383.164
180.a Spese per il personale ⁽³⁾	-220.846	-193.658
180.b Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse ⁽⁴⁾	-29.575	-18.162
180.b Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità ⁽⁴⁾	-178	-174
G. Risultato prima delle imposte	194.784	171.170
290. Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	-48.843	-37.500
330. Utile di esercizio di pertinenza di terzi	-4.685	-3.867
H. Risultato d'esercizio di pertinenza della Capogruppo	141.256	129.803

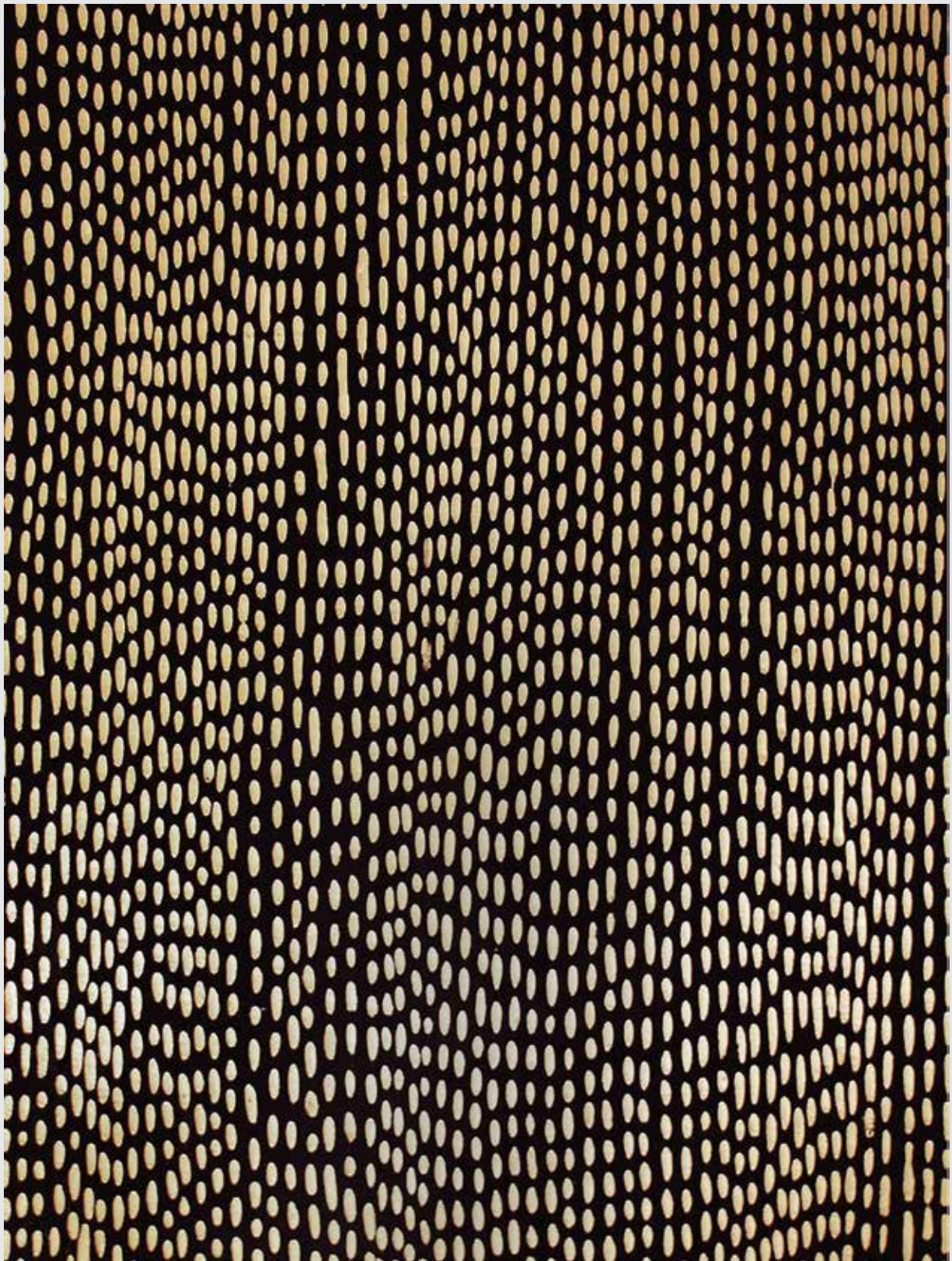
(1) Il dato differisce da quello del conto economico esposto nel fascicolo di Bilancio in quanto i compensi corrisposti alla rete dei Promotori Finanziari sono stati riclassificati tra le "Spese per il personale". Il dato al 31.12.2012 è stato riesposto al fine di escludere solo gli oneri relativi alla rete di Promotori Finanziari di Banca Generali.

(2) Il dato differisce da quello del conto economico esposto nel fascicolo di Bilancio per l'esclusione delle imposte indirette e tasse e delle elargizioni e liberalità (esposte a voce propria).

(3) Il dato differisce da quello del conto economico esposto nel fascicolo di Bilancio in quanto comprende i compensi corrisposti alla rete dei Promotori Finanziari.

(4) Dato esposto a voce propria nello schema di determinazione del Valore Aggiunto.

(5) Lo schema relativo al 2012 è stato riesposto per tenere conto degli effetti dello IAS19 revised.



Venturino Venturi - Opera cinetica. Legno intagliato e inchiostro, 1967, 121 x 96. Da "Dentro il Labirinto", mostra organizzata da Banca Generali presso il Museo Diocesano di Milano dal 3 ottobre al 24 novembre 2013.

3

3

RELAZIONE SOCIALE

Gli stakeholder

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 pre-stabiliti 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 group, 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.



Venturino Venturi - Ritratto di Beppina. Cemento, 1943, h 43. Da "Dentro il Labirinto", mostra organizzata da Banca Generali presso il Museo Diocesano di Milano dal 3 ottobre al 24 novembre 2013.



3.1

I CLIENTI

1. Caratteristiche della clientela

Dimensione e caratteristiche della clientela

Nel 2013, nonostante un contesto economico non particolarmente favorevole, il patrimonio complessivamente gestito dalla Banca (Asset Under Management) è cresciuto dell'11%. La leggera flessione del numero di clienti (-3%) rispetto al 2012 è stata

infatti dovuta alla riduzione del numero di clienti residuali, cioè di quella fascia di clientela con un patrimonio molto limitato investito nel Gruppo.

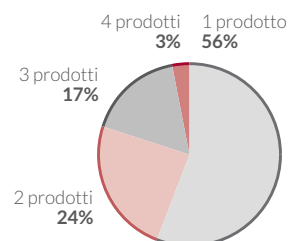
Numero di clienti e AUM

	2013	2012	VAR. %
N. clienti	228.137	235.468	-3%
Asset Under Management (mld euro)	29,1	26,1	+11%

Distribuzione clienti per numero prodotti sottoscritti con il gruppo bancario

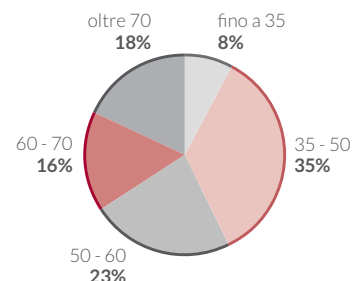
CROSS SELLING	2013	%	2012	%
1	127.096	56%	138.649	59%
2	55.025	24%	54.373	23%
3	38.974	17%	35.440	15%
4	7.042	3%	7.006	3%
Totale	228.137	100%	235.468	100%

In costante aumento il numero dei clienti che hanno sottoscritto almeno 2 prodotti con Banca Generali, sia in termini assoluti che di peso percentuale sul numero totale dei clienti, a conferma del livello di soddisfazione e gradimento rispetto al livello di consulenza e servizio offerto.



Distribuzione clienti per fascia d'età

ETÀ (ANNI)	2013	%	2012	%
Fino a 35	17.751	8%	20.093	9%
35 - 50	78.338	35%	87.783	38%
50 - 60	51.484	23%	50.312	22%
60 - 70	36.723	16%	36.851	16%
Oltre 70	39.415	18%	36.664	16%
Totale*	223.711	100%	231.703	100%



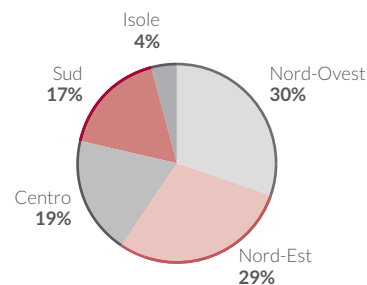
*Il totale clienti non corrisponde a quello indicato nelle tabelle precedenti perché, per alcuni clienti, il dato relativo alla fascia d'età non è disponibile.

Rimane netta la prevalenza di clientela compresa nella fascia dai 35 ai 60, ovvero la popolazione che produce reddito, oltre ad avere disponibilità patrimoniali (mobiliari e immobiliari). In

crescita il numero di clienti ultra settantenni, dato in linea con l'invecchiamento della popolazione italiana.

Distribuzione clienti per area geografica

AREA GEOGRAFICA	2013	%	2012	%
Estero	694	0%	702	0%
Centro	43.507	19%	46.170	20%
Isole	9.813	4%	10.300	4%
Nord-Est	66.386	29%	67.802	29%
Nord-Ovest	68.422	30%	70.209	30%
Sud	39.315	17%	40.285	17%
Totale	228.137	100%	235.468	100%



La distribuzione territoriale della clientela continua a evidenziare un forte radicamento nel Nord Italia (complessivamente il 59% del totale) ove maggiore è la distribuzione della ricchezza del Paese.

Distribuzione clienti per sesso d'appartenenza

SESSO	2013	%	2012	%
Donne	91.831	41%	93.435	40%
Uomini	131.880	59%	138.234	60%
Totale*	223.711	100%	231.669	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.

Sostanzialmente invariata la suddivisione della clientela per sesso d'appartenenza: il 59% è rappresentato da uomini e il 41% da donne.

2. Relazioni con la clientela

Politiche di prodotto e servizio

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

- Correttezza nel comportamento aziendale: il Gruppo svolge la propria attività nel rispetto della legge, dei regolamenti interni e dell'etica professionale, che impegnano sia i dipendenti che i Financial Planner e Private Banker su tutto il territorio.
- Responsabilità sociale d'impresa: il Gruppo vuole contribuire in modo concreto a uno sviluppo economico e sociale basato sul rispetto dei diritti umani fondamentali e del lavoro e sulla tutela ambientale, promuovendo la cultura della sostenibilità nell'ambito di tutte le proprie sfere d'influenza, in particolare presso il Personale, i clienti e fornitori.
- Dati personali e privacy: i dati personali sono trattati in modo corretto nel rispetto dei diritti in materia di privacy, assicurandone l'inaccessibilità ai terzi, se non per giustificati motivi aziendali o in presenza di apposito mandato esterno.
- Conflitti d'interesse: il Gruppo ha adottato una specifica policy interna per evitare i conflitti d'interesse e, qualora ciò non fosse possibile, per gestirli in modo da non negare pregiudizio al Gruppo e alla clientela.
- Libera concorrenza e Antitrust: il Gruppo riconosce la libera concorrenza quale fattore fondamentale per lo sviluppo degli affari e dei risultati aziendali.
- Informativa Finanziaria: il Gruppo da sempre punta su un'informativa finanziaria completa e accurata relativa ai prodotti e ai servizi offerti affinché i clienti possano prendere decisioni consapevoli.
- Lotta alla corruzione e alla concussione: il Gruppo condanna e contrasta la corruzione e la concussione in ogni forma.
- Antiriciclaggio: il Gruppo è impegnato nella lotta internazio-

nale al riciclaggio e al finanziamento del terrorismo, contrastando ogni comportamento che possa essere interpretato come di sostegno a questi fenomeni criminali.

- Rapporti con i clienti: la soddisfazione dei clienti è un fattore chiave nell'ambito della visione strategica del Gruppo in quanto consente il rafforzamento e il miglioramento della propria posizione di leadership.

Nel rispetto dei principi generali sopra esposti, nel corso del 2013 l'innovazione dei prodotti e servizi del Gruppo Banca Generali ha riservato particolare attenzione alle seguenti tematiche:

Assenza di conflitto di interessi in una piattaforma ad architettura aperta, attraverso:

- il continuo sviluppo di BG Selection SICAV, la piattaforma di fondi di fondi di Generali Fund Management (GFM), da oltre 5 anni prodotto di punta di Banca Generali e ai vertici dell'innovazione nel mercato italiano del risparmio gestito, che permette al cliente di scegliere, in un unico prodotto, i migliori gestori internazionali e le strategie di investimento più innovative. Nel 2013 sono stati lanciati quattro nuovi comparti di BG Selection, per un totale di 43 comparti differenziati per strategia di investimento, asset class, e profilo di rischio, con possibilità di investimento in un'unica soluzione o in un piano di accumulo;
- il riposizionamento strategico di BG SICAV, la soluzione di risparmio gestito di Generali Fund Management (GFM) per l'investimento in titoli, che nel 2013 è stata oggetto di importanti sforzi di innovazione, con il lancio di 3 nuove strategie obbligazionarie globali, affidate a 3 primari gestori internazionali, in grado di garantire al cliente la massima flessibilità;
- il continuo arricchimento dell'offerta *multibrand* con il lancio di 95 nuovi comparti di gestori terzi, per un totale di oltre 1.200 prodotti gestiti da 25 società italiane ed estere;

- il lancio, a inizio 2014, di “BG Stile Libero”, la nuova polizza multiramo che si propone come una soluzione innovativa che unisce investimento finanziario, ottimizzazione fiscale, coperture assicurative e servizi personalizzabili. La soluzione permette di scegliere tra un universo investibile ampio (fino a 1.000 comparti nel corso del 2014 di oltre 20 partner internazionali) e diversificato per asset class, aree geografiche e stili di gestione.

Protezione degli investimenti delle famiglie, attraverso:

- la garanzia di parte dell’investimento nonché la protezione del capitale in caso di decesso offerta dalla nuova polizza multiramo “BG Stile Libero”. Parte del capitale può, infatti, essere investito nella Gestione Separata Ri.Alto e la copertura assicurativa garantita dalla TCM consente di tutelare i propri cari avendo cura del patrimonio di famiglia;
- la protezione del capitale investito alla scadenza con la gestione patrimoniale BG Target che offre al cliente la possibilità di scegliere tra 8 linee di gestione multi-manager e 6 durate medio lunghe (da 6 a 18 anni) con diversi livelli di partecipazione azionaria. A inizio 2014 le scadenze più brevi sono state chiuse per tutelare i clienti visto l’attuale scenario di tassi di interesse;
- 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 particolare, nel corso del 2013 è stata lanciata la polizza “BG Cedola Più”, che permette di integrare il reddito familiare attraverso una cedola periodica, nonché due promozioni, nel primo e nel secondo semestre, sul prodotto multiramo “BG New Security” consistenti in un extra rendimento riconosciuto ai clienti sui nuovi investimenti;
- i piani di accumulo con versamenti di piccolo importo e con periodicità mensile/infrannuale, sia su prodotti di risparmio gestito che assicurativo, per consentire di accantonare piccole cifre pianificando i flussi finanziari del nucleo familiare, con la flessibilità di poter sospendere, modificare o interrompere i versamenti;
- la protezione da eventi imprevisti del futuro della famiglia con la polizza BG Tutela, grazie alla liquidazione di un capitale ai beneficiari designati;
- la tutela dei beni della famiglia, le polizze sulla casa di Generali per la protezione dell’abitazione e della vita familiare con garanzia di copertura in caso di danni causati a terzi, danni al fabbricato e al suo contenuto;
- la protezione del futuro dei figli con la polizza BG 18 anni, un piano di risparmio con bonus fedeltà del 5% riconosciuto

alla scadenza del contratto, con il quale finanziare gli anni di studio ovvero contribuire alle loro prime grandi spese quali l’auto e la casa.

Sviluppo di servizi bancari per le famiglie e le categorie sociali più deboli, attraverso:

- il lancio del servizio “Bilancio Familiare”, un nuovo modo di leggere il conto corrente online, che permette di tener sotto controllo il budget familiare in modo facile e veloce e di essere sempre informati sulle entrate e le uscite del proprio conto;
- servizi flessibili che consentono l’accredito sul conto corrente di flussi di reddito integrativi nel corso dell’anno, sia con la polizza “BG Cedola Più”, sia con i servizi di decumulo e cedola della polizza multiramo “BG Stile Libero” lanciata a inizio 2014;
- il lancio del nuovo bancomat e-commerce, utilizzabile per effettuare anche pagamenti online in totale sicurezza, nonché di BG MasterPass (in collaborazione con Mastercard), il portafoglio virtuale che consente di effettuare acquisti online sicuri e veloci;
- la proposta di carte prepagate senza spese di conto corrente, disponibili per tutte le tipologie di conto corrente a catalogo;
- l’offerta di mutui e prestiti di primarie istituzioni finanziarie terze per favorire e tutelare l’investimento immobiliare residenziale dei propri clienti;
- il lancio della carta conto BG GO!, un prodotto pensato per un target di clienti giovani che, con un canone annuo ridotto, mette a disposizione tutti i principali servizi collegati a un conto corrente;
- il lancio di BGnext.it, il minisito di Banca Generali per presentare e illustrare i prodotti commerciali e le iniziative pensati per i più giovani;
- l’offerta di conti correnti con condizioni ad hoc per associazioni che raggruppano famiglie di disabili (es. Onlus e l’Anatroccolo) o che sostengono la ricerca scientifica sulle malattie più rare (es. AISM – Associazione Italiana Sclerosi Multipla) e la semplificazione della gamma dei conti correnti con l’obiettivo di avere prodotti diversificati per le diverse esigenze (es. famiglia, giovani, pensionati) e garantire servizi sempre più completi;
- l’offerta del “Conto di Base” con operatività limitata per pagamenti tramite bonifico e carta di debito, in linea con le iniziative assunte dal Governo in tema di limitazione dell’uso di contante e promozione degli strumenti elettronici di pagamento.

Controllo dei rischi e supporto ai clienti nella gestione degli investimenti, attraverso:

- la conoscenza del cliente per valutare concretamente e in maniera mirata l'idoneità dei prodotti distribuiti a soddisfare i relativi bisogni di investimento;
- lo sviluppo e la distribuzione di un'offerta commerciale basata sulla conoscenza del proprio target di clientela. La selezione dei prodotti oggetto di offerta tiene conto non solo della distribuzione della clientela nell'ambito dei sei profili finanziari (basso, medio-basso, medio, medio-alto, alto, molto alto), definiti dal Gruppo Bancario sulla base di risposte puntuali fornite dai clienti e derivanti dall'applicazione degli algoritmi utilizzati per la profilazione della clientela stessa, ma anche di altri elementi quali i criteri anagrafici (età e sesso) e socio-demografici (professione, titolo di studio o distribuzione geografica). Il profilo di conoscenza del cliente è inoltre ulteriormente integrato con informazioni relative al patrimonio investito con Banca Generali in termini non solo di asset investiti ma anche di numero e tipologia di prodotti sottoscritti;
- l'attribuzione preventiva del profilo finanziario di tutti i clienti attraverso la compilazione di uno specifico questionario conoscitivo contenuto nella "Carta della Relazione con il Cliente", aggiornata e 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 appositamente sviluppata, che è stata ulteriormente implementata prevedendo tra l'altro specifici controlli per la distribuzione dei cosiddetti prodotti illiquidi (cioè quei prodotti che presentano un "rischio di liquidità"¹ quali ad es. unit linked, obbligazioni strutturate). Nel valutare

l'adeguatezza del prodotto offerto viene tenuto in particolare considerazione anche l'orizzonte temporale dagli stessi dichiarato. Per garantire una maggiore tutela degli interessi del cliente, tale valutazione viene svolta ogni volta che gli stessi forniscono tutte le informazioni necessarie all'analisi e non solo nei casi espressamente previsti dalla normativa;

- l'assistenza della rete distributiva, 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;
- la progettazione e la successiva fase di start up del Nuovo Modello di Servizio che porterà alla realizzazione di una nuova piattaforma di consulenza integrata. Il nuovo modello di servizio mira ad aumentare la conoscenza del cliente in termini di patrimonio, famiglia e propensione ai rischi, con l'obiettivo di offrire un approccio a 360°, nonché costruire un approccio integrato nella gestione dei rischi della clientela della Banca.

Attenzione alla chiarezza e trasparenza nella comunicazione ai clienti, attraverso:

- la revisione dei Rendiconti delle Gestioni Patrimoniali, in coerenza con il nuovo modello di rendicontazione della banca (estratti conti corrente e dossier titoli) che prevede contenuti ampliati e una più chiara modalità espositiva, orientato a offrire informazioni aggregate di immediata lettura grazie anche all'uso del colore e a grafici di sintesi;
- la strutturazione del progetto di comunicazione del nuovo prodotto "BG Stile Libero", adottando uno stile univoco e un linguaggio chiaro e comprensibile declinato su tutti i vari strumenti di informazione alla clientela, sia tradizionali che digitali;
- la predisposizione del materiale informativo riguardante il nuovo servizio di Firma Sicura Biometrica;
- la conclusione del progetto di revisione delle comunicazioni ai clienti successive all'apertura dei rapporti, rendendo più chiara e immediata la lettura delle stesse, con un layout coerente a quello delle rendicontazioni periodiche della banca.

¹ Definizione tratta dalla 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 e 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 a tematiche relative all'ambiente e alla salute dei cittadini, attraverso:

- l'offerta di prodotti "socialmente responsabili²" (ovvero fondi di investimento e SICAV che investono solo in società e imprese che soddisfano determinati requisiti etici, sociali e di governance). Nel 2013 sono 31 i comparti di SICAV terze, che investono nelle aziende eccellenti per corporate governance e rispetto ambientale, o che investono nella "green economy";
- la disponibilità di una tariffa agevolata per i non fumatori nel-

la 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;

- il servizio Doc@nline, sempre gratuito e progressivamente ampliato nel numero di comunicazioni disponibili online, con l'obiettivo di incentivare la clientela all'utilizzo del servizio di gestione dei documenti informativi direttamente via Internet, con evidenti vantaggi in termini di impatto ambientale derivanti dal non utilizzo della carta.

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 Financial Planner e dai Private Banker, affinché i clienti possano scegliere i prodotti che meglio rispondono alle loro esigenze e caratteristiche.

Alla rete distributiva di Financial Planner 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.

Nel corso del 2013 sono stati fatti ulteriori sviluppi all'interno della strategia digitale di Banca Generali, focalizzata su una sempre maggiore vicinanza alla propria clientela. A conferma dei risultati raggiunti, la Banca è stata premiata nel corso dell'anno dall'Osservatorio Finanziario tra le prime dieci banche con i migliori servizi di Home Banking in Italia. Tra le funzionalità più rappresentative il Bilancio Familiare, un nuovo servizio che consente di tenere sotto controllo i movimenti di conto corrente, per gestire il risparmio con semplicità pianificando al meglio le proprie spese.

