

Bilancio di sostenibilità 2014

Bilancio di sostenibilità 2014

Banca Generali Spa

Sede legale

Via Machiavelli, 4 34132 - Trieste

Capitale Sociale

Deliberato: euro 119.378.836,00

sottoscritto e versato: euro 115.809.280*

Codice Fiscale, partita iva e iscrizione al registro delle imprese di Trieste

00833240328

Società Soggetta alla direzione e Coordinamento di Assicurazioni Generali S.p.a.

Banca aderente al Fondo interbancario di tutela dei depositi

Iscritta all' albo delle Banche presso la Banca d'Italia al n. 5358

Capogruppo del gruppo Bancario Banca Generali iscritto all'albo dei gruppi bancari

Codice ABI 03075.9

La società ha per oggetto l'esercizio dell'attività bancaria e quindi la raccolta del risparmio e l'esercizio del credito nelle loro varie forme; può inoltre svolgere ogni attività finanziaria nonché le attività connesse e strumentali a quella bancaria e finanziaria.

a Cura di

Investor relations Banca Generali

Coordinamento editoriale

Comunicazione Esterna



** alla data di pubblicazione del presente documento*

Indice	
Lettera agli stakeholder	6
Premessa metodologica	7
Identità e Governance	9
Mission	9
I valori	9
La storia del Gruppo	10
Modello di business e linee strategiche di sviluppo e di sostenibilità	14
L'assetto organizzativo	20
Il governo societario	23
Sistema dei controlli interni	29
Codici volontari	36
Rendicontazione economica	37
La performance economica del 2014	37
Principali indicatori finanziari	38
Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione	39
Relazione sociale	43
Gli stakeholder	43
I clienti	44
1. <i>Caratteristiche della clientela</i>	44
2. <i>Relazioni con la clientela</i>	45
3. <i>Sicurezza e privacy</i>	52
4. <i>Contenzioso</i>	53
5. <i>Gestione reclami</i>	53
6. <i>Stakeholder engagement</i>	56
La rete distributiva	57
1. <i>Caratteristiche fondamentali</i>	57
2. <i>Dimensione e composizione</i>	57
3. <i>Struttura organizzativa della rete</i>	58
4. <i>Ripartizione geografica, per sesso e per anzianità</i>	60
5. <i>Multicanalità del servizio</i>	61
6. <i>Politiche delle vendite</i>	62
7. <i>Incentivazione, valorizzazione e formazione</i>	63
8. <i>Gestione delle vertenze</i>	66
9. <i>Dialogo con le reti di vendita</i>	66
Risorse umane	71
1. <i>Dimensioni e caratteristiche dell'organico</i>	71
2. <i>Politiche per i dipendenti</i>	76

3.Pari opportunità	80
4.Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro	83
5.Relazioni industriali e sindacali	86
6.La formazione 2014 in cifre	87
7.Coinvolgimento dei collaboratori	89
Azionisti e investitori	90
1.Introduzione	90
2.L'azionariato	90
3.L'andamento dell'azione: quotazione ordinaria e dividendi erogati	91
4.L'attività di Investor Relations	93
Fornitori	94
1.Politiche e pratiche d'acquisto	94
Comunità	96
1.Rapporti con la comunità	96
Ambiente	97
1.Politica ambientale	97
2.Tutela dell'ambiente	99
Allegati	
Tabella GRI (Global Reporting Initiative)	108

Lettera agli stakeholders

Il 2014 è stato un anno entusiasmante per Banca Generali: le masse gestite, la raccolta netta e gli utili generati hanno raggiunto i livelli più alti di sempre. In questi ultimi anni Banca Generali è riuscita a superare traguardi sempre più ambiziosi, diventando un punto di riferimento importante per professionalità e reputazione nel mercato. Crediamo che alla base di questo successo ci sia la precisa volontà di perseguire un modello di crescita sostenibile nel tempo, in grado di creare benessere diffuso per tutti i nostri stakeholders a partire dai nostri clienti e dalle Comunità in cui vivono, per proseguire a tutti i colleghi - sia dipendenti che non- che lavorano per il successo di Banca Generali e non da ultimi da tutti i nostri azionisti, grandi e meno grandi, che hanno creduto nel potenziale di questa realtà.