Per premiare i clienti del servizio di Home Banking di Banca Generali, è stato promosso il grande concorso "Vinci con l'Home

Banking di Banca Generali", l'iniziativa a premi che ha favorito l'utilizzo dei servizi online dimostrandone la praticità, economicità e facilità di accesso dall'ufficio o in mobilità, risparmiando tempo, con un semplice click.

Nella strategia digitale della Banca si inserisce, inoltre, lo sviluppo di minisiti quali ambienti ideali per veicolare soluzioni di investimento e nuovi contenuti e iniziative. Esempi rappresentativi il lancio, nel 2013, di BGnext.it, minisito rivolto ai giovani e, nel corso del primo semestre 2014, del minisito dedicato alla polizza "BG Stile Libero".

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 2013 ottime prestazioni. Il numero di chiamate accolte dai sistemi di risposta automatici (IVR) sono state 452.688. Di queste, il 62,5% sono state soddisfatte dai servizi automatici mentre per il restante 37,5% i clienti hanno richiesto l'assistenza di un operatore. I tempi di risposta delle 169.924 chiamate accolte dagli operatori, si sono attestati intorno ai 16 secondi nell'anno (34 secondi nel 2012), con una percentuale di chiamate perse inferiore del 1% (in linea con il 2012).

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 Con-

sortio Patti Chiari, cui ha aderito fin dal 2005. Nell'ambito di tale collaborazione è stata promossa l'iniziativa "Impegni per la qualità", che ha coinvolto a partire dal 2010 tutta la rete distributiva del Gruppo Bancario in attività di formazione. Il piano formativo di Banca Generali garantisce l'aggiornamento costante alla rete

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

di Financial Planner, Private Banker e Relationship Manager, affinché essi stessi possano essere portavoce verso la clientela finale dei progetti e obiettivi perseguiti dal Consorzio.

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 2013 oltre 2.500 clienti e prospect hanno partecipato agli eventi organizzati in tutta Italia da Banca Generali, un dato in forte crescita rispetto all'anno precedente, segno della capacità della Banca di coinvolgere gli individui su tematiche economico-finanziarie nonché l'interesse di questi ultimi per le stesse.

Dialogo con la clientela

Customer satisfaction

Banca Generali è impegnata nell'ascolto continuo dei propri clienti, in merito alle loro esigenze e 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 Financial Planner 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 2.000 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 a 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 2013, espressione delle interviste telefoniche a

165 Financial Planner e Private Banker di Banca Generali, hanno confermato il livello generale di soddisfazione della rete con una valutazione media complessiva elevata a dimostrazione dell'attenzione riservata alla clientela.

Comunicazione di marketing

I principi enunciati adottati dal Gruppo e le direttive delle Autorità di Vigilanza regolano i contenuti delle comunicazioni di marketing di Banca Generali. La Compliance Policy istituita dal Gruppo bancario è finalizzata alla promozione di una cultura aziendale improntata al rispetto delle norme sia nel loro aspetto pratico che nel loro spirito, così come mira ad assicurare il rigoroso rispetto delle prescrizioni normative e di autoregolamentazione applicabili. Nel 2013 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

Per Banca Generali, la gestione delle politiche di sicurezza e privacy è elemento fondamentale per tutelare la riservatezza dei propri clienti.

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 I.T. Telecom Global CA/GTE CyberTrust Global Root. Sempre per il sito clienti, già dal 2010, sono stati attivati specifici servizi volti a prevenire operazioni informatiche fraudolente.

Per gli accessi della clientela tramite i canali telematici (internet e call center) è stato adottato un sistema a doppio livello di codici che prevede l'utilizzo di un codice identificativo e una password personalizzabile abbinata a una security card con terne dinamiche per la conferma delle operazioni dispositive. A partire da aprile 2012 è stato attivato il servizio Secure Call, finalizzato all'utilizzo del cellulare del cliente come strumento di riconoscimento per le disposizioni impartite da internet: per confermare la disposizione il cliente deve chiamare con il proprio cellulare un Numero Verde dedicato e deve digitare, dal cellulare, una password riservata generata di volta in volta dal sistema e visualizzata sul sito.

Nell'ambito della gestione e del controllo delle attività degli amministratori di sistema, è presente una specifica normativa interna volta a tracciare in modo preciso le modalità con le quali vengono assegnate le abilitazioni alle funzioni operative di tutto il personale.

Istanze privacy

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

- Reclamo: segnalazione circostanziata, che riporta i fatti, le norme violate e i provvedimenti richiesti; può essere presentato senza particolari formalità.
- Richiesta di informazione e di esibizione: richieste di verifica di esistenza di informazioni all'interno della banca dati.

- Richiesta di cancellazione dei dati o trasformazione in forma anonima: richieste che rendono inutilizzabili i dati per fini che non siano strettamente strumentali al rapporto in essere con la banca.
- Segnalazioni all'Autorità Garante/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.

Le segnalazioni relative a richieste formulate ai sensi dell'esercizio dei diritti di cui all'art. 7 del Codice Privacy pervenute nel corso del 2013 sono di seguito dettagliate:

TIPOLOGIA RICHIESTA	NUMERO
Richieste di accesso ai dati	2
Richieste di cancellazione dei dati	2
Revoche commerciali	342
Reclamo	1
TOTALE	347

Nel corso del 2013, per l'intero Gruppo Banca Generali, risulta pervenuto alla funzione competente n. 1 reclamo, respinto, attinente l'applicazione della normativa privacy.

4. Contenzioso

Al 31 dicembre 2013 il Gruppo risultava coinvolto in 100 vertenze legali attive o passive generate dall'attività bancaria a fronte delle numero 120 vertenze in essere al 31 dicembre 2012.

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 Contenzioso e 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 Bancario Finanziario;
5. Disposizioni della Banca d'Italia sui sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie in materia di operazioni e servizi bancari e finanziari del 18 giugno 2009;
6. Provvedimento di Banca d'Italia del 29 luglio 2009 in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari e correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti;
7. Delibera CICR n. 275 del 29 luglio 2008 recante "Disciplina dei sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie con la clientela ai sensi dell'articolo 128-bis del Decreto Legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e successive modificazioni";
8. D.Lgs. n. 385 del 1° settembre 1993 - Testo Unico Bancario;
9. Regolamento Consob n. 16763 del 29 dicembre 2008;
10. D.Lgs. n. 28 del 4 marzo 2010 e Regolamento esecutivo del Ministero della Giustizia n. 180 del 18 ottobre 2010.

Il cliente può presentare un reclamo per iscritto tramite posta, fax, telegramma, e-mail e mediante consegna a mano presso le succursali, i centri private, gli uffici di rappresentanza o altre sedi della Banca. Le segnalazioni vengono analizzate dall'Unità Organizzativa Contenzioso e Reclami, che aggiorna appositi registri elettronici per tenere evidenza della documentazione, verificare e monitorare le diverse fasi della gestione in modo da 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 2013 sono pervenuti n. 348 reclami da parte dei clienti del Gruppo Bancario (rispetto ai 293 dell'esercizio 2012), di cui n. 221 relativi ai servizi di investimento e accessori e n. 127 relativi a operazioni e servizi bancari e finanziari.

Il tempo medio complessivo di evasione dei reclami (consumatori

e investitori) è stato pari a n. 41 giorni. Si precisa che il tempo medio di evasione dei soli reclami investitori è stato pari a n. 57 giorni, mentre il tempo medio di evasione dei soli reclami consumatori è stato pari a n. 25 giorni.

Banca d'Italia ha disciplinato il sistema di risoluzione stragiudiziale delle controversie fra banche e clienti denominato Arbitro Bancario Finanziario (ABF), istituito con Delibera CICR (Comitato Interministeriale per il Credito e il Risparmio) n. 275 del 29 luglio 2008, al quale tutte le banche e gli intermediari finanziari devono aderire.

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

Nell'anno 2013, sono stati presentati all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF) n. 13 ricorsi. Otto di tali ricorsi sono stati accolti dall'Arbitro Bancario Finanziario. Quattro ricorsi sono stati respinti dall'Arbitro Bancario e Finanziario. Risulta ancora pendente la decisione relativa a un solo ricorso.

N. 12 dei 13 ricorsi sottoposti alla decisione del Collegio riguardavano contestazioni vertenti in materia di esecuzione di operazioni bancarie. Nel dettaglio: n. 8 di questi 12 ricorsi hanno avuto per oggetto il disconoscimento di operazioni di bonifico disposte attraverso il sistema di internet banking (c.d. "phishing"); n. 1 ricorso risultava vertere sulla contraffazione di assegni presentati all'incasso; un ricorso riguardava le condizioni applicate al rapporto intercorso; n. 2 ricorsi risultavano avere per oggetto la sottrazione di somme a seguito del furto di carte bancomat. L'ultimo ricorso è risultato essere inerente alla gestione dei rapporti bancari e di investimento a seguito della apertura di una pratica di successione mortis causa. A seguito dell'adempimento delle decisioni dell'ABF, la Banca ha provveduto alla corresponsione di Euro 47.982,66.

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

- il ricorso all'Ombudsman - Giurì bancario;

- il servizio di conciliazione;
 - il servizio di arbitrato.

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

Il servizio di conciliazione è invece specializzato nella mediazione nel campo delle controversie relative a 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 amiche-

vole per la composizione di una controversia, sia nella formulazione di una proposta per la risoluzione della stessa.

Nel corso dell'anno 2013 sono stati presentati n. 2 ricorsi all'Ombudsman – Giurì bancario da parte di clienti della Banca. Uno di tali ricorsi è stato giudicato dal collegio inammissibile mentre per l'altro non risulta pervenuto l'esito. Le controversie sottoposte al giudizio del Collegio riguardavano contestazioni in materia di prodotti di risparmio amministrato.

Infine, nell'anno sono state presentate alla Banca n. 16 istanze di mediazione. Le suddette istanze hanno avuto per oggetto contestazioni relative: i) all'operato dei promotori finanziari (6 casi); ii) alla ritardata esecuzione di ordini impartiti dalla clientela (2 casi); iii) alla contestata operazione di acquisto titoli (2 casi); iv) al malfunzionamento carta bancomat (1 caso); v) alla refusione di importi sottratti a mezzo phishing (1 caso); vi) alla perdita subita su investimenti in titoli (2 casi); vii) alla inadeguatezza della informativa ricevuta all'atto dell'investimento (1 caso); viii) alla nullità del contratto di gestione rimborsato poiché gravato da pegno (1 caso).

6. Stakeholder engagement

L'attività di stakeholder engagement di Banca Generali negli ultimi due anni si è data come priorità quella di individuare iniziative di supporto e incoraggiamento per il Paese in un momento che continua a essere segnato dalla peggiore crisi economica dal dopoguerra.

A seguito di valutazioni interne, abbiamo individuato tre categorie, tra le molte, verso le quali indirizzare il nostro impegno: gli imprenditori, la famiglia e le giovani generazioni. Al riguardo segnaliamo che uno spunto importante ci è stato fornito dall'Associazione E.DI.VA - Etica, Dignità e Valori Onlus, che da anni si è fatta portatrice di una campagna di sensibilizzazione sul tema del sostegno alle famiglie e alle giovani generazioni.

Il sostegno agli imprenditori e alle famiglie vuole essere un segnale concreto per il presente mentre le iniziative a favore delle giovani generazioni vogliono soprattutto veicolare un messaggio di ottimismo per il futuro.

Nel corso del 2013 Banca Generali ha continuato a supportare i propri clienti sotto il profilo creditizio, con particolare attenzione al sostentamento - anche per via indiretta - del settore delle piccole medie imprese, settore che da tempo risente negativamente di una condizione economica fattasi sempre più difficile e di una stretta del credito bancario.

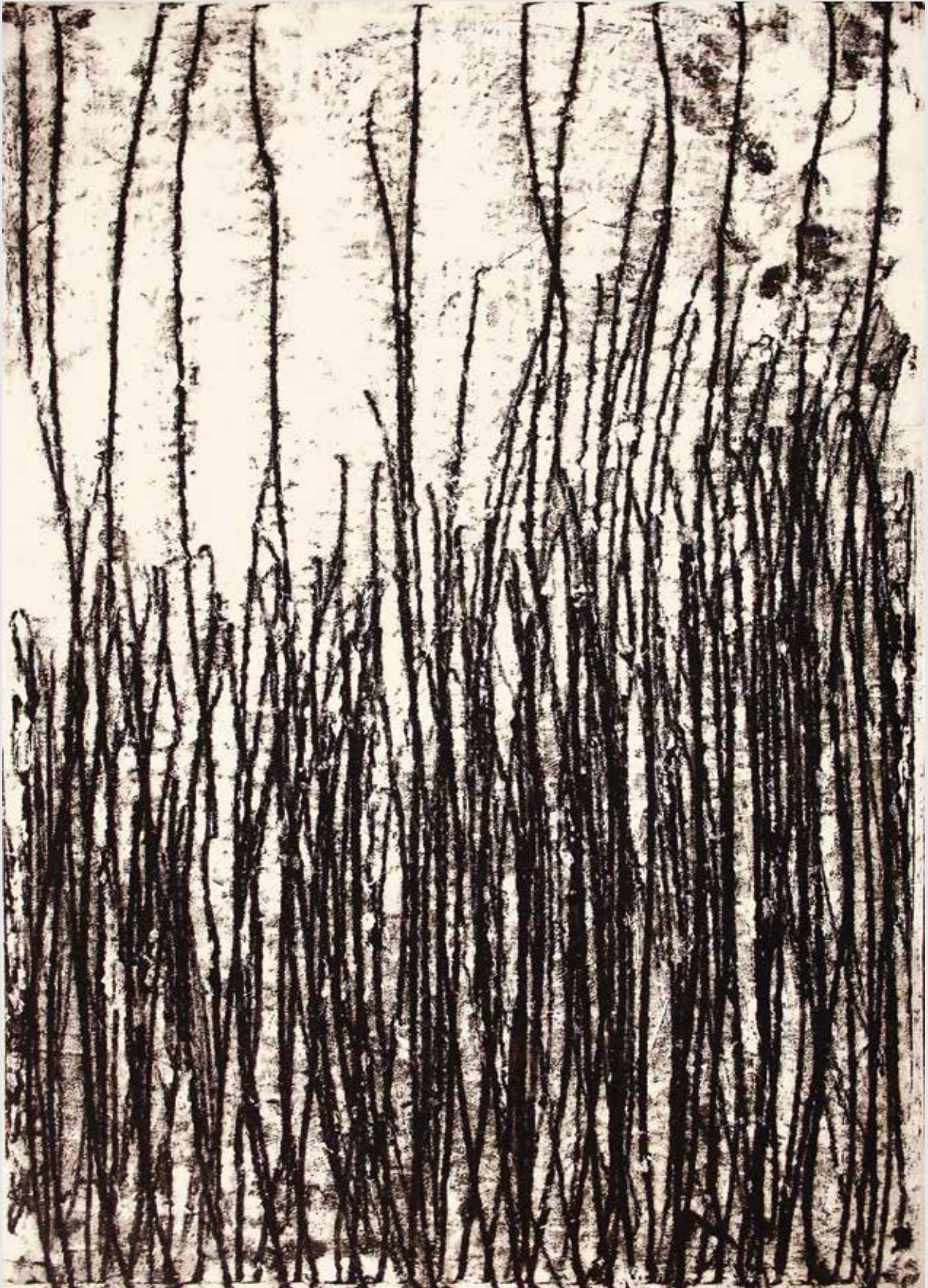
A dimostrazione di tale impegno, seppur proporzionalmente alle proprie dimensioni, sono state concesse a supporto di imprenditori e indirettamente di tutte le famiglie di lavoratori che a essi fanno riferimento nuove linee di credito per circa 360 milioni di euro e ulteriori 270 milioni di euro in favore di imprese riconducibili alla nostra clientela.

Nel corso del 2013 sono state confermate e rilanciate diverse iniziative legate al tema della protezione e del benessere delle famiglie attraverso una ampia serie di prodotti assicurativi (in aggiunta alla protezione in caso di decesso del capofamiglia, la protezione dei propri cari e del patrimonio di famiglia in caso di decesso dell'assicurato nonché l'assicurazione per la protezione dell'abitazione familiare) e servizi bancari, tra cui vogliamo segnalare in particolare l'offerta di conti correnti con condizioni ad hoc per associazioni che raggruppano famiglie con disabili o che sostengono la ricerca scientifica sulle malattie più rare. È proseguita inoltre l'offerta di mutui e prestiti di primarie istituzioni finanziarie terze volta a favorire l'investimento immobiliare. Per soddisfare la necessità delle famiglie di tenere sotto controllo il budget familiare è stato lanciato il Bilancio Familiare, un nuovo servizio che consente di tenere sotto controllo i movimenti di

conto corrente, per gestire il risparmio con semplicità pianificando al meglio le proprie spese. Abbiamo dato risposta al notevole sviluppo degli acquisti online attraverso il lancio del nuovo bancomat e-commerce, nonché di BG MasterPass, il portafoglio virtuale che consente di effettuare acquisti su internet con velocità e in totale sicurezza. Infine, in ottica di protezione degli investimenti delle famiglie, è continuata l'offerta di linee di gestione con protezione del capitale investito a scadenza, nonché di polizze assicurative con garanzia del capitale anche in caso di disinvestimento prima della scadenza, quali in particolare "BG Cedola Più", che consente di ottenere un flusso di reddito periodico.

Per le giovani generazioni abbiamo sviluppato in questi ultimi tre anni delle soluzioni mirate alla protezione del risparmio e del benessere familiare, in linea con la nostra attività aziendale. Nello specifico sono stati realizzati dei prodotti di risparmio dedicati ai giovani, quali la Polizza BG 18 anni, con la quale creare un capitale destinato ai figli e alla realizzazione dei progetti per il loro futuro. Abbiamo inoltre promosso il conto deposito BG 10+ che consente ai giovani di avere un conto su cui far confluire e accrescere i propri risparmi, con la supervisione di un adulto che di fatto lo gestisce. Per veicolare loro soluzioni di investimento e nuovi contenuti e iniziative è stato lanciato, nel corso del 2013, il minisito BGnext.it mentre per rispondere alla necessità di gestione quotidiana del denaro è stata lanciata, sempre nel 2013, la carta conto BG GO!, un prodotto appositamente pensato per un target di clienti giovani che, con un canone annuo ridotto, mette a disposizione tutti i principali servizi collegati a un conto corrente.

A fianco di questi nuovi prodotti e servizi, abbiamo ritenuto importante portare avanti anche iniziative di carattere culturale e formativo per i giovani legate al tema dell'educazione finanziaria e dell'importanza del risparmio. Abbiamo infatti rinnovato il sostegno alla campagna "Un Campione per Amico", presente nelle principali piazze italiane con la collaborazione di quattro campioni dello sport, che specificatamente punta a coinvolgere i più giovani al tema dell'educazione finanziaria attraverso lo sport e il gioco. Abbiamo inoltre in programma un'iniziativa sul tema dell'educazione finanziaria per i ragazzi delle scuole superiori in collaborazione con l'Associazione E.DI.VA.



Venturino Venturi - Informale. Olio su carta, 1966, 112 x 83,5. Da "Dentro il Labirinto", mostra organizzata da Banca Generali presso il Museo Diocesano di Milano dal 3 ottobre al 24 novembre 2013.

3.2

LA RETE DISTRIBUTIVA

1. Caratteristiche fondamentali

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

Coerentemente viene dedicata la massima attenzione al profilo umano e professionale di questi collaboratori dedicati al servizio della clientela, in quanto, pur giovandosi delle più moderne risorse offerte dalla tecnologia e dalla multicanalità (servizi telematici e di call center, oltre a numerosi uffici e filiali sparsi sul territorio) il rapporto consulenziale identifica il cuore della prestazione offerta da Banca Generali dal momento che il target di utenti di riferimento per la gran parte esprime istanze complesse, che ri-

chiedono soluzioni personalizzate. Per questi motivi viene dedicata una particolare cura sia alla selezione dei consulenti che alla loro successiva crescita professionale.

La rete distributiva e consulenziale di Banca Generali è il risultato di un'evoluzione che ha visto negli anni l'aggregazione di diverse reti di Promotori Finanziari e di banche "private". In concomitanza con questi processi di integrazione è stato avviato un profondo processo di selezione che ha portato alla graduale fuoriuscita delle professionalità meno adeguate al modello perseguito, progressivamente compensata dalla contemporanea acquisizione di figure professionali di eccellenza presenti sul mercato della distribuzione dei servizi finanziari, attratte dal modello rappresentato dalla Banca.

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

2. Dimensione e composizione

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

- i Financial Planner, più votati a relazionarsi con clientela affluente;

TIPOLOGIA DI COLLABORATORI	2013	2012
Divisione Financial Planner	1.141	1.137
Divisione Private Banking	334	316
Totale Banca Generali	1.475	1.453

Il processo di sviluppo qualitativo della rete nel 2013 è testimoniato dal significativo aumento di Private Banker a fronte di una lieve consolidamento del numero degli altri Promotori Finanziari.

In particolare nel 2013 sono entrati a far parte delle strutture di Banca Generali 81 nuovi professionisti, attentamente selezionati, con solida esperienza del settore o bancaria che, avvantaggiandosi della vastissima gamma di opportunità d'investimento offerte dalla banca, hanno potuto soddisfare più compiutamente

- i Private Banker (legati alla società da contratti di lavoro sia autonomo -277- che dipendente -57 Relationship Manager-) inseriti nella divisione Private Banking, specializzati nella relazione con clientela private.

le esigenze dei sottoscrittori, nel rispetto dei singoli profili di rischio. Ciò ha fatto sì che si realizzasse un surplus rispetto al mero ricambio degli operatori in uscita, determinato anche da pensionamenti o cambi attività, normali in una struttura ormai consolidata. In effetti il turnover della rete di Banca Generali è estremamente ridotto (5% circa -numero uscite sul numero medio dei consulenti) a testimonianza della fidelizzazione degli operatori esistenti e dell'attrattività della proposta di banca Generali verso il mercato.

Patrimoni gestiti

Anche nel 2013 si è registrato un andamento dei mercati finanziari estremamente volatile, che ha visto una ripresa dei mercati azionari più consolidati a fronte di una brusca discesa di quelli emergenti, in un quadro di generale discesa dei tassi di interesse a fronte di una situazione economica mondiale in cui sono proseguiti gli effetti della perdurante crisi economica, nonostante qualche localizzato sintomo di miglioramento. Proprio in contingenze così complesse si sono andate affermando le potenzialità

positive degli strumenti di risparmio gestito (esplicitata dalla forte raccolta netta realizzata nel 2013 dal mercato di riferimento) e in particolare di un'offerta in grado di coniugare l'utilizzo di un'ampia gamma di tali strumenti (e non solo) con un evoluto supporto consulenziale. Ciò è testimoniato dagli eccellenti risultati riscontrati dalle reti di Promotori Finanziari, nell'ambito delle quali Banca Generali ha assunto un ruolo di leadership.

PATRIMONI E CLIENTI	2013	2012
Numero medio clienti per Promotore Finanziario FP / PB	155	162
Media patrimonio per FP/PB (euro/milioni)	19,7	18,0
Media Raccolta Netta per FP/PB (euro/000)	1.352,2	1.102,3

Proprio in considerazione del contesto di mercato sopra descritto, i forti progressi che si evidenziano dai dati (elevate crescite a fronte di un consolidamento della clientela su basi più qualitative) vanno particolarmente valorizzati e sono da considerarsi sin-

tomo evidente anche della progresso qualitativo della rete, condizione necessaria per una effettiva soddisfazione della clientela di riferimento, fattore principe del successo commerciale di Banca Generali.

3. Struttura organizzativa della rete

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

RUOLI PROFESSIONALI	2013	2012
Manager 1° livello	20	20
Manager 2° livello	49	49
Executive Manager	44	53
Promotori Finanziari e Private Banker	1.362	1.331
Totale Gruppo Banca Generali	1.475	1.453

In Banca Generali, il numero di Manager in senso stretto (Manager di 1° e 2° livello, cioè coloro che sono posti più propriamente a riferimento delle figure professionali dedicate esclusivamente alla relazione con la clientela) non raggiunge il 5% sul totale della rete, contro il 20%-30% delle reti tradizionali, caratterizzate ancora da un elevato ricorso a strutture piramidali classiche, con forte spinta alla crescita quantitativa ed elevato turnover.

In coerenza con quanto più sopra osservato circa l'evoluzione qualitativa della rete distributiva, il numero dei Manager subisce una lieve riduzione (soprattutto nei profili dedicati a un'opera di formazione verso i Promotori Finanziari meno esperti: Executive Manager), con conseguente aumento dello span of control.

La struttura manageriale di Banca Generali, al servizio di una

compagine 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 terminali dell'attività, non il principale, stante l'elevata valorizzazione e professionalizzazione dei colleghi che svolgono l'attività consulenziale a diretto contatto con la clientela. Pertanto si accede ai ruoli manageriali solo in funzione della quantità e qualità del lavoro svolto, dei risultati conseguiti, del possesso di specifiche competenze, nonché di una forte dimensione di servizio, oltre che di guida e indirizzo.

Il turnover della rete (calcolato come numero di PF usciti in percentuale sul totale degli operatori medi) è uno dei più bassi del settore, pari a circa il 5%.

4. Ripartizione geografica, per sesso e per anzianità

La rete distributiva ha una presenza capillare sul territorio nazionale, con una maggior concentrazione, pari a circa due terzi dell'organico, nelle regioni del Centro-Nord rispetto al Centro-Sud, in coerenza con la distribuzione della ricchezza nazionale. La relativamente modesta presenza femminile, pari al 14,2% del totale, è in parte attribuibile al fatto che la professione di Promotore Finanziario ha visto un aumento del numero delle donne solo in anni recenti. Logico pertanto che vi sia una presenza ri-

dotta in una rete caratterizzata da un tasso di maturità professionale elevato. Per altro, la minor presenza femminile riflette i dati di settore che sono solo lievemente migliorativi (16%).

Un rapporto medio di collaborazione superiore a 12 anni, posto anche in relazione alla "gioventù" della Società, testimonia la stabilità della rete e il suo modesto turnover. L'anzianità anagrafica pari a circa 50 anni è in linea con la media del mercato di riferimento.

REGIONE	PF	PB	TOT.	% SU TOT.	% DONNE	ETÀ MEDIA			ANZIANITÀ MEDIA DI COLLABORAZIONE*		
						M	F	TOT.	M	F	TOT.
Piemonte	75	50	125	8,5%	19,2%	50,7	47,5	50,1	11,0	10,2	10,9
Valle d'Aosta	-	2	2	0,1%	0,0%	49,3	-	49,3	7,7	-	7,7
Lombardia	196	98	294	19,9%	16,7%	51,0	48,2	50,5	12,0	10,3	11,7
Trentino A. Adige	13	-	13	0,9%	7,7%	53,9	36,7	52,6	10,9	1,5	10,2
Veneto	126	25	151	10,2%	5,3%	51,1	47,4	50,9	12,3	11,1	12,2
Friuli Ven. Giulia	56	6	62	4,2%	11,3%	50,2	53,4	50,5	12,8	8,8	12,3
Liguria	45	50	95	6,4%	15,8%	54,2	52,7	54,0	12,7	12,8	12,7
Emilia-Romagna	155	29	184	12,5%	21,2%	52,2	50,0	51,7	13,5	10,8	12,9
Toscana	53	26	79	5,4%	8,9%	52,0	48,7	51,7	12,7	10,7	12,5
Umbria	23	-	23	1,6%	13,0%	52,6	44,3	51,5	17,2	6,5	15,8
Marche	45	-	45	3,1%	13,3%	49,0	46,8	48,7	14,3	18,0	14,8
Lazio	76	28	104	7,1%	26,0%	50,7	49,0	50,2	12,6	14,7	13,1
Abruzzo	21	-	21	1,4%	4,8%	53,0	60,6	53,3	13,4	12,9	13,4
Molise	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Campania	118	9	127	8,6%	3,9%	48,5	44,5	48,4	12,5	13,8	12,6
Puglia	66	6	72	4,9%	12,5%	49,8	43,6	49,0	13,2	11,4	13,0
Basilicata	1	-	1	0,1%	0,0%	48,3	-	47,8	5,8	-	5,8
Calabria	19	4	23	1,6%	17,4%	46,9	52,3	47,8	13,0	15,9	13,5
Sicilia	43	-	43	2,9%	2,3%	46,8	53,0	47,0	11,8	14,9	11,8
Sardegna	10	1	11	0,7%	36,4%	47,3	49,8	48,2	13,0	13,7	13,3
	1.141	334	1.475	100,0%	14,2%	50,8	48,8	50,5	12,6	11,6	12,4

*Viene considerato nell'anzianità anche il lavoro svolto nelle società acquisite dal Gruppo Banca Generali (es. Prime, Altinia SIM, ecc.).

5. Multicanalità del servizio

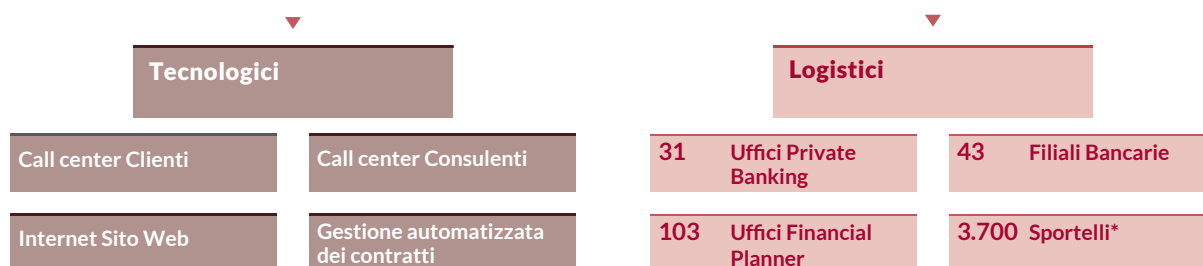
La situazione logistica della Banca prevede 43 Filiali Bancarie per garantire nei principali centri l'accesso diretto della clientela ad alcuni servizi bancari. Presso le succursali bancarie sono presenti anche i Private Bankers dipendenti (Relationship Manager) che insieme agli altri Private Banker seguono la clientela private. Agli sportelli bancari si aggiungono i 134 uffici dei Financial Planner e Private Banker in cui si svolge l'attività amministrativa, formativa e informativa della rete e che costituiscono un altro possibile

punto di riferimento per la clientela. Il numero di sportelli e di uffici nell'ultimo anno è rimasto sostanzialmente stabile.

Come più volte affermato, il vero referente del cliente è però costituito dal Financial Planner/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 numerosi servizi online e di call center.

31.12.2012	SUCCURSALI			UFFICI			TOTALE COMPLESSIVO
	PF	PB	SUCCURSALI TOTALE	PF	PB	UFFICI TOTALE	
Abruzzo	1	-	1	1	-	1	2
Calabria	1	-	1	2	1	3	4
Campania	3	1	4	10	2	12	16
Emilia	4	1	5	14	3	17	22
Friuli	2	-	2	3	1	4	6
Lazio	1	1	2	3	1	4	6
Liguria	4	1	5	6	4	10	15
Lombardia	4	2	6	14	5	19	25
Marche	-	-	-	3	-	3	3
Piemonte	3	1	4	6	8	14	18
Puglia	2	-	2	6	2	8	10
Sardegna	-	-	-	1	-	1	1
Sicilia	1	-	1	4	-	4	5
Toscana	2	1	3	10	1	11	14
Trentino	-	-	-	3	-	3	3
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	101	31	132	175

Supporti all'attività dei Consulenti/Private Banker



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

6. Politica delle vendite

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

La gestione della relazione con il cliente è un aspetto cruciale ai fini della sua soddisfazione e in questo ambito, come più volte ricordato, i Promotori Finanziari delle varie reti (Financial Planner, Private Banker e Relationship Manager) hanno un ruolo chiave nelle fasi di promozione e distribuzione dei prodotti le quali avvengono all'interno di un contesto consulenziale, per garantire il quale sono stati predisposti specifici percorsi di formazione (di cui anche alla sezione successiva) che includono attività in aula e in modalità e-learning. Inoltre 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 Interno di Comportamento di Banca Generali, richiamando le reti all'applicazione dei principi generali in esso contenuti. Le direzioni commerciali si occupano anche di monitorare l'applicazione delle direttive, affiancando periodicamente i Promotori Finanziari per verificare che lo svolgimento delle attività sia coerente con le norme e i regolamenti.

I rapporti contrattuali e le comunicazioni ai clienti devono essere improntati a principi di correttezza e onestà, professionalità, trasparenza e cooperazione nella ricerca delle soluzioni più idonee alle loro esigenze. Le informazioni fornite durante le trattative precontrattuali devono essere complete, trasparenti e comprensibili, in modo da permettere al cliente di fare scelte di acquisto consapevoli, basate sia sulla qualità dei prodotti e dei servizi of-

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

In questo contesto, un'indagine corretta e approfondita sulle aspettative e sulle caratteristiche del cliente è determinante per la definizione di una proposta adeguata alle esigenze riferite e ai bisogni manifestati. La relazione deve essere orientata alla fiducia e alla trasparenza così che il cliente sia consapevole dei contenuti, dei costi e degli eventuali rischi prima di concludere l'acquisto. A questo proposito giova ricordare che è a disposizione di 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. Inoltre è in corso di realizzazione un nuovo importante progetto finalizzato a rivisitare complessivamente il modello di servizio nei confronti della clientela, ampliando a 360° l'attività consulenziale in modo tale da includere tutto il patrimonio del cliente, compreso quello immobiliare, fornendo un supporto che non è indirizzato solo a valorizzare gli aspetti reddituali, ma anche quelli di protezione, successori, fiscali, ecc. Nella loro attività, i Promotori Finanziari devono inoltre assumere un comportamento obiettivo ed equilibrato nei confronti dei potenziali clienti, evitando che vantaggi di natura personale possano influire sulla propria condotta o sull'indipendenza di giudizio. Le strutture direzionali incaricate della gestione delle reti di vendita, nel valutare l'attività sul campo delle stesse, si occupano anche di verificare puntualmente le segnalazioni provenienti dalla clientela nelle ordinarie attività di affiancamento operativo e nelle ispezioni a campione. Qualora se ne ravvisi l'opportunità, ad esempio a seguito di reclami della clientela, le raccomandazioni sui comportamenti da tenere vengono ribadite ai singoli collaboratori e alla struttura manageriale di riferimento. Per i casi in cui si riscontrino irregolarità o violazioni delle norme comportamentali, regolamentari o legislative, il contratto di mandato prevede che si possa arrivare alla revoca dello stesso.

7. Incentivazione, valorizzazione e formazione

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

Dal momento che la quasi totalità, ovvero il 96% dei collaboratori della rete è rappresentata da lavoratori autonomi, iscritti all'Albo dei Promotori Finanziari e legati all'azienda da un rapporto di mandato, la remunerazione che ne consegue, correlata a qualità e quantità di attività svolta e definita all'interno di parametri di mercato, realizza nel modo migliore questa finalità. Eventuali programmi d'incentivazione, che tipicamente nel settore rappresentano un elemento critico, non fanno alcun riferimento al collocamento di specifici prodotti ma, se del caso, premiano la capacità di coloro che vi sono coinvolti nell'incrementare genericamente il perimetro d'offerta, per esempio attraverso l'acquisizione di nuova clientela o lo sviluppo di quella esistente, a tutela di un servizio autenticamente finalizzato a soddisfare le esigenze riscontrate. Inoltre l'erogazione di incentivi è condizionata al soddisfacimento di requisiti generali nel rapporto con la clientela di professionalità, correttezza, contenimento dei rischi e diversificazione degli investimenti. A essi si aggiungono requisiti specifici, quali la non sottoposizione a provvedimenti disciplinari e il raggiungimento di alcuni ratio patrimoniali da parte della banca,

a tutela di una più generale coerenza tra risultati dei singoli e risultati collettivi.

Il Piano Formativo 2013, che raccoglie e sintetizza tutti gli interventi formativi previsti per l'intero anno, in termini di linee guida, contenuti, destinatari, tempistiche e modalità di erogazione (corsi in aula, e-learning e training on the job), finanziabilità e sostenibilità organizzativa (giornate/uomo), ha riguardato le seguenti aree:

- **Formazione manageriale:** attività mirate a rafforzare le capacità di guida manageriale in un'ottica, soprattutto, di gestione e sviluppo delle risorse e motivazione della propria squadra;
- **Formazione commerciale:** iniziative volte al consolidamento e allineamento degli standard di professionalizzazione delle risorse di rete rispetto alle competenze tecnico-commerciali richieste;
- **Formazione istituzionale:** attività indirizzate al consolidamento delle competenze specialistiche normative dei Promotori Finanziari e dei Private Banker e specifici percorsi di integrazione e conoscenza tra consulenti di Rete e dipendenti di sede.

Area Formazione Manageriale

Nel 2013 tutti i District Manager della Divisione Financial Planner hanno avuto l'opportunità di intraprendere un innovativo percorso formativo manageriale denominato "Business Driver", progettato insieme alla società Logotel.

L'obiettivo principale è stato quello di accompagnare i District

Manager in un processo di sviluppo personale e di responsabilità del ruolo manageriale: un intenso percorso formativo (8 giornate) sul tema del teamwork finalizzato alla guida commerciale della squadra sul territorio.

Area Formazione Commerciale

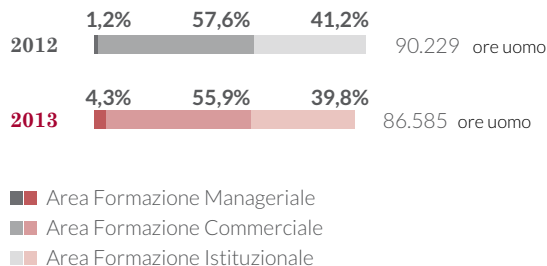
Per quanto riguarda la formazione tecnico-commerciale, tutti i District Manager e circa 320 Financial Planner selezionati su tutto il territorio hanno partecipato al corso "Investire in obbligazioni: complessità di uno scenario in continua evoluzione", ideato e progettato insieme alle società Investimenti Finanziari e Gospa Consulting. L'intervento formativo ha voluto essere fonte di potenziamento e aggiornamento continuo delle competenze, sia commerciali sia tecniche. In aula sono stati forniti elementi formativi e argomentazioni commerciali a supporto dell'attività dei Financial Planner, per governare al meglio i temi relativi alla componente di amministrato degli asset.

In occasione degli incontri di Area svolti nel mese di gennaio, si è arricchita la formazione tecnico-commerciale sul tema delle nuove deleghe di gestione per alcuni Fondi di Fondi Monobrand

di BG Selection SICAV, attraverso workshop con le società terze BlackRock, Franklin Templeton e DWS Investments.

Durante gli stessi incontri, Banca Generali ha anticipato un importante progetto per facilitare e supportare il lavoro di Private Banker e Financial Planner attraverso l'utilizzo del nuovo Tablet Samsung. Questo progetto si è consolidato nel secondo semestre quando, circa 800 tra Private Banker e Financial Planner hanno partecipato al corso pratico "Tablet e Fep on Tablet", con l'obiettivo di condividere e sperimentare insieme le principali potenzialità del Tablet e approfondire i vantaggi legati alla nuova app "Fep on Tablet".

Anche nel 2013 si sono tenute cinque edizioni del corso "L'Economia Sperimentale", al quale hanno partecipato 125 tra Private Banker e Financial Planner. Questo tipo di formazione è dedicata



all'introduzione dei principali temi dell'economia e della finanza comportamentale; l'obiettivo è quello di comprendere e riflettere con l'aiuto del Prof. Paolo Legrenzi dell'Università di Ca' Foscari, come i "comportamenti umani", in un contesto economico-finanziario, siano ben più complessi e differenti rispetto a quanto previsto dalle classiche teorie economiche. Anche le edizioni 2013 riprendono e confermano la scelta di un approccio d'aula innovativo: partecipazione attiva attraverso esperimenti selezionati e stimolo a ragionare e a condividere tra i partecipanti casi di esperienze dirette.

A partire dal mese di ottobre ha preso il via l'attività di formazione dedicata al Nuovo Modello di Servizio Banca Generali, che continuerà per tutto il 2014.

Circa 500 tra Private Banker e Financial Planner hanno parteci-

pato al corso "Il Valore della Diversificazione", erogato da Professori dell'Università Cattolica di Milano. In un mercato finanziario caratterizzato da crescenti volatilità e da correlazioni positive fra asset class, il processo di diversificazione dei portafogli assume una maggiore importanza rispetto al passato. In tale ottica il corso illustra le possibili espressioni di "diversificazione qualitativa", affiancate a quella quantitativa, e prende in esame la nuova app "Desk Finanziario" di Banca Generali, supporto operativo nell'attività dei consulenti.

Il mese di novembre ha visto inoltre il lancio del nuovo servizio "Real Estate", in collaborazione con la società Analysis, con una giornata di formazione dedicata a tutta la prima linea dei Manager di Rete, che hanno poi formato a loro volta un gruppo selezionato di circa 200 tra Private Banker e Financial Planner.

Area Formazione Istituzionale

Nel 2013 è proseguito il "Percorso Sede - Rete" con sei edizioni rinnovate nell'organizzazione e nei contenuti, sia per i Financial Planner già presenti in Rete sia per quelli di recente ingresso in Banca Generali.

Con la preziosa partecipazione dei Manager di Area, il progetto consente ai Financial Planner invitati di visitare e conoscere le principali Direzioni delle Sedi di Milano e di Trieste, con il fine di favorire una maggiore integrazione e conoscenza tra la Sede e la Rete e di presidiare sempre meglio le esigenze dei clienti.

La formazione obbligatoria legata all'annuale aggiornamento professionale IVASS sui prodotti assicurativi e sul nuovo scenario normativo ha coinvolto tutta la Rete attraverso l'utilizzo del consolidato processo di "formazione a cascata" dalle strutture manageriali verso le strutture da loro coordinate e la piattaforma e-learning per la parte formativa online.

Per l'erogazione della formazione obbligatoria "online" dedicata a tutta la Rete si conferma l'utilizzo della piattaforma e-learning del Gruppo Generali, mediante la quale anche i Private Banker e i Financial Planner neo inseriti hanno potuto aggiornarsi in modalità di auto-formazione online (Aggiornamento IVASS annuale, Antiriciclaggio, MIFID, Privacy, Sicurezza Informatica, D.Lgs. 231/2001, Trasparenza Bancaria, Trasparenza e Credito ai Consumatori).

In aggiunta alla formazione web based, sono stati pianificati appositi interventi di aggiornamento in aula erogati dall'Area Governance Rischi Aziendali, in merito al recepimento in Banca Generali delle nuove disposizioni in materia di adeguata verifica della clientela, destinati ai Manager di Rete.

Anche nel 2013, infine, l'offerta formativa Banca Generali è stata completata dal portale online BG Academy: uno spazio riservato all'intera Rete per approfondire i contenuti d'aula grazie a materiali, quesiti ai docenti e feedback post aula.

Sono proseguite infine le attività di formazione legate a €FPA, la prima organizzazione non governativa (a livello europeo) che mantiene in maniera continuativa standard pertinenti e di elevata qualità per quanto attiene programmi didattici, esami e etica nel settore del financial advising a livello Europeo. Banca Generali, che aderisce al progetto fin dall'avvio nel 2004, conta nel 2013, 243 tra Financial Planner e Private Banker certificati EFA (European Financial Advisor), cui sono stati messi a disposizione corsi di formazione per un totale di 36 ore in modalità A e 12 ore in modalità B ai fini del mantenimento annuale della qualifica (che ne richiede un minimo di 20 in totale nell'anno).

Di seguito il riepilogo del numero di partecipanti, ore uomo e giornate uomo suddivisi per tipologia di formazione:

TIPOLOGIA CORSO	N. PARTECIPANTI			ORE UOMO TOTALI			GIORNATE UOMO TOTALI		
	2013	2012	VAR. %	2013	2012	VAR. %	2013	2012	VAR. %
Area Formazione Manageriale	50	58	-14%	3.752	1.077	248%	469	135	248%
Area Formazione Commerciale	1.477	1.469	1%	48.385	51.938	-7%	6.048	6.492	-7%
Area Formazione Istituzionale	1.477	1.469	1%	34.448	37.214	-7%	4.306	4.652	-7%
Totale				86.585	90.229	-4%	10.823	11.279	-4%

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 2013 erano in essere n. 128 posizioni controverse che hanno generato altrettante vertenze, considerando sia quelle attive (n. 105) sia quelle passive (n. 23).

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

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

9. Dialogo con le reti di vendita

Banca Generali mette a disposizione della rete dei Promotori Finanziari e dei Private Banker vari strumenti per agevolare il dialogo e consentire una comunicazione puntuale e aggiornata con le strutture direzionali dedicate all'organizzazione e alla gestione della rete produttiva. In prima battuta, la struttura manageriale di rete, altamente professionalizzata, costituisce essenziale elemento di collegamento tra direzione e periferia, in grado di supportare un flusso comunicativo in entrambi i sensi. A questo fine mensilmente vengono organizzati incontri con la struttura manageriale di primo livello delle varie reti, a cui seguono a cascata incontri con le strutture periferiche organizzate in distretti e 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 e 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 dai vertici aziendali in modo autorevole le strategie della Banca nonché le specifiche iniziative (di marketing, di prodotto, informatiche, formative, ecc.) che le supportano.