La rapida discesa dei rendimenti dei titoli obbligazionari ha reso di grande rilevanza il tema della pianificazione dei risparmi delle famiglie. Banca Generali è consapevole che il benessere presente e futuro di molti nuclei famigliari che si affidano a noi è strettamente legato ai giudizi e alle azioni da noi ispirate. Questa consapevolezza e questa responsabilità guida quotidianamente le scelte della Banca ed ispira la cultura della professionalità, della competenza e del servizio al cliente che permea l'attività dei nostri consulenti finanziari e di tutta la struttura della Banca a supporto.

Data questa consapevolezza grande rilevanza è rivestita dall'attività di formazione sia della struttura di rete che del personale dipendente. Laddove non esistano internamente, la Banca è attenta a ricercare le migliori professionalità all'esterno. Siamo in particolare orgogliosi del fatto che la nostra Banca - in un momento di generale difficoltà per l'occupazione in Italia - sia riuscita nel corso del 2014 ad assumere e creare nuovi posti di lavoro sia tra i dipendenti che tra i consulenti finanziari. La buona partenza del 2015 ci rende fiduciosi sulle possibilità di continuare in questo percorso virtuoso per la Banca e per la Società anche nel nuovo anno.

L'obiettivo di perseguire un modello di sviluppo sano e sostenibile nel lungo termine non può prescindere da politiche dedicate alla salvaguardia dell'Ambiente. La consapevolezza dell'importanza di questa azione è cresciuta nel tempo e di pari passo l'azione di Banca Generali su questo fronte è andata intensificandosi. Nello specifico la Banca ha aderito convintamente alla nuova Politica di Gruppo per l'Ambiente e il Clima, definita nel corso del 2014.

Per concludere vorrei ringraziare tutti coloro che con il loro impegno e dedizione hanno contribuito al raggiungimento degli straordinari risultati del 2014. L'impegno della Banca rimane fortemente orientato alla generazione di una crescita sostenibile e alla distribuzione di risorse ai Suoi Stakeholders e alla Comunità tutta.

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 stakeholders. 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 stakeholders.

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 stakeholders: 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 2014 e, ove possibile, sono comparati con il 2013.

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

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.

ORGOGGIO DI APPARTENENZA

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

LA STORIA DEL GRUPPO

Sebbene sia una società giovane, con poco più di un decennio di storia, Banca Generali ha già realizzato una rapida crescita, che l'ha portata ad affermarsi come uno dei principali players 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.

1998-2000

UNA NUOVA BANCA

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

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

2000

FUSIONE CON PRIME E CREAZIONE DELLA BANCA MULTI-CANALE

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

2001

L'ACQUISIZIONE DI ALTINIA SIM E INA SIM

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

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

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

2002

LA CREAZIONE DI SIMGENIA SIM

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

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

2003

L'ACQUISIZIONE DELLA RETE DI BANCA PRIMAVERA

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

2005

ACQUISIZIONE DI INTESA FIDUCIARIA SIM

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

2006

IL RAFFORZAMENTO DELLE ATTIVITÀ DI WEALTH MANAGEMENT E LA QUOTAZIONE IN BORSA

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

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

2007

LA CREAZIONE DI BG INVESTMENT LUXEMBOURG

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

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

2008

DELIBERATA L'ACQUISIZIONE DI BANCA DEL GOTTARDO ITALIA

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

2009

CESSIONE DI SIMGENIA SIM E CREAZIONE DI GENERALI FUND MANAGEMENT

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

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

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

2010

NASCE BANCA GENERALI PRIVATE BANKING

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

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

2011

DELIBERA DI CESSIONE FONDI COMUNI DI DIRITTO ITALIANO E DI INCORPORAZIONE DI BG SGR IN BANCA GENERALI

BG Sgr delibera la cessione dei fondi comuni di investimento di diritto italiano a Generali Investments 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.

2012

CESSIONE FONDI COMUNI DI DIRITTO ITALIANO E DI INCORPORAZIONE DI BG SGR IN BANCA GENERALI

BG Sgr effettua la cessione dei fondi comuni di investimento di diritto italiano a Generali Investments 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.

2013

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.

2014

ACQUISIZIONE DEL RAMO PRIVATE BANKING IN ITALIA DI CREDIT SUISSE

Nel 2014, Banca Generali ha completato l'acquisizione del ramo d'azienda di Credit Suisse relativo alle attività di private banking "affluent" e "upper affluent" in Italia, per un totale di 2 miliardi di euro di nuove masse in gestione. L'operazione dimostra la forza e la qualità dei servizi di Banca Generali e ha richiamato l'attenzione dei principali media nazionali.

Nel corso dell'anno, Banca Generali ha anche completato l'acquisizione del ramo d'azienda di Simgenia SIM, accogliendo 70 nuovi consulenti per masse complessive pari a 600 milioni di euro.