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

ri, 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 e 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 (provvisori, ecc.). La risposta a 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 e altro, esiste un call center dedicato ai Promotori Finanziari a cui costoro possono accedere liberamente con ampi orari di disponibilità.

Infine è già reso disponibile e ulteriormente in fase di sviluppo l'utilizzo delle nuove tecnologie per consentire una sempre più ampia e agevole accessibilità dei dati anche da postazioni portatili (computer e iPad).

Coinvolgimento dei collaboratori

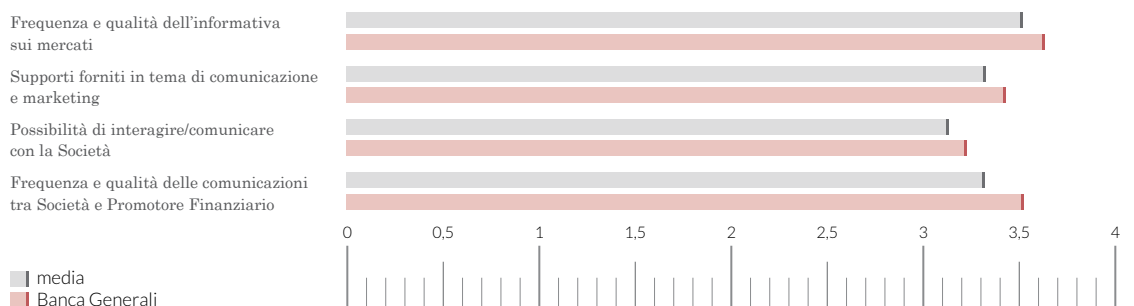
Una delle iniziative più significative relativamente al dialogo con la rete è costituita da un'ampia indagine statistica a essa rivolta. Infatti ogni anno una società di ricerca indipendente (GfK Eurisko) conduce una specifica ricerca nei confronti di un panel di società che rappresentano la componente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

Nell'ambito di Banca Generali Eurisko seleziona 165 Promotori Finanziari (il 12% della rete agenziale) in modo tale da costituire un campione d'indagine significativo, a cui sottopone un ampio questionario. Da tale indagine è possibile desumere sia il livello complessivo di soddisfazione della rete di vendita di Banca Generali, misurato in confronto al mercato di riferimento, sia il grado

di apprezzamento di specifiche iniziative o caratteristiche della società. Inoltre queste indagini, riferite a un mercato molto "mobile" e competitivo, consentono anche di identificare "dal basso" quei segmenti d'attività in cui può essere opportuno o necessario investire e migliorare. Questa costante attenzione applicata dalla Banca negli ultimi anni la ha portata a essere ai vertici del mercato di riferimento relativamente al grado di soddisfazione dei suoi operatori. L'analisi che segue, riferita al 2013, va dunque interpretata anche in questa luce, considerando che restare ai vertici di una valutazione è certamente più impegnativo e meritevole rispetto che scalare una classifica da posizioni di rincalzo.

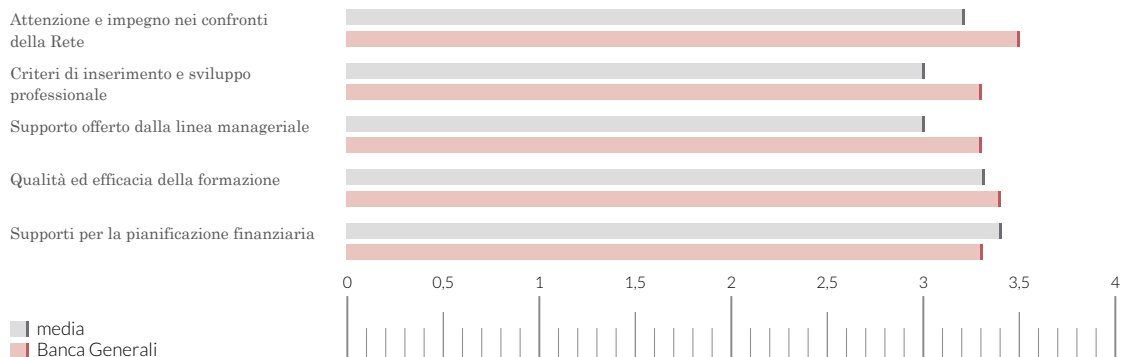
Risultati dell'indagine condotta

Comunicazione



La comunicazione è percepita come tema ben presidiato a ogni livello, con tutti valori positivi o molto positivi sopra la media.

Sviluppo professionale

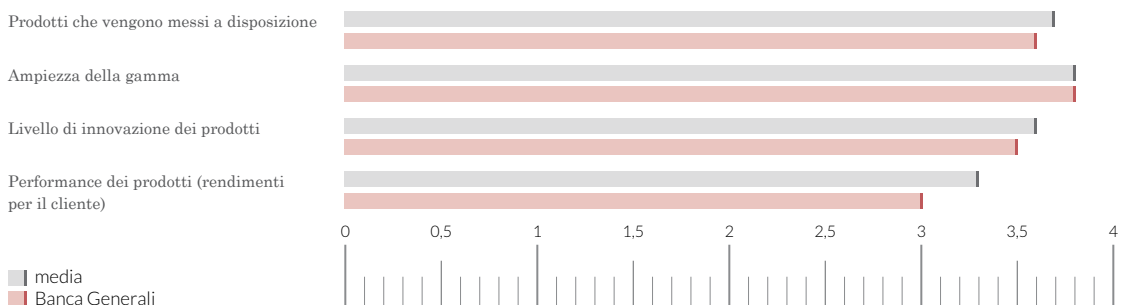


Benché Banca Generali già registri valutazioni ai vertici del mercato nei confronti dei temi trattati in questo capitolo d'indagine, alcune componenti segnalano un ulteriore miglioramento rispetto al 2012. L'unico elemento che segna un apprezzamento inferiore alla media (supporti per la pianificazione finanziaria), presenta comunque un livello di apprezzamento molto buono. All'approfondimento di questo aspetto per altro è dedicato un progetto di ampio respiro partito nella seconda parte dell'anno

e finalizzato proprio a implementare un modello di servizio innovativo, fortemente supportato da strumentazione ed education specifici.

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

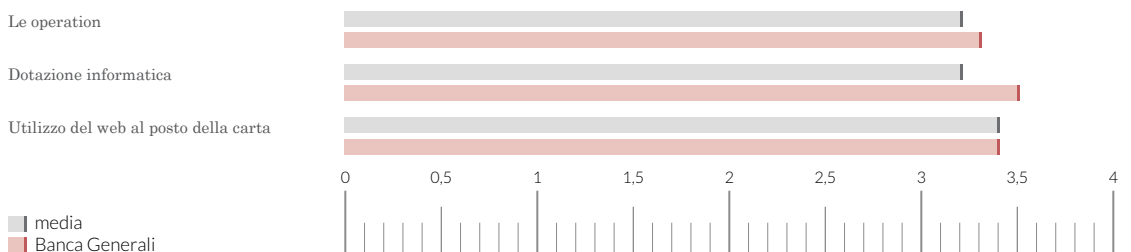
Prodotti



In generale si osserva che, a fronte di una soddisfazione complessiva molto alta (mediamente 3,5 circa su una scala crescente da 1 a 4), Banca Generali è nella media o molto vicina alla media delle migliori società rappresentate. La percezione circa le per-

formance dei prodotti è influenzata dagli andamenti di mercato - particolarmente "volatili" in questi anni - e registra quindi una valutazione generalmente meno favorevole, ma comunque soddisfacente, benché inferiore alla media.

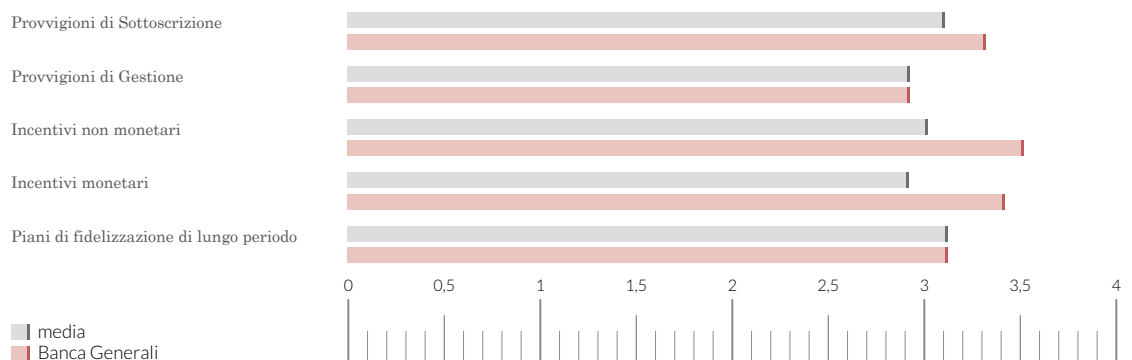
Supporti operativi



Le operation e la dotazione informatica a disposizione dei Promotori Finanziari evidenziano una valutazione crescente e superiore alla media dei migliori competitor. Ciò è legato a specifici e significativi investimenti che hanno coinvolto sia la gestione interna della relazione amministrativa con i clienti (ad es. il processo denominato "Gestione Integrata Contratti" ha consentito

di semplificare e automatizzare in modo decisivo i processi burocratici legati al processamento dei rapporti contrattuali con la clientela), sia la dotazione informatica della rete con conseguente miglioramento di tutti i processi connessi, fino ad arrivare all'implementazione dell'utilizzo della cosiddetta firma biometrica.

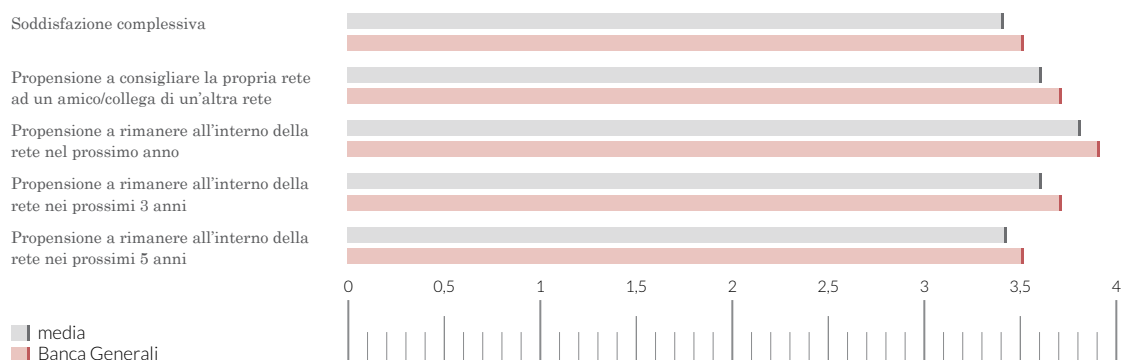
Remunerazione



Sul versante remunerativo si conferma anche nel 2013 la buona valutazione rispetto alla media, nonostante la remunerazione economica standard offerta agli agenti rientri assolutamente nei parametri di mercato. La valutazione positiva per un verso è in-

fluenzata da apprezzate integrazioni monetarie e non, legate a parametri meritocratici, e per l'altro è dovuta alla valorizzazione del più generale sistema di servizi e supporti offerti ai Promotori Finanziari che ha evidenti risvolti di tipo economico.

Indice di fedeltà



Le indagini evidenziano, in conseguenza di una soddisfazione complessiva molto elevata nel suo valore assoluto (punteggio 3,4 su 4) e superiore alla media delle migliori società del mercato, un indice di fedeltà verso la Banca altissimo (punteggio tra 3,5-3,9 su 4) e sempre migliore in ogni circostanza alla media di riferimento, nonostante la "mobilità" tipica di questo mercato. Ma an-

cora più probante è la propensione a consigliare la scelta di Banca Generali ad amici/colleghi di altre società. Anche qui il valore è ai massimi livelli assoluti e relativi (punteggio 3,7 su 4), e può essere considerato il vero indicatore sintetico della soddisfazione della rete dei Financial Planner e Private Banker nei confronti del rapporto lavorativo instauratosi con la Banca.



Cristina Insaghi - Golden Labyrinth. Tecnica mista, 2009, 100 x 100. Da "Artisti sotto il Duomo - Cristina Insaghi", mostra organizzata da Banca Generali Financial Planner presso la sede di Milano in Via San Paolo 7 dal 28 gennaio al 28 febbraio 2013.

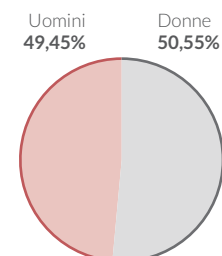
3.3

RISORSE UMANE

1. Dimensioni e caratteristiche dell'organico

Organico

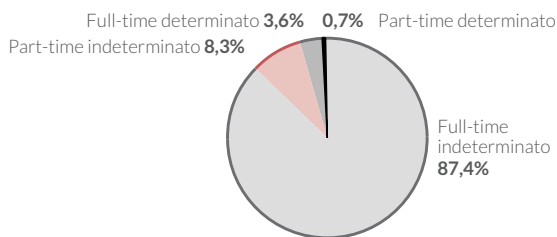
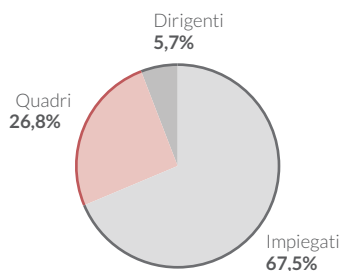
	2013			2012		
	FEMMINE	MASCHI	TOTALE	FEMMINE	MASCHI	TOTALE
Banca Generali	391	373	764	387	353	740
BG Fiduciaria	4	5	9	4	5	9
Generfid	4	0	4	4	0	4
GFM	10	22	32	9	23	32
Totale Gruppo	409	400	809	404	381	785



Rispetto l'esercizio 2012 si è avuto un incremento di 24 risorse. Nello specifico si è avuto:

- un incremento di 31 persone a tempo indeterminato a seguito:
 - del consolidamento di personale in essere;
 - di inserimenti di profili specializzati con esperienza professionale all'interno delle strutture di supporto del business, soprattutto nell'ambito dell'area commerciale che, nel corso del 2013, è stata oggetto di forte sviluppo anche attraverso una maggior specializzazione delle sue diverse strutture;
- di inserimenti di risorse provenienti da altre società del gruppo Assicurazioni Generali in strutture di supporto e controllo;
- dell'ingresso di personale in sostituzione di risorse uscite in precedenza.
- un decremento di 7 risorse a tempo determinato, riconducibile a un minor numero di risorse assunte in sostituzione di personale assente per maternità/aspettative.

	2013			2012			VAR.%
	FEMMINE	MASCHI	TOTALE	FEMMINE	MASCHI	TOTALE	
Abruzzo	2	-	2	2	-	2	-
Calabria	1	1	2	1	1	2	-
Campania	5	8	13	5	8	13	-
Emilia-Romagna	4	6	10	6	7	13	-23%
Friuli Venezia Giulia	165	161	326	161	152	313	4%
Lazio	10	13	23	11	13	24	-4%
Liguria	5	5	10	4	5	9	11%
Lombardia	184	166	350	181	154	335	4%
Piemonte	9	8	17	9	7	16	6%
Puglia	2	1	3	3	1	4	-25%
Sicilia	1	-	1	1	-	1	0%
Toscana	2	4	6	2	3	5	20%
Umbria	-	1	1	-	1	1	-
Veneto	9	4	13	9	6	15	-13%
Italia	399	378	777	395	358	753	3%
Lussemburgo	10	22	32	9	23	32	-



Analizzando la distribuzione geografica dell'organico si rileva che l'incremento ha riguardato l'Italia, mentre in Lussemburgo non vi è stata alcuna variazione.

Relativamente alla distribuzione sul territorio italiano si eviden-

za una situazione sostanzialmente simile all'esercizio precedente a eccezione delle regioni Friuli Venezia Giulia e Lombardia, regioni in cui si trovano le due principali sedi, dove si è registrato un incremento rispettivamente di 13 e di 15 risorse.

Organico per livello

	DIRIGENTI		QUADRI		IMPIEGATI		TOTALE		DI CUI PERSONALE DI VENDITA			
	2013	2012	2013	2012	2013	DI CUI TD	2012	DI CUI TD	2013	2012		
	46	46	217	200	546	34	539	41	809	785	59	58
Incidenza %	5,7	5,9	26,8	25,5	67,5	4,2	68,6	5,2	100	100	7,3	7,4

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

A fronte di una leggera flessione dei dirigenti (-0,2%) si registra un incremento dei quadri direttivi (1,3%).

Complessivamente si registra un lieve incremento dei dirigenti e dei quadri direttivi (+1,1%) contro una flessione degli impiegati

(-1,1%), anche in relazione ai percorsi di crescita professionale.

In relazione agli impiegati, pur rilevando una minima flessione a livello percentuale, si segnala un incremento in termini assoluti. Nel corso dell'esercizio il numero delle risorse a tempo determinato, sul totale dell'organico, ha registrato una riduzione pari all'1,0% a seguito del consolidamento di personale in essere.

Donne per livello

	DIRIGENTI		QUADRI		IMPIEGATI		TOTALE		DI CUI PERSONALE DI VENDITA			
	2013	2012	2013	2012	2013	DI CUI TD	2012	DI CUI TD	2013	2012		
	10	10	74	71	325	12	323	18	409	404	11	15
Incidenza %	2,4	2,5	18,1	17,5	79,5	2,9	80	4,5	100	100	2,7	3,7

Le donne rappresentano in media il 50,6% dell'organico complessivo del Gruppo, in lieve flessione rispetto all'anno precedente (51,5%).

Il trend delle donne che riveste posizioni di responsabilità (dirigenti e quadri) è analogo a quello della presenza femminile in azienda (31,9%, rispetto al 32,8% del 2012).

Analizzando la composizione dell'organico femminile si evidenzia un incremento dello 0,6% delle donne rientranti nella categoria dei quadri, a fronte di una riduzione dello 0,1% dei dirigenti e

dello 0,5% degli impiegati.

La parte preponderante delle donne (79,5%) continua a essere inquadrata nel livello impiegatizio in leggero calo rispetto al 2012 (80%).

Nei call center la presenza femminile rimane preponderante (64,2%, 61,6% nel 2012).

Nell'ambito del personale di vendita il decremento registrato si riferisce prevalentemente alle scelte di alcune risorse di passare alle reti dei Financial Planner e dei Private Banker.

Organico per tipo di contratto

	FULL-TIME TI		FULL-TIME TD		PART-TIME TI		PART-TIME TD		TOTALE	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
	707	674	29	41	67	69	6	1	809	785
Incidenza %	87,4	85,9	3,6	5,2	8,3	8,8	0,7	0,1	100	100

- Si conferma anche quest'anno il trend che vede una crescita

del personale assunto a tempo indeterminato; la percentua-

- le dell'organico del Gruppo assunto a tempo indeterminato passa dal 94,6% del 2012 al 95,7% del 2013.
- I dipendenti part-time sono 73, pari al 9,0% del totale (8,9% nel 2012). A scegliere il part-time sono prevalentemente donne, maggiormente coinvolte nella gestione e nella cura della famiglia: nel 2013 le donne rappresentano il 97,3% dei lavoratori part-time (100% nel 2012).
 - Le società del Gruppo fanno ricorso, per periodi limitati, anche a lavoratori interinali o a progetto (4 al 31/12/2013, pari allo 0,5% dell'organico, invariato rispetto l'anno precedente), per far fronte a picchi di lavoro o progetti specifici.
 - Anche nel 2013 le società del Gruppo hanno favorito l'accesso dei giovani al mondo del lavoro attraverso l'avvio di progetti formativi (stage). Al 31/12/2013 risultavano in formazione n. 4 stagisti (di cui n. 2 donne e n. 2 uomini).
 - Nel 2013 il numero degli addetti ai call center si attesta a 67 unità, pari al 8,3% dell'organico totale e al 12,3% 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 (50,7% nel 2013 vs 50,4% nel 2012).

Organico femminile per tipo di contratto

	FULL-TIME TI		FULL-TIME TD		PART-TIME TI		PART-TIME TD		TOTALE	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
	331	316	7	18	66	69	5	1	409	404
Incidenza %	81,0	78,2	1,7	4,5	16,1	17,1	1,2	0,2	100	100

- Il 97,1% dell'organico femminile del Gruppo è assunto a tempo indeterminato (95,3% nel 2012).
- Le dipendenti part-time sono 71, pari al 17,3% del totale donne, invariato rispetto al 2012.

Retribuzione donne/uomini

	DIRIGENTI		QUADRI		IMPIEGATI	
	RETRIBUZIONE COMPLESSIVA*	RETRIBUZIONE BASE**	RETRIBUZIONE COMPLESSIVA*	RETRIBUZIONE BASE**	RETRIBUZIONE COMPLESSIVA*	RETRIBUZIONE BASE**
Italia	0,72	0,79	0,81	0,92	0,89	0,97
Lussemburgo	1,50	1,30	1,08	1,13	0,81	0,84

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

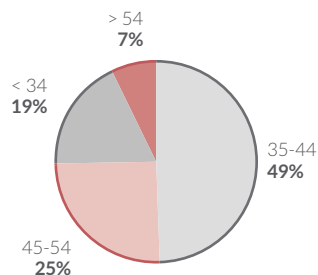
** Importo relativo al solo CCNL di settore senza includere alcun tipo di retribuzione aggiuntiva.

In tabella, con riferimento al 2013, si evidenzia il rapporto tra la retribuzione complessiva annua lorda delle donne rispetto a quella degli uomini e il rapporto tra la retribuzione base annua lorda delle donne rispetto a quella degli uomini per i diversi livelli di inquadramento. Lo scostamento fra le retribuzioni è dovuto principalmente al fatto che sono più numerose degli uomini le donne che usufruiscono dei congedi previsti dalla legge a seguito della nascita dei figli o prediligono contratti di lavoro part-time per meglio conciliare gli impegni della vita familiare con quelli lavorativi. Inoltre, in generale, la differenza è minore a livello di retribuzione base, ma cresce qualora si considerino le varie com-

ponenti di retribuzione aggiuntiva.

Nei dirigenti la retribuzione complessiva delle donne è inferiore rispetto a quella degli uomini perché sono più numerosi gli uomini con un ruolo di responsabilità strategica, che comporta una retribuzione sensibilmente più elevata; inoltre gli uomini hanno un'anzianità di servizio mediamente più elevata.

Nei quadri, la retribuzione complessiva degli uomini in Italia è superiore a quella delle donne in quanto in questa categoria è presente la maggior parte del personale di vendita di Banca Generali, in numero elevato uomini, che usufruisce di un sistema premiante di MBO. In Lussemburgo la differenza è data preva-



lentamente dalla componente variabile della retribuzione, legata al raggiungimento di obiettivi nell'ambito di un sistema premiante di MBO.

Negli impiegati la presenza di contratti part-time (quasi total-

mente riferibile a donne) e la fruizione di congedi parentali, per i quali viene corrisposta una retribuzione ridotta, genera il divario tra la retribuzione complessiva delle donne rispetto a quella degli uomini.

Organico per fascia d'età

	FINO A 34		35-44		45-54		OLTRE 54		TOTALE	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
	150	177	396	383	204	179	59	46	809	785
Incidenza %	18,5	22,5	48,9	48,8	25,2	22,8	7,3	5,9	100	100

In relazione alla fascia d'età, la fascia più numerosa continua a essere quella dei lavoratori aventi un'età compresa fra i 35 e i 44 anni (48,9% vs 48,8% nel 2012).

Complessivamente, il 67,4% del personale ha meno di 45 anni,

con un'età media di 41,5 anni. La fascia meno numerosa è quella relativa ai dipendenti di età superiore a 54 anni (7,3%) in crescita rispetto l'anno precedente (5,9% nel 2012).

Organico femminile per fascia d'età

	FINO A 34		35-44		45-54		OLTRE 54		TOTALE	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
	64	89	231	222	97	81	17	12	409	404
Incidenza %	15,6	22	56,5	55	23,7	20	4,2	3	100	100

La distribuzione delle donne per fascia d'età ricalca quella dell'organico complessivo. La fascia più numerosa è quella delle donne aventi un'età compresa fra 35 e 44 anni, nella quale si colloca più della metà della popolazione femminile (56,5%).

Complessivamente, il 72,1% delle donne ha meno di 45 anni. Le donne con un'età superiore ai 54 anni rappresentano il 4,2% della popolazione femminile in crescita rispetto l'anno precedente (3%).

Turnover

	PERSONALE AL 31/12/2012	VARIAZIONE	2013 CESSAZIONI	2013 ASSUNZIONI	PERSONALE AL 31/12/2013
	785	24	74	98	809
di cui donne	404	5	34	39	409

I dati di turnover includono oltre alle assunzioni e alle cessazioni dei contratti a termine (comprese le sostituzioni per maternità), anche i trasferimenti da e verso le altre società del Gruppo Generali.

Nel turnover del Gruppo Banca Generali il 45,9% delle cessazioni e il 39,8% delle assunzioni hanno riguardato personale femminile.

Nel 2013 il tasso di turnover complessivo, calcolato come (as-

sunzioni + cessazioni)/[(organico a inizio anno + organico a fine anno)/2], è pari a 0,22 (0,23 nell'anno precedente).

Il turnover riferibile al Lussemburgo ha riguardato nel 2013: il 2,0% delle assunzioni e il 2,7% delle cessazioni.

Nel 2013 le cessazioni avvenute nello stesso anno dell'assunzione riguardano n. 26 lavoratori (di cui 11 donne). Si tratta prevalentemente di impiegati con contratto a tempo determinato di breve periodo.

Numero di cessazioni per fascia d'età e sesso

	FINO A 34 ANNI	DA 35 A 54 ANNI	OLTRE 54 ANNI	TOTALE
	52	19	3	74
di cui donne	20	12	2	34

- 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 71,6% e si riferisce principalmente a uscite per scadenza del contratto di giovani di età inferiore ai 35 anni (in aumento rispetto l'anno precedente pari al 61,2%).
- Le cessazioni di personale con contratto a tempo indeterminato incidono per il 28,4% sul totale in calo rispetto all'esercizio precedente (38,8%).
- Il tasso di turnover negativo, calcolato come numero totale di cessazioni nel 2013/organico complessivo a inizio anno x 100), è pari al 9,4%, in calo rispetto l'esercizio precedente (10,4%).
- Il 67,5% delle cessazioni ha riguardato la già citata scadenza dei contratti a termine, il 10,8% è riconducibile a passaggi ad altre società del Gruppo e il restante 21,7% è dovuto a dimissioni e ad altre causali residuali.
- L'incidenza delle uscite decresce all'aumentare dell'età: si passa dal 70,2% 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 4,1% degli over 54 anni.

Numero di assunzioni per fascia d'età e sesso

	FINO A 34 ANNI	DA 35 A 54 ANNI	OLTRE 54 ANNI	TOTALE
	74	24	-	98
di cui donne	26	13	-	39

- Nel turnover si considera anche il personale con contratto a tempo determinato (comprese le sostituzioni per maternità). In particolare, l'incidenza di quest'ultimo sul numero di assunzioni nell'anno è del 63,3% e si riferisce principalmente a giovani di età inferiore ai 35 anni in calo rispetto l'esercizio precedente (69,4%).
- Le assunzioni di personale con contratto a tempo indeterminato incidono per il 36,7% sul totale in aumento rispetto l'esercizio precedente (30,6%).
- Il tasso di turnover positivo, calcolato come numero totale di assunzioni sull'organico complessivo a inizio anno x 100, è pari al 12,5%, in lieve calo rispetto l'esercizio precedente (12,8%).
- Il 39,8% delle assunzioni ha riguardato donne. Di queste la maggior parte ha un'età inferiore a 35 anni.

Organico per anzianità di servizio

	< 10 ANNI		> 10 ANNI		TOTALE		ANZIANITÀ MEDIA DI SERVIZIO	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Totale	529	540	280	245	809	785	8	7
Incidenza %	65,4	68,8	34,6	31,2	100	100		

La maggioranza dei collaboratori continua ad avere un'anzianità di servizio inferiore ai 10 anni in relazione al fatto che la Società ha iniziato a operare dalla fine del 1997. La percentuale risulta in riduzione rispetto l'esercizio passato anche a seguito del passag-

gio nella fascia superiore di una parte dei collaboratori. Il personale con anzianità di servizio superiore a 10 anni proviene principalmente da società oggetto di operazioni di fusione.

2. Politiche per i dipendenti

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

In via generale, Banca Generali rispetta le norme di legge di rango costituzionale (di cui si evidenzia l'art. 3 della Costituzione Italiana relativa al principio di eguaglianza), di livello ordinario e regolamentare, nonché le disposizioni collettive, contrattuali (nazionali e aziendali) e regolamentari che disciplinano il rapporto di lavoro.

I diritti fondamentali dei lavoratori sono sanciti nel Codice di Condotta del Gruppo Generali, introdotto nelle società del Gruppo Generali in data 14 dicembre 2012, disponibile sull'Intranet Aziendale. Il documento corrispettivo adottato nel Gruppo Banca Generali è il Codice Interno di Comportamento, approvato dal CdA in data 7 maggio 2013.

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, anche 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 junior esterno, vengono innanzitutto esaminati i profili dei tirocinanti in stage nel Gruppo Banca Generali e in seconda istanza le candidature arrivate alla società in risposta ad annunci mirati pubblicati sui principali motori di ricerca specializzati in recruiting ovvero le segnalazioni di università e istituti post universitari.

Per la selezione di dirigenti ed esperti di settore, parallelamente allo scouting infragruppo, si ricorre a società specializzate in Head Hunting, alla pubblicazione di annunci su giornali e siti internet finanziari e alla ricerca attiva tramite piattaforme e database di recruiting.

Il processo di selezione sia per profili junior che senior prevede una valutazione 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.

Le conoscenze e competenze richieste e ricercate prevedono: 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; team working; flessibilità e capacità di adattamento; leadership organizzativa. 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 i neoassunti sono organizzati programmi di formazione orientati sia a favorire l'integrazione in azienda che la conoscenza del business aziendale.

Tra i fattori chiave che inducono i giovani di talento a lavorare per il Gruppo Banca Generali ci sono: 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 incentivi finanziari, i benefit aggiuntivi, gli obiettivi chiari, la sicurezza del lavoro e la positiva atmosfera sul posto di lavoro.

Uno specifico piano dedicato al Talent Pool è stato sviluppato a partire dal 2011. Il programma, basato sulla valorizzazione del merito e sullo sviluppo di conoscenze e competenze, è articolato in una serie di incontri formativi e di attività di project management. A questo progetto si affiancano iniziative di alta forma-

zione (es. master di specializzazione, corsi di approfondimento presso prestigiosi enti di formazione, programmi di coaching), mobilità nazionale e internazionale ed eventi culturali, sportivi, esperienziali organizzati dalla banca, volti a motivare e trattenerne i migliori talenti.

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 relazione ai dipendenti - uomini e donne - neoassunti a tempo indeterminato nel Gruppo Banca Generali (area Italia), l'inquadramento avviene normalmente nella terza area professionale, primo livello retributivo con retribuzione annua lorda prevista dal CCNL Credito per tale inquadramento. Tale retribuzione è allineata alla media retributiva delle altre società del settore.

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

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

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

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

Per maggiori e più approfondite informazioni sulle politiche retributive del top management si rimanda alla Relazione Finanziaria annuale e al documento Relazione sulla remunerazione: politiche in materia di remunerazione del gruppo bancario e resoconto sull'applicazione delle politiche stesse nell'esercizio 2013 pubblicato a seguito dell'Assemblea degli Azionisti dell'aprile 2014.

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

Benefit

Sono previsti, per il personale sia a full time che a part time, 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 - applicato a tutti i dipendenti del Gruppo Banca Generali Italia e appartenenti alla categoria dei Quadri Direttivi e degli Impiegati - è scaduto il 31 dicembre 2011 e, dopo un periodo di ultrattività, è stato rinnovato in data 30 maggio 2014 con durata sino al 31 dicembre 2014. In particolare, il contratto integrativo prevede 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% dal 1° gennaio 2010 delle voci retributive riconducibili al CCNL. In occasione del rinnovo sopra ricordato, si è convenuto di erogare importi Una Tantum di misura differenziata per il triennio 2012-2014 in ragione dell'anzianità di adesione ai fondi di previdenza complementare;
- 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 a 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 redistribuire – 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). Si precisa che tale specifico istituto è stato oggetto di due accordi sindacali di data 3 giugno 2013 per quanto riguarda l'esercizio 2012 e di data 30 maggio 2014 per quanto riguarda l'esercizio 2013;
- agevolazioni sui prodotti di risparmio gestito e assicurativo: sono previste agevolazioni sulla sottoscrizione dei prodotti di risparmio gestito e assicurativo che consistono nella riduzione o nell'abbattimento delle commissioni di sottoscrizione o di gestione o sui premi normalmente previsti.

Per il personale con qualifica dirigenziale è stato adottato, a 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 policy di Gruppo Generali (per esempio, assegnazione auto a uso promiscuo).

Nel 2013 si è concluso il percorso formativo di due persone che

hanno frequentato l'Executive Master in Corporate Finance & Banking di SDA Bocconi offerto dalla banca. Oltre all'EMC&F di Bocconi sono stati attivati a spese della banca altri programmi di alta formazione, ciascuno relativo a una risorsa, quali l'Executive Development Programme di ISTUD, il Master "Relazioni Industriali e gestione delle risorse umane nelle Aziende del settore Creditizio-Finanziario" promosso da ABI e il Master in Internal Audit presso l'Università Ca' Foscari di Venezia.

Attività di socializzazione e ricreazione

Spirito di appartenenza, socializzazione e attività ludiche sono valorizzate da Banca Generali attraverso diverse iniziative, ma anche grazie all'attività del Circolo Aziendale del Gruppo Generali. In particolare, vengono organizzate feste e momenti d'incontro attraverso le quali si sviluppano iniziative di solidarietà per i più sfortunati (vedi capitolo Comunità).

La tradizionale Festa del Bambino, organizzata dal Gruppo Generali, permette 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 dei dipendenti di Banca Generali ha consentito nel 2013 di devolvere circa 5.000 euro a tre Onlus che assistono l'infanzia.

In occasione dell'incontro di fine anno tra il vertice aziendale e i collaboratori della banca vengono celebrate le persone che raggiungono importanti traguardi di anzianità aziendale e quelli che sono andati in quiescenza nell'anno.

Tra le iniziative che meglio rappresentano l'orgoglio di appartenenza al Gruppo Generali e i valori della squadra e della coesione espressi dalla pratica sportiva c'è il Torneo Coppa Generali di calcio. Banca Generali ha iscritto a questa manifestazione 2 squadre, composte sia da dipendenti che da Promotori Finanziari e ha partecipato alla buona riuscita dell'evento offrendo il concerto finale della la BG Band, composta completamente da collaboratori della banca.

Processi di valutazione delle risorse umane

I responsabili esprimono annualmente una valutazione della prestazione qualitativa dei propri collaboratori, assunti a tempo indeterminato e nel ruolo da più di 6 mesi, attraverso una scheda qualitativa che prevede la valutazione delle competenze comportamentali di base, in una logica di performance e di rispetto dei valori del Gruppo, e l'aggiornamento del piano di sviluppo annuale a supporto della prestazione. Tale momento di confronto è fondamentale anche per comprendere eventuali volontà dei collaboratori di volersi esprimere professionalmente in altri contesti attraverso mobilità funzionale e/o geografica.

Per dare ai responsabili tutti gli strumenti necessari per effettuare in modo appropriato la valutazione delle risorse, ogni anno vengono erogati interventi formativi di approfondimento sul processo di valutazione.

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" (per es. bonus) o permanente (superminimi, "ad personam" ovvero promozioni).

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 di Condotta del Gruppo Generali e del corrispettivo documento adottato nel Gruppo Banca 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.

In ottemperanza alle previsioni del Decreto Legislativo n. 198/2006, art. 46, entro il 30 aprile 2014 Banca Generali ha inviato il rapporto biennale 2012-2013 sulle Pari Opportunità (Uomo/Donna) alle Consigliere Regionali di Parità della Lombardia e del Friuli Venezia Giulia nonché alle rappresentanze sindacali aziendali. Si precisa che tale obbligo ha riguardato solo la "legal entity" Banca Generali S.p.A. quale società che all'interno del Gruppo Bancario supera i parametri quantitativi cui si applica la normativa citata. All'interno del Rapporto biennale sono state inoltre analizzate nel dettaglio alcune dinamiche occupazionali relative alle sedi di Milano e Trieste in quanto presso tali sedi l'organico presente presuppone appunto l'ulteriore approfondimento dei dati forniti in via generali per tutta la Banca.

Nel 2013 il numero delle donne dirigenti e quadri direttivi rappresenta il 31,9% del totale delle due categorie, in lieve calo ri-

spetto l'anno precedente (32,8%) anche per effetto delle scelte di alcune donne facenti parte del personale di vendita di passare alle reti dei Financial Planner e dei Private Banker.

Gli organici del Gruppo Banca Generali sono composti per la quasi totalità (98%) 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 convezione 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 2013 i disabili in forza nel Gruppo Bancario erano 41, di cui 23 donne (pari al 56,1% del totale disabili). Tale categoria ha registrato un incremento di n. 4 risorse rispetto l'anno scorso ed è già stato avviato l'inserimento di nuovo personale rientrante in questa categoria di lavoratori.

Politiche di conciliazione vita lavorativa - vita familiare

Al fine di conciliare il più possibile gli impegni lavorativi con le esigenze personali e familiari, le attività aziendali, escluse quelle a contatto diretto e quotidiano con la clientela, sono organizzate in modo tale da consentire ai dipendenti di usufruire di orari di lavoro elastici in entrata con correlato spostamento dell'orario di uscita.

Lorario 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.

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 fasce di turnazione a rotazione mensile la cui conoscibilità anticipata consente - anche nel lungo periodo - al dipendente stesso una miglior conciliazione tra impegni lavorativi e vita privata. 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 ge-

nerale, 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 e sono tutt'ora vigenti in regime di ultrattività.

Gli Asili Nido aziendali "I Cuccioli del Leone", aperti nelle sedi di Mogliano Veneto, Trieste e Roma e riservati ai bambini dai 3 mesi ai 3 anni di età, sono una concreta misura offerta ai dipendenti per agevolare la conciliazione tra i tempi del lavoro e quelli familiari.

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

Si segnala anche l'importanza della "banca ore" quale strumento di flessibilità della prestazione lavorativa. In concreto, tale istituto, previsto dal CCNL credito, prevede che le prime 50 ore di maggiore prestazione su base annua diano luogo a recuperi - previo preavviso - senza necessità di specifiche causali. Tale limite può essere innalzato sino a 100 ore annue a scelta del dipendente. Superati questi limiti, le ore di maggiore prestazione sono retribuite. Con il citato rinnovo del contratto integrativo è stata introdotta la previsione migliorativa per cui la banca ore viene alimentata dalle maggiori prestazioni calcolate al minuto primo e non più a "blocchi" di mezz'ora e poi quarti d'ora.

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

Agli stessi lavoratori sono altresì riconosciuti i diritti in materia di assenza dal lavoro (retribuita e/o non retribuita) previsti a livello legale e/o contrattuale come per esempio: congedo per matrimonio, permesso retribuito di tre giorni per decesso di un familiare,

gravidanza e allattamento, congedo di maternità/paternità, permesso non retribuito per malattie dei figli, visite mediche e cure, permessi per assistenza a familiari in stato di handicap grave.

Con riferimento al congedo per maternità, oltre al congedo obbligatorio spettante al personale femminile, la totalità dei dipendenti, indipendentemente dal sesso, ha la possibilità di usufruire di congedi parentali (ex maternità facoltativa).

Nel corso del 2013 n. 79 dipendenti, tutti in Italia, hanno usufruito di congedi parentali di cui n. 75 donne e n. 4 uomini.

Delle 79 persone che nel corso del 2013 hanno usufruito di congedi parentali, al 31.12.2013:

- n. 62 persone (di cui n. 58 donne e n. 4 uomini), terminato il loro congedo sono regolarmente rientrati in forza;
- n. 17 persone (tutte donne), stanno ancora usufruendo di congedi parentali.

A eccezione di n. 1 passaggio in società del Gruppo Assicurazioni Generali e di n. 2 cessazioni a seguito di sopravvenuta scadenza del contratto di lavoro, la totalità dei dipendenti che è rientrata in forza dopo un congedo parentale risulta ancora in forza dopo n. 12 mesi dal loro rientro.

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

Nel 2013 il tasso di assenteismo è stato pari al 1,87% (2,00% nel 2012), così ripartito:

- 0,15% (0,10% nel 2012) per assenze non retribuite (tra queste sono comprese le causali di aspettativa non retribuita che riflettono esigenze di conciliazione della vita lavorativa con quella familiare);
- 1,68% per malattia (1,83% nel 2012) e 0,04% per infortunio (0,07% nel 2012).

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 Gruppo Italia di Generali Corporate Services 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 rappresentanza dei lavoratori di Banca Generali sono presenti 4 RLS. I rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS) per le aziende del Gruppo Bancario sono formati e coinvolti dall'azienda e dalla capogruppo sui temi e per gli aspetti previsti dal D.Lgs 81/2008.

Anche nel 2013 la formazione in aula specifica per i preposti individuati sulle sedi periferiche del Gruppo Bancario è continuata. Nelle 2 sedi direzionali di Milano e in quella di Trieste sono presenti le rispettive "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 oltre che all'utilizzo del defibrillatore semiautomatico. In considerazione del numero di risorse presenti, anche nelle sedi dei Centri Private di Roma e di Torino, come già fatto nel 2012 a Bergamo, è stata costituita la Squadra di Emergenza.

Tutte le sedi sia direzionali che succursali/filiali sono dotate di cassette o di pacchetti di medicazione e inoltre nelle sedi direzionali di Milano e Trieste sono presenti 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 che hanno l'obbligo di effettuare i sopralluoghi nelle sedi di lavoro sia presso le sedi centrali/direzionali che presso le U.O. periferiche; le eventuali segnalazioni di azioni di miglioramento vengono attuate.

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 (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.

Nell'agosto 2013 tutti i dipendenti che operano nelle succursali e i colleghi che gestiscono la cassa nelle filiali/centri private ha ricevuto il volume "Antirapina" (Edizione 2013); tutti i nuovi addetti al Servizio Succursali hanno frequentato il corso formativo in e-learning "Le rapine in Banca".

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

Sicurezza fisica

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

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

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

I cassieri delle succursali della banca posizionate al piano terra e/o in particolari aree territoriali, dove il rischio rapina è più elevato (statistiche OSIF-ABI), utilizzano per la gestione del contante i dispositivi "Cash-in/Cash-out" che di fatto escludono il cosiddetto "cassetto cassiere", nel quale si deposita il contante necessario per la gestione della cassa e di norma, luogo subito aggredibile in caso di rapina.

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

Banca Generali aderisce ai rinnovi periodici dei Protocolli an-

ticrimine delle province italiane dove è presente con le proprie filiali, in un'ottica di collaborazione con le Forze dell'Ordine finalizzata a conoscere il fenomeno della criminalità locale per individuare le misure più adatte a fronteggiarlo.

A tal fine è stato reso recentemente disponibile dall'ABI, attraverso il portale Ossif (Centro di Ricerca dell'ABI sulla Sicurezza Anticrimine), il Servizio Geocrime Analyst. L'applicativo consente di monitorare su tutto il territorio nazionale, attraverso l'utilizzo di mappe georeferenziate, il livello di rischio delle dipendenze bancarie sul territorio nazionale e le diverse tipologie di eventi criminosi che coinvolgono nel tempo le filiali delle Banche aderenti a Ossif, con aggiornamenti mensili.

In alcune succursali sono stati installati i vetri blindati sul banco dell'operatore di cassa; e nelle succursali mono addetto è stato previsto un "comando antimalore" collegato a una centrale di sorveglianza e di Pronto Intervento, alla quale è stato formalizzato un protocollo operativo per la gestione dell'emergenza.

Nel corso dell'ultimo anno non sono occorse rapine a danno di succursali bancarie.

Programmi

Nel 2013, il personale che rientra nel perimetro della sorveglianza sanitaria è stato sottoposto a visita di sorveglianza sanitaria secondo il protocollo previsto 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 209 visite mediche (tra preventive e periodiche) a dipendenti e collaboratori del Gruppo Bancario. I risultati derivanti da tali visite evidenziano una elevata prevalenza di giudizi di idoneità senza alcuna prescrizione e/o limitazione. Nel caso in cui il medico competente preveda la fornitura di un presidio specifico lo stesso viene prontamente richiesto alle strutture competenti ed entro breve fornito alla risorsa.

Anche nel 2013 l'azienda ha messo gratuitamente a disposizione dei dipendenti delle sedi di Milano e di Trieste che volontariamente hanno aderito, la possibilità di effettuare - nel periodo invernale previsto dal Ministero della Salute - la profilassi antinfluenzale.

I programmi di formazione sui temi della sicurezza sono erogati nel continuo; in particolare sono stati erogati in e-learning il corso "Sicurezza - Formazione generale dei lavoratori" a 87 colleghi

e il corso specifico "Formazione Sicurezza - Dirigenti" a 10 dirigenti. Dall'Accordo Stato-Regioni sul tema della formazione sulla Sicurezza deriva anche la necessità di erogare formazione integrata e pertanto oltre all'e-learning 37 persone hanno ricevuto formazione in aula per un totale di 148 ore nel corso "Sicurezza - Formazione specifica dei lavoratori".