Nuovo record per le masse in gestione che salgono a 36,3 miliardi di euro, in crescita di oltre 10 miliardi di euro in tre anni rispetto ai 26,2 di fine 2012.

MODELLO DI BUSINESS E LINEE STRATEGICHE DI SVILUPPO E DI SOSTENIBILITA'

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 ad ottimizzare la soddisfazione di tali bisogni.

Questa scelta ha voluto dire prendere sin dall'inizio della sua storia alcune decisioni innovative. Infatti, funzionale a tale modello è innanzitutto l'offerta di un'ampia varietà di prodotti finanziari che includano anche quelli di società terze, secondo il modello di **architettura aperta**. L'estensione di questa offerta, 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 di 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 ed integrato, rivolto a tutti gli ambiti delle sue problematiche finanziarie e previdenziali.

All'interno di questa visione generale, sostenuta nel tempo da scelte coerenti ed 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 dei clienti, soprattutto di lungo periodo, non solo come impostazione generale ma anche usufruendo di metodologie e strumentazioni specifiche ed evolute (ad es. 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 ed 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 è funzionale una permanente attenzione verso tutte le **innovazioni** che la moderna **tecnologia** offre ad operatori e 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 ed 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 ad integrazione dell’attività di consulenza e di distribuzione, ma anche la disponibilità di competenze gestionali specialistiche indispensabili tra l’altro per fornire ai propri consulenti una approfondita lettura del contesto economico- finanziario in cui avvengono le scelte d’investimento della clientela.

L’offerta del Gruppo è agevolata e completata dalla disponibilità di una piattaforma bancaria dotata di un’ampia gamma di prodotti e servizi 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 dare un miglior riscontro alle diverse esigenze dei propri clienti e superare un approccio indifferenziato al mercato:

- ✓ la Divisione dedicata alla clientela affluent (definita da una buona disponibilità di risorse finanziarie attuali o prospettiche, finalizzate soprattutto ad 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 ed affidabilità del Gruppo Generali;
- continuo sviluppo dell'architettura aperta, mantenendo significativi margini di vantaggio rispetto alla concorrenza (banche e reti di Promotori Finanziari), anche attraverso una sofisticata innovazione di prodotto;
- progressivo sviluppo di competenze e capacità consulenziali da parte degli operatori, 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 ne 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 stakeholders 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 SOSTENIBILITA'

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 ad una inadeguata pianificazione di obiettivi, influenzata da esigenze di breve termine;
- valorizzare le persone che lavorano nel Gruppo, favorendo un costante sviluppo delle competenze e della professionalità dei collaboratori e il riconoscimento dell'apporto individuale al successo dell'organizzazione;
- essere sensibile al contesto sociale in cui il Gruppo è insediato, partecipando a iniziative di carattere assistenziale, culturale e sportivo;
- favorire una riduzione degli impatti ambientali diretti e indiretti attraverso l'adozione di misure atte a contenere i consumi di energia, carta, acqua e le emissioni inquinanti.

L'impegno 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 persegue una comunicazione finalizzata alla trasmissione di messaggi trasparenti e chiari, 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 garantito da un flusso completo e costante di informazioni sia sui diversi 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 la propria grafica, il percorso della Banca per la valorizzazione dell'eccellenza artistica italiana come si evince dalle immagini che riproducono l'importante mostra del 2014 "Potenza del Colore" -di Mario Arlati nella sede del Private Banking a Milano- dal notevole riscontro di critica e stampa, e dai suggestivi monumenti che richiamano all'affiancamento della Banca al Fai-Fondo Ambiente Italiano nelle giornate di primavera.

Nel 2014, Banca Generali ha messo online la nuova versione del sito internet istituzionale, www.bancagenerali.com, rinnovato nella grafica e nei contenuti per allinearsi alle best practices del settore e consentire agli utenti una navigazione semplice e immediata. Il nuovo sito istituzionale di Banca Generali si propone quindi come punto di riferimento per azionisti, investitori e chiunque altro abbia necessità di accedere a informazioni relative alla società. 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 nuova sezione interamente dedicata alla sostenibilità con accesso immediato alle informazioni chiave e l'integrazione al suo interno della versione html del Bilancio Sociale. Il nuovo sito è stato inoltre lanciato insieme a "BG Investor", una app dedicata agli investitori disponibile su dispositivi Apple e Android e in grado di fornire accesso immediato all'andamento del titolo, alle relazioni periodiche, agli highlights di bilancio e molti altri contenuti.