La formazione in aula inoltre, si è articolata in corsi per gli addetti al primo soccorso (232 ore), per addetti all'antincendio (184 ore) per preposti alla sicurezza (32 ore), oltre al riaddestramento addetti alle squadre di emergenza (68 ore) e all'utilizzo dei defibrillatori (55 ore), e ai corsi e seminari specifici per RLS (40 ore) per un totale di 112 persone coinvolte nei percorsi sopra indicati. 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 2013 per la tutela della salute e sicurezza dei lavoratori - comprendendo in questa voce i costi per la sorveglianza sanitaria (visite preventive e periodiche, sopralluoghi, somministrazione vaccino e attività del Servizio Prevenzione Rischi), i costi di formazione (a esclusione della formazione erogata dalla Insurance Academy), ecc. - ammonta a circa 85.000 euro.

Nel 2013 si sono verificati in tutto 6 infortuni (tutti in itinere), nessuno dei quali ha causato morte, invalidità gravi o permanenti o malattie professionali ai lavoratori coinvolti.

Gli infortuni verificatisi nel 2013, tutti avvenuti in Italia, hanno riguardato 4 donne e 2 uomini.

Nel 2013 il tasso di assenteismo per infortunio, calcolato come rapporto percentuale tra giorni di assenza per tale causale e numero totale di giornate lavorative nell'anno moltiplicate per il numero di dipendenti in organico a fine anno, è pari allo 0,04% (0,07% nel 2012) mentre quello relativo ai soli infortuni sul posto di lavoro (esclusi, quindi, gli incidenti in itinere) è pari al 0,00% nel 2013 (0,007% nel 2012).

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 2013 il tasso di sindacalizzazione (percentuale dipendenti iscritti a sigle sindacali rispetto ai dipendenti totali perimetro Italia) era pari al 36,9%. Al 96% 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 di Condotta 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 incentivazio-

ni 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 già anticipato, il contratto integrativo per i dipendenti del Gruppo Banca Generali (Area Italia) è stato formalmente rinnovato in data 30 maggio 2014 per tutto il periodo 2012-2014 con scadenza quindi al 31 dicembre 2014. In particolare, il contratto integrativo è relativo sia alle 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. Sempre in data 30 maggio 2014 si è raggiunto l'accordo sindacale relativo al premio aziendale dell'esercizio 2013.

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 nonché sui prodotti di erogazione (mutui prima casa e prestiti personali). Trattandosi di contrattazione collettiva, ne sono destinatari tutti i dipendenti delle categorie impiegati e quadri direttivi, senza distinzione di genere ovvero tipologia di orario di lavoro. L'unica eccezione riguarda il personale con contratto a termine per cui, vista la particolare tipologia di contratto, non è prevista la possibilità di utilizzare le agevolazioni in materie di mutuo casa ovvero prestiti personali.

Nel corso del 2013 è proseguita altresì l'attività della commissione paritetica sui part time (per quanto riguarda le società italiane del Gruppo).

Inoltre, in attuazione delle previsioni del CCNL, si è proceduto a promuovere la Fondazione Prosolidar, attiva nel campo dei progetti di solidarietà a livello internazionale. Per quanto riguarda il 2013 circa 400 dipendenti hanno aderito versando il contributo previsto cui è seguito il contributo aziendale in pari misura.

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 contrattazione.

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 n. 8 posizioni di dipendenti di Banca Generali S.p.A. risultanti a contenzioso nel 2013, la maggioranza delle quali è peraltro riferita a rapporti di lavoro già chiusi, n. 5 riguardano posizioni dirigenziali, mentre n. 3 riguardano posizioni relative a quadri o impiegati. Le tipologie di controversie pendenti in contenzio-

so 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, n. 6 su 8 posizioni sono state attivate a 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 1,8 milioni di euro, di cui 800.000 euro riferiti a una sola posizione.

6. La formazione

Il complesso delle attività formative svolte dalla banca nell'anno 2013 si può sommariamente sintetizzare in 15.500 ore di corso, che hanno coinvolto il 77% della popolazione aziendale.

Numero medio di ore di formazione per livello di lavoratori

	2013	2012
Dirigenti	32	16
Quadri direttivi	27	17
Impiegati	23	21
Forza vendita dipendente	31	86

Numero medio di ore di formazione per genere

	2013	2012
Donne	20	18
Uomini	30	33

Investimenti in formazione

	2013	2012
Spesa media annua per collaboratore	672	804
Ore medie di formazione per collaboratore	20	25
Investimenti in formazione/ retribuzioni	0,8%	0,95%
Costo medio orario della formazione (euro)	52	31

L'architettura formativa nel suo complesso è focalizzata a consolidare i ruoli da un punto di vista tecnico e manageriale e a fornire gli strumenti concettuali e le conoscenze per supportare lo sviluppo della banca, che negli ultimi anni ha avuto una decisa accelerazione.

Nel corso dell'anno hanno preso il via progetti formativi articolati e innovativi, tesi a rafforzare la cultura manageriale su alcune aree strategiche della popolazione aziendale: top management, responsabili gestori di risorse e, infine, talenti.

Durante l'anno i corsi di formazione manageriale hanno costituito l'ossatura dell'offerta progettata internamente.

In particolare il percorso formativo dedicato alle persone di potenziale si è strutturato in diversi moduli dedicati ai temi dell'innovazione presso la Libera Università Carlo Cattaneo (LIUC) di Castellanza.

Come negli altri anni, Banca Generali ha sviluppato percorsi formativi appositamente studiati per le specificità del business creditizio, con progetti pensati per i Relationship Manager della rete di vendita dipendente ai quali è stato proposto un corso sulla negoziazione, per supportarli nell'attività di consulenza alla clientela di alto standing.

Sono continuati i corsi di presidio della competenza tecnica, con una proposta sulle operazioni bancarie, tenuto da un docente universitario e rivolto a risorse con maggiore necessità di specializzazione e una sui servizi bancari propri di Banca Generali a docenza interna, dedicato a risorse neo inserite o a dipendenti che operano nelle strutture di staff della banca.

Ad alcune risorse selezionate sono stati offerti percorsi di alta formazione e/o master post laurea presso importanti istituzioni accademiche. Un nuovo approccio rivolto a proporre percorsi formativi mirati e specialistici ha portato ad attivare numerosi percorsi di business coaching. La loro verificata efficacia porterà a un incremento di questa metodologia per il 2014.

Anche in considerazione della decisa svolta internazionale intrapresa dal Gruppo Generali, nel 2013 si è data particolare attenzione alla formazione linguistica, per la quale ci siamo avvalsi di qualificati istituti di formazione linguistica, in particolar modo per corsi di *financial, banking and legal English*.

Ricorrenti sono i corsi in aula sulla sicurezza in azienda in ottemperanza del D. Lgs. 81/08.

Anche la formazione sulla normativa obbligatoria viene erogata secondo le indicazioni di legge e alla particolare sensibilità al tema posta dalla banca. Nello specifico sono stati erogati corsi in aula su Business Continuity Plan, Antiriciclaggio e Rafforzata Verifica. Attraverso la formazione a distanza è invece continuato l'aggiornamento normativo sul D.L. 231/01, la Trasparenza bancaria, l'Antiriciclaggio e la Privacy (tutti obbligatori per i nuovi assunti). Specificamente per il personale delle succursali sono stati erogati corsi web based sulle tematiche dell'Antirapina e sulla gestione del contante in un'ottica di controllo e contrasto al riciclaggio.

Tutti i corsi obbligatori web based per i nuovi assunti a tempo determinato e indeterminato sono erogati attraverso la piattaforma e-learning.

7. Coinvolgimento dei collaboratori

La comunicazione interna e il dialogo tra l'azienda e i propri collaboratori sono sostenuti da diverse iniziative e strumenti che permettono di diffondere efficacemente le informazioni e di raccogliere feedback. In particolare tutti hanno accesso al portale informativo del Gruppo Generali "We Generali" oltre che al

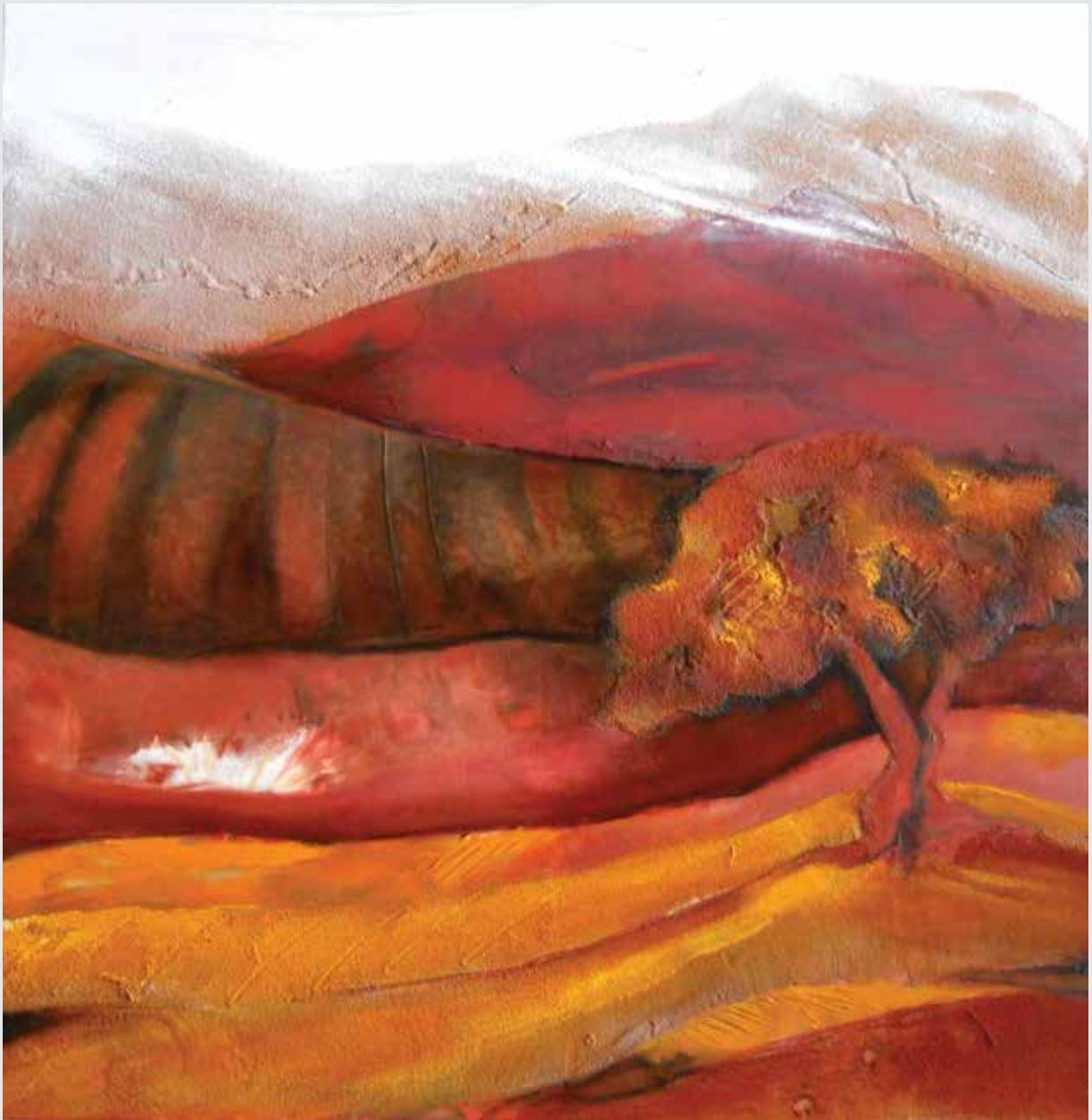
Portale HR, che raccoglie e diffonde notizie su eventi e progetti e note organizzative che riguardano direttamente Banca Generali. Inoltre tutti coloro che ne fanno richiesta ricevono "Il Bollettino", l'house organ cartaceo del Gruppo Generali.

Indagini e altre forme di dialogo

Il principale momento di dialogo tra il vertice della banca e tutti i dipendenti sono i due meeting (uno a Milano e uno a Trieste) che si svolgono a fine anno. Sono importanti occasioni nelle quali l'Amministratore Delegato illustra la strategia e i principali progetti che caratterizzeranno l'anno a venire, oltre a tracciare un bilancio dell'anno trascorso. È tradizione che ogni anno venga invitato un ospite tra i testimonial che accompagnano la banca nelle diverse attività di promozione sociale svolte sul territorio. Nella progettazione dei programmi formativi e delle iniziative di comunicazione vengono organizzati focus group che consentono di raccogliere stimoli e suggerimenti dalla viva voce dei dipendenti.

In accordo con le politiche sulla sostenibilità promosse del Gruppo Generali, la banca coinvolge i propri dipendenti sui temi della sensibilità ambientale attraverso una serie di iniziative concrete. Tra queste ricordiamo la corretta differenziazione dei rifiuti oppure la gestione attenta delle trasferte in termini di sostenibilità ambientale, o l'utilizzo oculato degli impianti individuali di riscaldamento/raffreddamento.

Il coinvolgimento e la partecipazione dei collaboratori si esprime anche attraverso alcune iniziative di volontariato aziendale, come il presidio dei banchi di vendita di prodotti il cui ricavato viene devoluto all'Associazione Italiana Sclerosi Multipla, con la quale la banca da anni ha una sentita partnership.



Luciana Bertorelli – La mia montagna. Tecnica mista su tela, 80x80. Dalla mostra organizzata nel dicembre 2013 presso la nuova sede di Banca Generali a Savona, in Piazza Leon Pancaldo 1/5.

3.4

AZIONISTI E INVESTITORI

1. Introduzione

L'attività di investor relations è da sempre improntata a garantire la massima trasparenza e il dialogo costante della Banca con la comunità finanziaria, dando visibilità e riscontro in merito agli obiettivi di creazione di valore e remunerazione degli azionisti, che da sempre rappresentano la stella polare dell'azione della Banca.

2. L'azionariato

Il capitale sociale di Banca Generali al 31 dicembre 2013 risultava costituito da 114.895.247 azioni ordinarie del valore unitario di un euro.

L'aumento del numero di azioni emesse è legato al parziale esercizio dei piani di stock option emessi a favore dei dipendenti e dei Promotori Finanziari ai tempi della quotazione e successivamente nel 2010. A fine 2013 risultavano ancora in circolazione

2.040.221 di stock option (1,8% delle azioni in circolazione), di cui 837.494 già esercitabili mentre le rimanenti esercitabili nel corso del 2014-2017 secondo i limiti previsti alla data di emissione dei piani stessi.

Capitale sociale deliberato al 31.12.2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Numero azioni emesse	111.313.176	111.313.176	111.362.750	111.693.843	112.937.722	114.895.247
N. azioni in circolazione a fine anno*	110.538.030	110.853.509	111.292.679	111.663.772	112.927.651	114.885.176
Azioni proprie	775.146	459.667	70.071	30.071	10.071	10.071

*al netto delle azioni proprie

A fine 2013, il gruppo Generali risultava l'azionista di controllo, sebbene con una quota in riduzione al 51,0% rispetto al 64,7% di fine 2012. Nel corso del 2013 infatti Assicurazioni Generali, nell'ambito della sua strategia di ottimizzazione dell'allocatione del capitale e di rafforzamento degli indici di Solvency I, ha collocato presso investitori istituzionali qualificati 13.666.593 azioni ordinarie di Banca Generali, pari a circa il 12% del capitale sociale della Banca.

L'operazione è stata accolta con grande favore perché ha consentito a molti investitori di rafforzare e/o acquisire un'esposizione

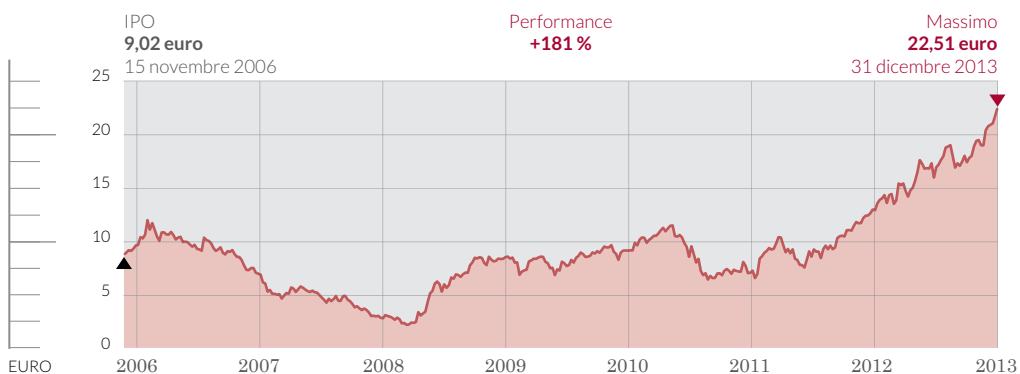
sul titolo attraverso il maggiore flottante disponibile e di beneficiare anche dei vantaggi derivanti dalla maggiore liquidità del titolo.

Tra gli azionisti rilevanti segnaliamo anche Threadneedle Asset Management con una partecipazione del 2,175%.

Anche a seguito dell'ingresso di investitori istituzionali nel corso dell'operazione di collocamento di azioni da parte di Assicurazioni Generali, la presenza di azionisti istituzionali sul totale del flottante è salita al 73% dal 61% dell'anno precedente.

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

Le azioni Banca Generali sono quotate alla Borsa Italiana (ora LSE Group) dal 15 novembre 2006. Nello specifico il titolo fa parte del FTSE Italia All-Share e dell'Indice FTSE Italia Mid Cap.



Nel corso del 2013, il valore delle azioni Banca Generali è cresciuto in modo costante passando dai 12,910 euro degli inizi di gennaio ai 22,510 euro di fine dicembre, chiudendo l'anno sui massimi assoluti di sempre. Il rialzo complessivo è stato quindi

importante, pari al 74,3% nell'anno, un risultato che ha portato Banca Generali a guadagnare il podio in termini di performance tra i maggiori titoli finanziari italiani.

Riepilogo quotazioni del titolo Banca Generali

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Massimo	6.780	8.738	9.650	11.560	13.000	22.510
Minimo	2.777	2.070	6.800	6.265	6.540	12.920
Medio	4.652	7.400	8.359	8.798	9.640	16.940
Fine periodo	2.777	8.456	9.060	7.200	12.910	22.510
Capitalizzazione (mil. euro)	312	941	1.009	804	1.458	2.586

Nota: Le azioni Banca Generali sono quotate alla Borsa Italiana (ora LSE Group) dal 15 novembre 2006. Nello specifico il titolo fa parte del FTSE Italia All-Share e dell'Indice FTSE Italia Mid Cap.

La capitalizzazione della Banca ha raggiunto i 2,6 miliardi di euro, posizionandosi – a fine 2013 – al sesto posto tra le principali banche quotate italiane.

La dinamica dei titoli Banca Generali è risultata positiva anche rispetto all'andamento del mercato azionario italiano (FTSE MIB

+16,6% e FTSE Mid Cap +48,8%) e agli indici settoriali di riferimento, ovvero il settore bancario italiano (FTSE Italia All Share Banks +33,1%) ed europeo (DJ Eurostoxx 600 +26,4%), che pure nel corso del 2013 hanno registrato un'importante ripresa dei corsi.

Andamento dei principali indici di borsa

VAR. %, A/A	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Banca Generali	-59,7%	206,9%	6,7%	-20,6%	79,3%	74,4%
FTSE MIB	-49,5%	19,5%	-13,2%	-25,2%	7,8%	16,6%
FTSE Italia Mid Cap	-48,6%	23,6%	-2,9%	-26,6%	-0,4%	48,8%
FTSE Italia Banks (All Shr)	n.d.	27,1%	-31,1%	-45,1%	-0,02%	33,1%
DJ EuroStoxx 600	-45,6%	28,0%	8,6%	-11,3%	14,4%	17,5%
DJ EuroStoxx 600 Banks	-64,4%	46,9%	-11,6%	-32,5%	12,0%	26,4%
MSCI World	-39,1%	23,0%	17,2%	-4,5%	11,4%	19,7%
S&P 500 (USA)	-35,7%	20,2%	20,9%	3,1%	11,4%	26,1%
DAX 50 (Germania)	-40,4%	23,9%	16,1%	-14,7%	29,1%	26,0%
CAC 40 (Francia)	-42,5%	22,3%	-3,3%	-17,0%	15,2%	18,2%
CSI 300 (Cina)	-61,6%	91,5%	-2,8%	-19,1%	6,7%	-8,4%
IBOV (Brasile)	-53,4%	141,8%	14,5%	-25,3%	-4,1%	-29,6%

Il forte rialzo delle quotazioni di Banca Generali del 2013 è tanto più significativo se si considera che un analogo risultato era già stato conseguito anche nell'esercizio precedente, il 2012. Il rialzo complessivo del titolo nel biennio 2012-13 è stato infatti pari al 213%, uno dei migliori risultati nel panorama dei titoli finanziari italiani e internazionali. Se alla performance del titolo si somma il contributo del dividendo distribuito (Total Return Ratio), il rendimento per gli azionisti nel biennio è stato del 253% (fonte Bloomberg).

La dinamica del titolo è positiva anche da una prospettiva più lontana: dall'IPO del titolo, il 15 novembre 2006, le azioni Banca Generali hanno infatti messo a segno un apprezzamento medio annuo composto del 13,8% che sale al 17,9% in termini di Total

Return, ovvero includendo il dividendo corrisposto agli azionisti. Il rialzo delle quotazioni nel 2013 si è accompagnato anche a un incremento del 50% dei volumi medi negoziati pari a 6,54 milioni di pezzi mensili (contro i 4,27 milioni medi dell'anno precedente) con un picco di 11,4 milioni nel mese di maggio e un minimo di 3,67 milioni di pezzi nel mese di dicembre.

Sulla base degli utili realizzati nel 2013, l'Assemblea degli Azionisti ha approvato la distribuzione di un dividendo di 95 centesimi per azione (90 centesimi nell'esercizio precedente) equivalente a un monte dividendi di 109,6 milioni di euro. Il rendimento implicito dell'azione (dividend yield) si è attestato al 4,6 %, sulla base del prezzo alla data dello stacco (19 maggio 2014).

Dividendi erogati

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Dividendi erogati (milioni di euro)	6,6	49,9	61,3	61,4	102,5	109,6
Pay-out Ratio ⁽¹⁾	84%	80%	75%	84%	79%	79%
Dividendo unitario per azione (euro)	0,06	0,45	0,55	0,55	0,90	0,95
Dividend Yield ⁽²⁾	1,4%	6,1%	4,8%	7,0%	5,0%	4,6%
Dividend Yield ⁽³⁾	1,3%	6,1%	6,6%	6,3%	9,3%	5,6%

Fonte: dati societari, Bloomberg

NOTE

(1) dividendi erogati/utile d'esercizio

(2) dividendo unitario/prezzo allo stacco del dividendo

(3) dividendo unitario/prezzo medio

4. L'attività di investor relations

La Banca è da sempre impegnata a perseguire un dialogo trasparente con la comunità finanziaria.

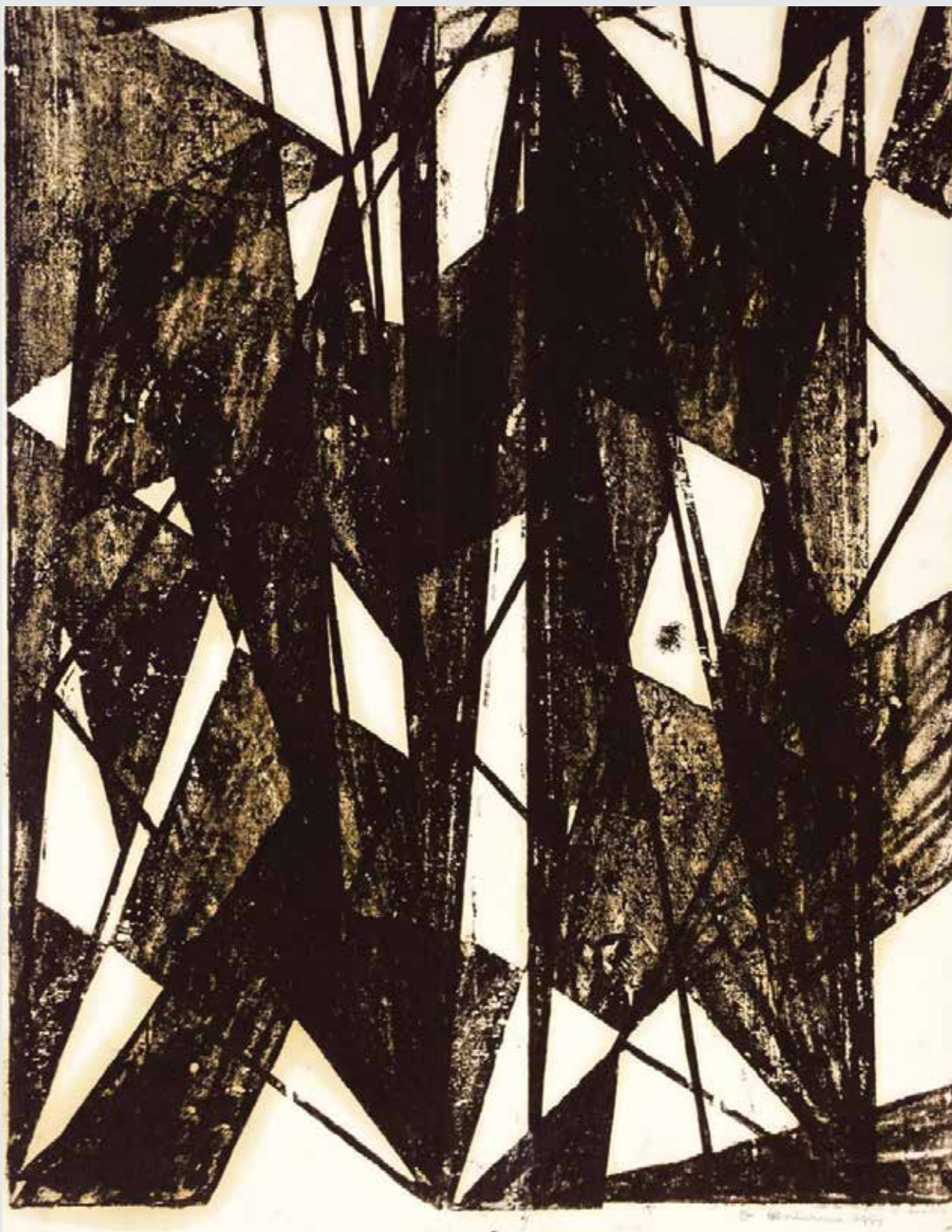
Con i mercati finanziari in rapida e spesso imprevedibile evoluzione, la funzione di Investor Relations si pone l'obiettivo di rispondere con la massima tempestività alle richieste di investitori istituzionali e analisti finanziari in merito alla dinamica economico-finanziaria della Banca e ai piani di sviluppo e crescita.

Su base trimestrale vengono inoltre tenute conference call per presentare e discutere con investitori istituzionali e analisti finanziari i risultati economico-finanziari della banca oltre ad aggiornare in merito alle principali iniziative commerciali.

Il vertice della Banca attribuisce grande rilevanza al confronto

con investitori istituzionali e analisti e questo si è tradotto, nel corso del 2013, nella partecipazione a numerose iniziative tra cui 4 conferenze di settore e 8 roadshow presso le principali piazze finanziarie internazionali. In crescita anche il numero di investitori incontrati presso la sede della banca.

I giudizi degli analisti sell-side a fine 2013 vedono una prevalenza di indicazioni positive (buy/outperform) pari al 67% delle coperture totali seguite dal restante 37% di raccomandazioni neutrali (hold/neutral). Non si registrano raccomandazioni negativa (sell/outperform).



Venturino Venturi - Monotipo. Olio su carta, 1954, 70 x 50. Da "Dentro il Labirinto", mostra organizzata da Banca Generali presso il Museo Diocesano di Milano dal 3 ottobre al 24 novembre 2013.



3.5

FORNITORI

1. Politiche d'acquisto

Il Gruppo Banca Generali nel corso del 2013 ha intrattenuto rapporti con 1.669 fornitori per un fatturato di 80 milioni di euro. Rispetto al 2012 si riscontra una diminuzione di circa 35 fornitori attivi, la spesa complessiva sostenuta, invece, rispetto al 2012, ha registrato una diminuzione di circa il 6%.

Il Gruppo Banca Generali, pur mantenendo una politica di acquisto autonoma, adotta comportamenti in linea con i principi del Gruppo Generali, che prevedono l'impegno, nei rapporti con i partner contrattuali, ad attenersi ai criteri 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.

In conformità con i menzionati principi del Gruppo Generali, il

processo di selezione dei fornitori avviene attraverso procedure chiare, certe e non discriminatorie, utilizzando esclusivamente parametri oggettivi, documentabili e trasparenti legati alla qualità dei prodotti e servizi offerti; viene prestata attenzione anche all'osservanza, da parte dei fornitori, dei principi etici internazionali in tema di lavoro e diritti umani e ottiene specifica considerazione l'impatto ambientale correlato ai metodi di produzione e di fornitura utilizzati.

	2013	2012
N. fornitori	1.669	1.704
Spesa fornitori (*)	80.096	85.395

(*) spesa in migliaia di euro

2. Pratiche d'acquisto

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.

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

La spesa 2013 per fornitori nazionali è stata pari a 75 milioni di euro (93,60% del totale), mentre la spesa per fornitori esteri si è limitata a 5,1 milioni di euro (6,40% del totale).

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

La selezione del fornitore ricade sul Responsabile competente per materia, di concerto con le funzioni aziendali preposte agli acquisti, e i relativi acquisti vengono effettuati sia attraverso apposite società di servizi del Gruppo Generali che con fornitori individuati secondo i principi sopra esposti.

Ripartizione dei fornitori per area geografica

REGIONE	2013	2012
Abruzzo	10	11
Basilicata	-	1
Calabria	10	18
Campania	41	71
Emilia-Romagna	129	121
Friuli Venezia Giulia	110	128
Lazio	133	143
Liguria	61	46
Lombardia	620	640
Marche	20	15
Molise	-	-
Piemonte	119	111
Puglia	42	23
Sardegna	5	5
Sicilia	26	25
Toscana	74	81
Trentino Alto Adige	17	11
Umbria	10	10
Valle d'Aosta	10	5
Veneto	108	100
Totale Italia	1.545	1.565
Totale estero	124	139
Totale	1.669	1.704



Giorgio Piccaia - Vita cosmica. Acrilico su carta, 2012, 29x29. Da "Arte e Finanza", mostra organizzata da Banca Generali Financial Planner presso la sede di Milano in Via San Paolo 7 dal 14 marzo al 20 aprile 2013.



3.6
COMUNITÀ

1. Rapporti con la comunità

Banca Generali si propone come un interlocutore di riferimento nell'ambito di iniziative finalizzate al sostegno del territorio in ambito sociale, culturale e sportivo. Le attività di sponsorizzazione, donazioni, eventi e collaborazioni con enti e associazioni riflettono la sensibilità e i valori della Banca e del Gruppo Generali.

L'impegno istituzionale della società si affianca, e rafforza, quello della Rete di consulenti distribuita a livello nazionale così che si espliciti un'azione omogenea e capillare a diversi livelli.

Il coordinamento e lo sviluppo delle iniziative è affidato al Servizio Eventi Incentive e Immagine che, interfacciandosi con le divisioni e le funzioni aziendali, rende omogenei i processi di intervento nei confronti della comunità.

L'attività della Banca è mirata principalmente verso quattro aree di intervento:

- **Area sociale:** comprende le iniziative volte alla valorizzazione della comunità e alla cura dei suoi molteplici aspetti: dall'attenzione verso le persone in difficoltà, al sostegno di ricerca e formazione.
- **Area volontariato:** racchiude le attività che il personale della Banca intraprende a favore della comunità, concretizzandosi sia in raccolta fondi sia nell'adesione ad attività di volontariato.
- **Area sport:** include le attività sportive sia a livello professionale sia amatoriale e giovanile, quali veicolo d'eccellenza di sani principi e valori fondamentali.
- **Area culturale:** si pone l'obiettivo di sostenere attività culturali con il fine di ottimizzare la fruizione del patrimonio artistico da parte dei cittadini.

Il 2013 ha visto un rafforzamento del legame che Banca Generali ha stretto con alcune Onlus, grazie alla solidarietà dimostrata dai dipendenti e dalla Rete che hanno dedicato tempo e risorse nella raccolta fondi e nel supporto delle "no profit".

È proseguito l'impegno dalla Banca nel garantire il proprio sostegno alla Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori - LILT - che da molti anni opera nel campo della prevenzione, della diagnosi precoce, della promozione della ricerca, dell'educazione sanitaria e dell'assistenza ai pazienti.

In un'ottica di continuità con le attività degli scorsi anni, Banca Generali ha contribuito alla realizzazione di un concerto presso il teatro "La Scala" di Milano. L'evento è stato finalizzato a una raccolta fondi per sostenere la continuità dei servizi del Settore Assistenza Adulti e Bambini.

Inoltre, Banca Generali ha garantito ancora una volta il proprio concreto supporto all'AIMS-Associazione Italiana Sclerosi Multipla e in occasione delle festività natalizie, grazie al coinvolgimento dei dipendenti e della Rete è stata organizzata una vendita di beneficenza di Oli Speziati che ha permesso di raccogliere fondi per sostenere la ricerca.

Nel corso del 2013 si è concretizzato l'impegno in favore della popolazione colpita dal terremoto in Emilia. I dipendenti e i promotori di Banca Generali, infatti, sono stati coinvolti in una raccolta fondi, partita nel 2012, che ha portato alla donazione di 22.000 euro da destinarsi alla ricostruzione del territorio.

Banca Generali si è fortemente distinta anche per l'impegno profuso nel sostenere attività sportive.

Ne è un esempio "Banca Generali Un Campione per Amico", manifestazione promossa da 4 anni, che si pone come obiettivo la promozione dei valori positivi legati al mondo dello sport. Il tour itinerante ha coinvolto oltre 10 mila bambini senza alcuna distinzione di abilità, offrendo una giornata all'insegna del gioco e dello sport in compagnia di grandi atleti del panorama italiano. L'evento è stato portavoce di valori come rispetto, disciplina, correttezza e integrazione.

Sempre in ambito sportivo, la Banca ha garantito il proprio supporto a due giovani talenti sottolineando come l'Istituto riconosca nei valori positivi dello sport un riflesso dei principi dell'Azienda. Banca Generali ha infatti sostenuto la campionessa olimpica di sci Federica Brignone durante la stagione invernale della Coppa del Mondo di Sci e il giovane talento del Super Enduro italiano, Jacopo Orbassano.

In ambito culturale inoltre si è consolidata la collaborazione con il Museo Diocesano di Milano e con il mondo dell'arte in generale, grazie alla realizzazione della mostra "Dentro il Labirinto", la prima antologica milanese dell'artista toscano Venturino Venturi.



Venturino Venturi - Monotipo. Olio su carta, 1954, 56,7 x 39,5. Da "Dentro il Labirinto", mostra organizzata da Banca Generali presso il Museo Diocesano di Milano dal 3 ottobre al 24 novembre 2013.



3.7 AMBIENTE

1. Politica ambientale

Come enunciato nella Politica Ambientale del Gruppo Generali, 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.

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

Nell'ambito del SGA è stata definita la Politica Ambientale che definisce gli obiettivi e gli 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 601 dipendenti per una copertura pari al 74% in termini di organico del Gruppo Banca Generali.

Allo scopo di attuare e mantenere attivi gli obiettivi contenuti nella Politica Ambientale, 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 31.12.2013. 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 2013-2015

Per ulteriori approfondimento sul Sistema di Gestione Ambientale (SGA) si può accedere al seguente indirizzo web: www.general.com/Generali-Group/Sustainability/environment/Environmental-Management-System/.

Il Sistema è supportato da una struttura organizzativa costituita dall'Environmental Management System (EMS) Review Committee e dal EMS Committee. Il EMS Review Committee è l'organo attuativo che con cadenza annuale effettua il riesame del Sistema, a seguito del quale può proporre modifiche alla Politica Ambientale, agli obiettivi e target di Gruppo e agli altri elementi del SGA, coerentemente con l'impegno al miglioramento continuo. Il EMS Committee, invece, è l'organo operativo cui è attribuita la responsabilità del raggiungimento degli obiettivi ambientali di Gruppo. È composto dal rappresentante del SGA di Gruppo e dai rappresentanti del SGA dei singoli Paesi coinvolti nel progetto

finalizzato a implementare nel Gruppo un sistema di gestione ambientale.

La corretta implementazione del SGA e lo specifico raggiungimento degli obiettivi sono garantiti da periodici audit interni, costanti monitoraggi e da un sistema di informativa che prevede report semestrali e un rapporto annuale denominato Inventario delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) del Gruppo Generali in cui, con riferimento al SGA, sono quantificate, analizzate e rendicontate in modo chiaro, dettagliato e trasparente le emissioni di GHG del Gruppo. Il Gruppo ha ottenuto dall'Organismo di Certificazione RINA Services S.p.A. la certificazione, in accordo con la norma ISO 14064, dell'Inventario delle emissioni di GHG relativo alle emissioni dirette (Scope1) e alle emissioni indirette da consumo energetico (Scope2) relative all'anno 2013, 2012 e 2011.

ASPETTI AMBIENTALI DIRETTI	OBIETTIVO	TARGET/TEMPISTICA	INDICATORE
Energia	Ottimizzazione dei consumi di energia elettrica	Riduzione del consumo di energia elettrica pro capite del 5% entro il 2015	Consumo totale annuo di energia elettrica pro capite
		Mantenimento della quota di energia elettrica da fonti rinnovabili sopra il 75% entro il 2015	% energia elettrica da fonti rinnovabili su totale energia elettrica
Carta	Ottimizzazione dei consumi di carta	Riduzione del consumo totale di carta del 5% entro il 2015	Consumo totale annuo di carta
		Raggiungimento del 95% di carta ecologica entro il 2015	% carta ecologica su totale carta
Acqua	Ottimizzazione del consumo di acqua	Riduzione del consumo di acqua pro capite del 5% entro il 2015	Consumo annuo di acqua pro capite
Rifiuti	Ottimizzazione della gestione dei rifiuti	Raggiungimento dell'80% della quota di rifiuti raccolti con modalità differenziata entro il 2015	% rifiuti raccolti con modalità differenziata su totale rifiuti
Emissioni di gas a effetto serra	Riduzione delle emissioni in atmosfera da Scope1 e Scope2	Riduzione del 5% delle emissioni di gas a effetto serra da scope1 (combustibili per il riscaldamento e km percorsi dalla flotta aziendale) e scope2 (energia elettrica e teleriscaldamento) entro il 2015	Emissioni annue di ghg da Scope1 e Scope2

2. Tutela dell'ambiente

Impatti ambientali diretti

Energia

Nel 2013 le Sedi del Gruppo Banca Generali incluse nel SGA hanno consumato complessivamente 13,35 Tera Joule (TJ) di energia con un aumento del 4,72% rispetto all'anno precedente, mentre il consumo pro capite ha registrato un calo pari al 5,04%.

Nel triennio 2011-2013 la variazione del consumo di energia, espressa in Tera Joule (TJ) è stata pari a + 0,20 TJ (+1,56%) mentre a livello pro capite si è registrato un deciso calo del -8,92%.

Consumo Energia Tera Joule - Consumo pro-capite

	2013	2012	2011	VAR. % 2013/2011
Consumo	13,35	12,75	13,15	+1,56%
Consumo pro capite	0,022	0,023	0,024	-8,92%

Il 51% dei consumi è rappresentato dal consumo diretto di energia da gas naturale, utilizzato per riscaldare gli ambienti di lavoro mentre il restante 49% 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 0,022

Terajoule (TJ).

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

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

Consumo Energia Elettrica – Consumo in kWh

	2013	2012	VAR.% 2013/2012	2011	VAR.% 2013/2011
Consumo totale di energia elettrica	1.808.345,0	1.559.962	15,92%	1.597.893	13,17%
Consumo di energia elettrica pro capite	3.008,89	2.862,32	5,12%	2.965	1,50%
Consumo totale di energia elettrica da fonti rinnovabili	1.808.345	1.559.962	15,92%	562.458	221,51%
Consumo totale di energia elettrica da fonti non rinnovabili	-	-	-	1.035.435	-100%

Il consumo di energia elettrica per le Sedi incluse nel SGA nel corso del 2013 ha registrato, rispetto all'anno precedente un incremento straordinario del 15,92% dovuto principalmente al maggior consumo della centrale frigorifera centralizzata del comprensorio Bassi Business Park di Milano, via Bassi, che oltre a servire il building 6, Sede oggetto di SGA, presta servizio ad altri palazzi gemelli identificati dai civici n. 4 e n. 8a e 8b. Quest'ultimi due immobili, nel corso del 2013, hanno raggiunto l'indice massimo di occupazione e hanno generato di conseguenza l'incremento dei consumi della centrale frigorifera centralizzata. Maggior consumi che, per quota parte, sono stati attribuiti alla

Sede oggetto di SGA.

Anche le condizioni climatiche non hanno aiutato a contenere i consumi elettrici per il raffrescamento. Infatti, se confrontiamo le temperature medie mensili del periodo giugno-settembre registrate sulla città di Milano per gli anni 2012 e 2013, rileviamo che il 2013 è risultato per tutti i mesi in questione l'anno più caldo con una variazione media di circa un grado centigrado in più per ogni mese.

Si segnala che il consumo di energia elettrica proviene interamente da fonti rinnovabili.

Consumo Gas Naturale – Consumo in m³

	2013	2012	VAR.% 2013/2012	2011	VAR.% 2013/2011
Consumo di gas naturale (metano)	175.456,2	182.951,2	-4,10%	189.642,8	-7,48%
Consumo di gas naturale pro capite	291,94	335,69	-13,03%	351,8	-17,02%

Per quanto riguarda il consumo di energia termica, nel 2013 presso le Sedi monitorate nel SGA, sono stati consumati 175.456 metri cubi di gas naturale. Rispetto all'anno precedente si è registrata una contrazione dei consumi di gas naturale del 4,10%. Rispetto al 2011 invece, i valori hanno registrato una contrazione del 7,48% per oltre 14.187 metri cubi consumati in meno. Significativa la riduzione del consumo pro capite che ha registrato nel

triennio in questione una flessione pari al 17,02%.

Si precisa inoltre che per il riscaldamento delle Sedi in questione non è utilizzato nessun altro combustibile come ad esempio il gasolio che è più inquinante e come la Sede di Trieste, utilizza parzialmente la fonte di gas naturale anche per il necessario raffrescamento estivo (c.d. sistema a travi fredde).

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 Real Estate S.p.A. del Gruppo Generali.

Principali azioni intraprese per il miglioramento energetico:

- presenza di dispositivi per accensione/spegnimento automatico dei corpi illuminanti;
- sostituzione delle lampadine tradizionali con quelle a basso consumo energetico;
- presenza di dispositivi per accensione/spegnimento/controllo automatici degli impianti di climatizzazione;
- campagne comunicazionali ai Dipendenti con l'obiettivo di mettere in atto tutti quei comportamenti virtuosi che possano ridurre i consumi energetici;
- introduzione di stampanti e fotocopiatrici multifunzione con attivo il dispositivo automatico di risparmio energetico in caso di mancato utilizzo.

Consumo di carta – Consumo in quintali

	2013	2012	VAR.% 2013/2012	2011	VAR.% 2013/2011
Consumo totale di carta (carta bianca+carta stampata)	401,60	431,59	-6,95%	369,1	8,81%
Consumo di carta bianca	367,9	347,2	5,97%	229,6	60,22%
Consumo di carta bianca ecologica ECF/TCF carta certificata FSC/PEFC	367,3	347,0	5,86%	229,6	59,96%
Consumo di carta stampata	33,7	83,8	-59,84%	139,4	-75,86%

Nel 2013 sono stati consumati complessivamente 402 quintali di carta (-6,95%) rispetto al 2012. I consumi totali comprendono circa 368 quintali di carta bianca (91,61%) e 34 quintali di carta stampata (8,39%), cioè di carta acquistata dai fornitori per la stampa di documenti contrattuali, materiali pubblicitari, bilanci, ecc. La carta bianca utilizzata dal Gruppo Banca Generali è quasi interamente di tipo ecologico e certificata FSC – Forest Stewardship Council, cioè proveniente da foreste gestite in modo

sostenibile.

Il contenimento dei consumi di carta bianca si è ottenuto anche grazie all'introduzione nelle sedi oggetto di SGA di un nuovo sistema di stampa gestito (c.d. Managed Print Services) che, tra le caratteristiche principali dell'impianto, propone di default la stampa con la modalità fronte/retro, efficientando quindi il consumo di carta bianca.

Il consumo di carta stampata anche per l'anno 2013 ha subito

una decisa riduzione dovuta principalmente all'estensione di supporti informativi per l'attività di vendita delle nostre strutture commerciali che limitano alla stampa solo la parte contrattuale strettamente necessaria.

Principali azioni intraprese per il miglioramento della gestione della carta:

- a fine 2012, il Gruppo Banca Generali ha introdotto nelle sedi oggetto di SGA un nuovo sistema di stampa gestito, definito Managed Print Services, con l'obiettivo di contenere sia il consumo di carta bianca (le stampe sono preconfigurate in modalità fronte-retro) che gli assorbimenti energetici. In pratica si è passati da un modello "distributivo" di stampanti,

- fax, fotocopiatrici e scanner, a uno a "isole multifunzionali";
- utilizzo di sola carta ecologica a bassa grammatura;
- ove possibile archiviazione elettronica;
- contenimento dei moduli prestampati per stampa documentazione contrattuale solo all'effettiva necessità;
- ricorso a sistemi alternativi al cartaceo per le comunicazioni tra società, filiali, uffici e agenzie. La rete di vendita della banca acquisisce informazioni commerciali e sui clienti accedendo on line al portale dedicato;
- per la trasmissione delle comunicazioni cartacee tra uffici e sedi della banca si utilizza un contenitore riutilizzabile per più di 30 volte.

Consumo di Toner – Consumo in quintali

	2013	2012	VAR.% 2013/2012
Consumo totale di toner	3,43	3,44	-0,26%
di cui del tipo "compatibile/green"	0,95	0,87	9,31%

Nel 2013, le Sedi oggetto di SGA hanno acquistato 3,43 quintali di toner, di cui il 27,71% del tipo "compatibile/green". Rispetto all'anno precedente si è registrato un lieve contenimento dei consumi (-0,26%) al quale si sommano i benefici ottenuti da un maggior utilizzo di prodotto di "compatibile/green" che sono pas-

sati dai 0,87 quintali del 2012 a 0,95 quintali del 2013 (+9,31%). Si segnala che i dati riguardanti il consumo di toner, riportati nella tabella pubblicata sul bilancio del 2012, facevano riferimento al consumo di tutte le strutture territoriali di Banca Generali e non delle sole Sedi oggetto di SGA.

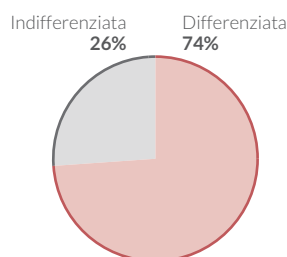
Consumo di Acqua – Consumo in m³

	2013	2012	VAR.% 2013/2012	2011	VAR.% 2013/2011
Consumo totale di acqua	9.063	9.314	-2,69%	10.533	-13,96%
Consumo di acqua pro capite	15,08	17	-11,76%	20	-22,83%
di cui proveniente da condotto comunale/statale	9.063	9.314	-2,69%	10.533	-13,96%

Rispetto all'anno precedente, i consumi di acqua si sono ridotti attestandosi sui 9.000 metri cubi con un risparmio di 251 metri cubi, pari al -2,69%, confermando così il trend ribassista degli anni precedenti. L'ultimo triennio infatti ha registrato un calo dei consumi pari a 1.470 metri cubi pari al - 13,96%.

L'acqua viene utilizzata principalmente per scopi igienico-sanita-

ri 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 – Consumo in quintali

	2013	2012	VAR.% 2013/2012	2011	VAR.% 2013/2011
Carta-cartone	134,5	214,7	-37,36%	315,0	-57,30%
Plastica o alluminio	66,0	20,9	215,37%	16,0	312,50%
Rifiuti IT (computer ecc.)	1,5	-	n.p.	2,0	-25,00%
Cartucce toner esauste destinate allo smaltimento finale	3,5	9,9	-64,31%	5,3	-34,08%
Cartucce toner esauste destinate al riciclo	1,6	8,2	-80,10%	5,7	-71,43%
Altro (vetro)	1,4	1,2	17,65%	-	n.r.
Totale rifiuti raccolti con modalità differenziata	208,6	254,9	-18,18%	344,1	-39,38%
Totale rifiuti raccolti con modalità indifferenziata	73,8	174,7	-58%	4,9	1406,53%

Nel 2013 il Gruppo Banca Generali ha prodotto complessivamente 282,4 quintali di rifiuti, di cui 208,6 (74%) raccolti con modalità differenziata e 73,8 quintali inceneriti o portati in discarica. Per quanto riguarda la raccolta con modalità differenziata si precisa che si tratta di 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 (64% dei rifiuti differenziati).

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

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

Emissioni di gas a effetto serra

Per le società bancarie e finanziarie le emissioni di gas a effetto serra rilasciate nell'atmosfera nello svolgimento dell'attività sono sostanzialmente riconducibili ai consumi di energia elettrici

e di energia utilizzata dai sistemi di riscaldamento/condizionamento nonché alla mobilità.

	2013	2012	VAR.% 2013/2012	2011	VAR.% 2013/2011
Totale km percorsi su strada con autovetture, motocicli, ecc. dai dipendenti (dirigenti, impiegati, personale commerciale, ecc.) in missione	664.503	693.846	-4,23%	698.684	-4,89%
Km percorsi con mezzi gestiti direttamente dell'azienda (di proprietà, noleggio a lungo periodo, leasing operativo, ecc.)	407.884	453.209	-10,00%	454.695	-10,30%

Grazie alle varie iniziative di gestione della mobilità, nell'anno si è registrata un'ulteriore flessione nei chilometri percorsi in automobile dai dipendenti in missione, in aggiunta al risultato positivo ottenuto nell'anno 2012. Nel triennio in osservazione si è rilevata una riduzione dei chilometri percorsi in automobili dai dipendenti in missione pari al -4,89% che in valori assoluti comporta una riduzione dei chilometri percorsi di oltre 34.000 unità.

Si è incentivato altresì l'utilizzo dell'auto aziendale/strumentale rispetto a quella personale in quanto i modelli della flotta aziendale sono di recente immatricolazione e quindi dal punto di vista delle emissioni di CO₂ maggiormente performanti.

Per quanto riguarda le altre voci sulla mobilità si registra una diminuzione rispetto all'anno precedente dei chilometri percorsi in aereo (-14%), nonché dei chilometri percorsi in treno (-13,41%).

	2013	2012	VAR.% 2013/2012	2011	VAR.% 2013/2011
Totale km in aereo effettuati dai dipendenti in missione	1.095.026	1.276.850	-14%	1.007.955	9%
di cui < 499 km	643.723	632.965	2%	500.936	29%
di cui 500-3.499 km	451.302	517.556	-13%	418.943	8%
di cui > 3.500 km	-	126.330	-100%	88.076	-100%
	2013	2012	VAR.% 2013/2012	2011	VAR.% 2013/2011
Totale km in treno effettuati dai dipendenti in missione	958.568	1.106.987	-13,41%	1.128.930,10	-15%
di cui km effettuati in treno ad alta velocità	527.212	572.815	-7,96%	567.127,80	-7%
di cui km effettuati in treni tradizionali	431.356	534.173	-19,25%	561.801,30	-23%

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;
- introduzione del "Car Pooling" che consente di condividere l'autovettura (propria o aziendale) con altri colleghi del Gruppo che per motivi di lavoro debbano effettuare il medesimo spostamento nello stesso giorno;
- riduzione dei costi di trasporto pubblico per dipendenti: riduzione sulla provincia di Milano del costo degli abbonamenti annuali ai mezzi pubblici di trasporto (bus, tram, metropo-

litana e treni);

- promozione dell'uso della bicicletta: presso le principali sedi sono presenti parcheggi per biciclette.

Anche nel 2013 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.

Si informa altresì che sono state installate, direttamente sui Monitor dei Personal Computer di diversi dipendenti, di norma quelli che maggiormente hanno la necessità di riferirsi con l'altra Sede Operativa (Milano verso Trieste e viceversa) delle webcam che permettono l'utilizzo delle videochiamate "one to one" che in alcuni casi si sono "trasformate" in video conferenze con un numero ristretto di partecipanti (media 4/5 persone).

Il calcolo delle emissioni

Per quanto riguarda le emissioni di gas a 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 2013 le emissioni complessive di GHG, costituite da anidride carbonica (CO₂), protossido di azoto (N₂O) e di metano (CH₄), sono state pari a 1.342,8 tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO₂e), ottenute trasformando con opportuni coefficienti le quantità emesse di N₂O e CH₄. Le suddette emissioni derivano per il 52,2% dal consumo di energia elettrica, per il 30,4% da energia termica e per il 17,4% dalla mobilità aziendale.

Rispetto all'anno precedente si è registrato un incremento complessivo delle emissioni pari a 50,91 tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO₂e) (+3,94%). Tale incremento è dovuto

essenzialmente dall'aumento dei consumi elettrici della Sede di Milano che ha comportato un incremento delle emissioni complessive GHG del 15,9% rispetto al 2012.

Gli altri consumi che concorrono a formare le emissioni complessive di GHG hanno invece riscontrato una sensibile riduzione: le emissioni relative al combustibile per riscaldamento (gas) hanno avuto una flessione del 5,3% rispetto all'anno precedente così come quelle relative alla mobilità aziendale che si sono ridotte del 8,8%.

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

Rispetto all'anno precedente sono stati utilizzati nuovi e più aggiornati coefficienti di conversione che sono stati certificati dai verificatori RINA, ne consegue che i valori dell'anno precedente sono stati rielaborati al fine di una corretta comparazione con i risultati di quest'anno.

Scope 1 – Le emissioni dirette, prodotte dagli impianti di riscaldamento e dalla flotta di auto aziendali sono state stimate pari a 409,1 tonnellate di CO₂e. In particolare, quelle derivanti dal consumo energetico di gas naturale sono state stimate in 331,5 tonnellate di CO₂e e le emissioni direttamente prodotte dalla flotta aziendale sono state stimate in 77,6 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 700,6 tonnellate di CO₂e e derivano essenzialmente dall'acquisto di energia elettrica per 1.808,34 GWh.

Scope 3 – Le emissioni indirette diverse da consumo energetico, connesse alle trasferte di lavoro dei dipendenti, sono state complessivamente stimate pari a 233,1 tonnellate di CO₂e, di cui 48,3 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in autovettura, 157,1 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in aereo e 27,7 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).

	2013	2012	VAR. %
Scope1 (tCO ₂ e)	409,10	431,90	-5,28%
Scope2 (tCO ₂ e)	700,60	604,30	15,94%
Scope3 (tCO ₂ e)	233,10	255,70	-8,84%
Totale (tCO₂e)	1.342,80	1.291,90	3,94%

Iniziative per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra

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

Si segnala infine che il Gruppo Generali dal 2010 aderisce al Programma Climate Change di **Carbon Disclosure Project (CDP)**,

organizzazione britannica che rappresenta 767 investitori nel mondo con 92.000 miliardi di dollari di asset gestiti. Tale programma si propone di divulgare e valutare le azioni intraprese dalle organizzazioni per migliorare l'efficienza, ridurre i costi e valorizzare le opportunità di business che derivano dalla gestione dell'energia, dalle emissioni di CO₂ e dal cambiamento climatico. Dal mese di settembre il Gruppo Generali è stato inserito nel CDP Global 500 Climate Performance Leadership Index, creato dal CDP per le società che si distinguono per la rendicontazione delle proprie emissioni e per i miglioramenti ottenuti nella loro riduzione.

Anche nel 2013 i dati del Gruppo Banca Generali sono stati inclusi in quelli del Gruppo Generali alimentando così il database del CDP.

Multe e sanzioni

Dalle evidenze disponibili nel 2013 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.

Sono continuate anche nel 2013 le iniziative "Anche al lavoro pensa all'ambiente" riguardanti:

a) gestione Trasferte e Travel Policy;

b) raccolta differenziata;

c) spegnimento delle luci, in concomitanza con l'entrata in vigore dell'ora solare;

d) gestione della climatizzazione personale;

e) spegnimento degli apparecchi elettronici in prossimità del periodo delle festività.

Impatti ambientali indiretti

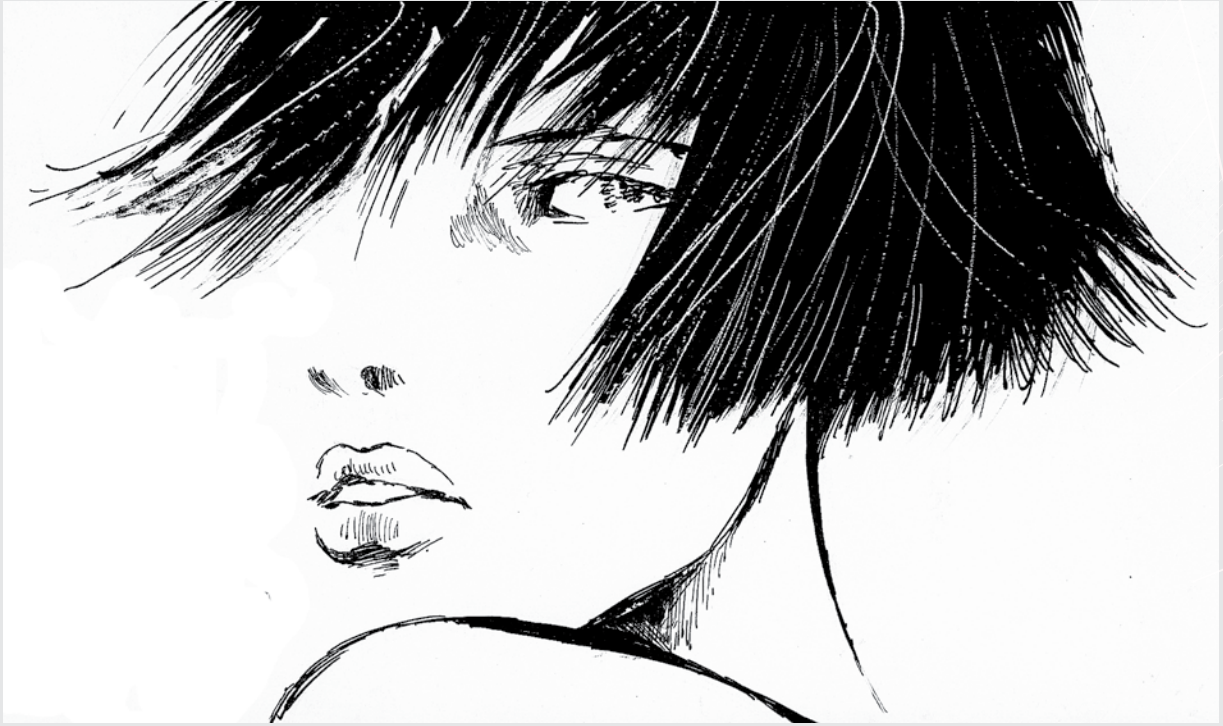
L'attività del Gruppo Banca Generali determina anche ricadute indirette sull'ambiente, in particolare attraverso i processi di acquisto, la progettazione e l'erogazione di prodotti e servizi bancari e di investimento.

A questo riguardo la Banca non ha erogato finanziamenti a socie-

tà che svolgono attività a rilevante rischio ambientale (es: cambiamenti climatici).

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

ASPETTI AMBIENTALI INDIRETTI	OBIETTIVO	TARGET	INDICATORE
Ecologia di prodotto	Promozione della sostenibilità delle scelte di acquisto e di investimento da parte dei clienti	Ampliamento e valorizzazione della gamma prodotti/servizi assicurativi e finanziari "verdi"	Sottoscrizioni da parte dei Clienti su prodotti con valenza ambientale: <ul style="list-style-type: none"> nel 2013 sono stati 31 i comparti di SICAV terze che la banca propone ai propri Clienti, che investono nelle aziende eccellenti per corporate governance e rispetto ambientale, o che investono nella "green economy"; Attivazione del servizio Doc@online, con l'obiettivo di incentivare la clientela all'utilizzo del servizio di gestione dei documenti informativi direttamente via Internet, con evidenti vantaggi in termini di impatto ambientale, derivanti dal non utilizzo della carta.
Ecologia di investimento	Promozione di comportamenti ecosostenibili nelle società emittenti	Esclusione investimenti non eco sostenibili secondo le linee guida etiche del Gruppo	Nessun investimento non ecosostenibile effettuato
Sensibilizzazione ambientale della comunità	Aumento della sensibilizzazione ambientale della comunità	Realizzazione di almeno 1 iniziativa all'anno per ogni Paese di sensibilizzazione delle comunità locali sulle tematiche ambientali	Finanziamenti erogati nel 2013 a società che operano nel campo delle energie rinnovabili per 12.372.618 euro.



4

Guido Crepax – La curva di Lesmo. Dalla mostra "Guido Crepax, ritratto di un artista" organizzata da Banca Generali Financial Planner presso la sede di Milano in Via San Paolo 7 dal 7 novembre al 31 dicembre 2013.

4

ALLEGATI

Tabella di identificazione del GRI

G3 - guidelines versione 3.1

Profilo

		PAGINA
Strategia e analisi		
1.01	Dichiarazione del vertice aziendale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia.	6
1.02	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità.	6
Profilo dell'organizzazione		
2.01	Nome dell'organizzazione.	2
2.02	Principali marchi, prodotti e/o servizi.	12
2.03	Struttura operativa dell'organizzazione.	18
2.04	Luogo della principale sede dell'organizzazione.	2
2.05	Paesi nei quali opera l'organizzazione.	18
2.06	Assetto proprietario e forma legale.	82
2.07	Mercati serviti.	18,19,20
2.08	Dimensione dell'organizzazione.	34
2.09	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione.	9,10,11,82
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione.	16

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.	106
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

		PAGINA
GRI Content Index		
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del bilancio.	100
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.	21
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.	23,24
4.05	Legame tra i compensi dei membri del più alto organo di governo e degli esecutivi e le performance dell'organizzazione.	24
4.06	Processi in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse.	32
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.	8, 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.	23,24
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.	45
Coinvolgimento degli stakeholder		
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento.	39
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intrattenere attività di coinvolgimento.	39
4.16	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipo di attività e per gruppo di stakeholder.	39,45 59,60
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.	39,45 59,60

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.	35,36
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.	71,72
EC4. Core	Finanziamenti significativi ricevuti dal Governo.	35,36
ASPETTO: Presenza di mercato		
EC5. Additional	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative.	71
EC6. Core	Politiche, pratiche e percentuale di spesa verso i fornitori locali presso le principali sedi operative.	86
EC7. Core	Procedure di assunzione di persone residenti presso le principali sedi operative e percentuale dei senior manager assunti a livello locale.	74
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.	88,89
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.	93
EN2. Core	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato.	93
ASPETTO: Energia		
EN3. Core	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	92
EN4. Core	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	92
EN5. Additional	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza.	92
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.	93

		PAGINA
ASPETTO: Acqua		
EN8. Core	Prelievo totale di acqua per fonte.	94
EN9. Additional	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua.	94
EN10. Additional	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	94
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.	98
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.	98
EN13. Additional	Habitat protetti o ripristinati.	n.r.
EN14. Additional	Strategie, azioni correnti, piani futuri per gestire gli impatti sulla biodiversità.	98
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.	n.r.
ASPETTO: Emissioni, scarichi, rifiuti		
EN16. Core	Emissioni totali dirette e indirette di gas a effetto serra per peso.	95,96
EN17. Core	Altre emissioni indirette di gas a effetto serra significative per peso.	95,96
EN18. Additional	Iniziative per ridurre l'emissione di gas a effetto serra e risultati raggiunti.	98
EN19. Core	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono, per peso.	98
EN20. Core	NO _x , SO _x e altre emissioni significative nell'aria, per tipo e peso.	98
EN21. Core	Acqua totale scaricata, per qualità e destinazione.	94
EN22. Core	Peso totale dei rifiuti per tipo e per metodi di smaltimento.	95
EN23. Core	Numero totale e volume di versamenti significativi.	n.r.
EN24. Additional	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla Convenzione di Basilea (allegati I, II, III, VIII) che sono trasportati, importati, esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero.	95
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.	n.r.
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.	n.r.
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.	98
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.	95

PAGINA

ASPETTO: Generale

EN30. Additional	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipo.	98
------------------	---	----

Indicatori di performance sociale

ASPETTO: Occupazione

LA1. Core	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipo, forma contrattuale e distribuzione territoriale.	65
LA2. Core	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e regione.	68,69
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.	72,73

ASPETTO: Relazioni industriali

LA4. Core	Percentuale dei dipendenti iscritti a organizzazioni sindacali.	79
LA5. Core	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti organizzativi, specificando se tale condizione sia inclusa o meno nella contrattazione collettiva.	79

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.	77
LA7. Core	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per regione.	78
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.	76

ASPETTO: Formazione e istruzione

LA10. Core	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori.	56,57, 58,80
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.	56,57,80
LA12. Additional	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni per lo sviluppo della propria carriera.	73

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.	65
LA14. Core	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne per ciascuna categoria.	71

PAGINA

Società

ASPETTO: Collettività

SO1. 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

SO2. Core	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione.	30
-----------	---	----

SO3. Core	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione.	30
-----------	---	----

SO4. Core	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione.	30
-----------	--	----

ASPETTO: Approccio nei confronti di politica/istituzioni

SO5. Core	Posizioni sulla politica pubblica e partecipazione e pressioni esercitate sullo sviluppo di politiche pubbliche.	32
-----------	--	----

SO6. Additional	Contributi finanziari e benefici prestati a partiti politici e relative istituzioni per Paese.	32
-----------------	--	----

ASPETTO: Comportamenti anti-concorrenza

SO7. Additional	Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche e relative sentenze.	49
-----------------	--	----

ASPETTO: Conformità

SO8. Core	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti.	49
-----------	---	----

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.	70
-----------------	---	----

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.	79
-----------	---	----

		PAGINA
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.	70,79
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.	79
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.	76
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.	n.r.
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.	n.r.
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.	n.r.
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.	n.r.
PR5. Additional	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla misurazione della customer satisfaction.	45
ASPETTO: Marketing communication		
PR6. Core	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione.	45
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.	45
ASPETTO: Rispetto della privacy		
PR8. Additional	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy dei consumatori e la perdita dei dati dei consumatori.	47
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.	48,49

Financial services sector supplement

Impatto di prodotti e servizi

		PAGINA
ASPETTO: Portafoglio prodotti		
FS1	Politiche che presentano specifiche componenti sociali e ambientali applicate alle linee di business.	41
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.	

Società

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.	44
FS16	Iniziative atte a promuovere l'istruzione finanziaria per tipologia di beneficiario.	45

n.r.: Non rilevante per l'attività bancaria

Banca Generali S.p.A.

SEDE LEGALE

Via Machiavelli 4 - 34132 Trieste

Capitale sociale

Deliberato 119.378.836 euro

Sottoscritto e versato 115.402.682 euro

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



Sede legale
Via Machiavelli, 4
34132 Trieste

Sede di Milano
Via Ugo Bassi, 6
20159 Milano
+39 02 6076 5411

Sede di Trieste
Corso Cavour, 5/a
34132 Trieste
+39 040 7777 111

call center
Numero verde
800 155 155