Il sito commerciale www.bancagenerali.it garantisce, invece, una maggiore vicinanza alle esigenze dei clienti, grazie ad uno stile improntato all'immediatezza di utilizzo ed al supporto di nuove funzionalità per gli utenti. Il sito della controllata BG Fund Management offre la possibilità di consultare in tempo reale i rendimenti dei prodotti di investimento di Banca Generali. Infine, il Gruppo Bancario può contare anche sui siti internet delle due società fiduciarie: BG Fiduciaria e Generfid. Questi sono attualmente in fase di restyling e le nuove versioni saranno lanciate nel corso del 2015. I cospicui investimenti in favore di una comunicazione digitale sempre più trasparente e accessibile, non sono passati inosservati. Nel 2014 infatti Banca Generali si è aggiudicata il prestigioso riconoscimento di Miglior Home Banking dell'anno, la classifica stilata dall'analisi indipendente di OF – Osservatorio Finanziario, che premia i dieci migliori servizi di Internet Banking in Italia.

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 2014 sono stati diffusi complessivamente oltre 30 comunicati stampa e il gruppo Banca Generali è stato oggetto di oltre 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 2014 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 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, Alessandro Del Piero è stato il grande protagonista dell'edizione 2014 della Giornata Nazionale della Previdenza, richiamando presso la sede di Borsa Italiana a Milano oltre 1.500 persone e ricevendo copertura dai principali media italiani sportivi e generalisti. A fine 2014, inoltre, la società ha definito la partnership con Davide Oldani, il famoso chef stellato Michelin poi protagonista della campagna pubblicitaria istituzionale e di una serie di eventi nel 2015.

L'immagine di Banca Generali al fianco dei valori positivi dello sport quali, disciplina, correttezza, integrazione e rispetto è stata ulteriormente rafforzata ed evidenziata dall'impegno al fianco dell'iniziativa "Banca Generali Un Campione per amico"; un grande evento itinerante in 10 Piazze italiane che, per il quinto 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 estremo interesse le manifestazioni dando notevole risonanza al marchio e all'impegno nella sensibilizzazione ai valori dello sport e allo spirito propedeutico dell'iniziativa.

Nel corso del 2014, inoltre, la società ha avviato la collaborazione con il FAI – Fondo Ambiente Italiano in qualità di sponsor delle Giornate FAI di Primavera, il tradizionale appuntamento che ogni anno avvicina centinaia di migliaia di persone alle bellezze del patrimonio artistico e culturale del nostro Paese. L'edizione 2014 ha coinvolto oltre 650.000 italiani grazie agli oltre 750 luoghi aperti in tutta Italia, molti dei quali generalmente chiusi al pubblico come parchi, monumenti, chiese, palazzi, ville e giardini.

Nell'estate del 2014, è stata inoltre aperta al pubblico l'evocativa mostra "Potenza del Colore" presso la sede del private banking a Milano in piazza Sant'Alessandro,4. Un viaggio nell'universo cromatico di Mario Arlati raffrontato con i grandi maestri del passato come: Guido Reni, Alessandro Magnasco, Carlo Cignani, Gianbattista Crosato, Antoon van Dyck. Una mostra che ha riscosso un grande successo di pubblico e critica, tanto da venir prorogata fino a marzo 2015.

Per quanto riguarda le campagne pubblicitarie, tra aprile e maggio, 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. In occasione della mostra "Potenza del Colore", è stata poi sviluppata una campagna pubblicitaria ad hoc per richiamare l'interesse sull'evento. E durante l'esercizio la presenza istituzionale è stata garantita con interventi di richiamo al brand e all'eccellenza della banca in coincidenza di alcuni appuntamenti di importante significato strategico.

L'assetto organizzativo

STRUTTURA SOCIETARIA, MANAGEMENT E COLLABORATORI

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

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

L'attività commerciale è affidata alla rete dei Financial Planners/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;

BG Fund Management Luxembourg S.A.: management company lussemburghese dedicata alla gestione delle Sicav lussemburghesi, controllata da Banca Generali al 100%.



Nel corso dell'esercizio 2014 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 grafometrica;
- 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;
- e) infine, sul fronte delle iniziative derivanti dalle modifiche di natura regolamentare sono stati attuati i necessari adeguamenti ai processi ed alle procedure bancarie, tra i quali segnaliamo per portata ed ampiezza le novità in materia di pagamenti secondo standard e protocolli Europei (SEPA) e di adempimenti antiriciclaggio.

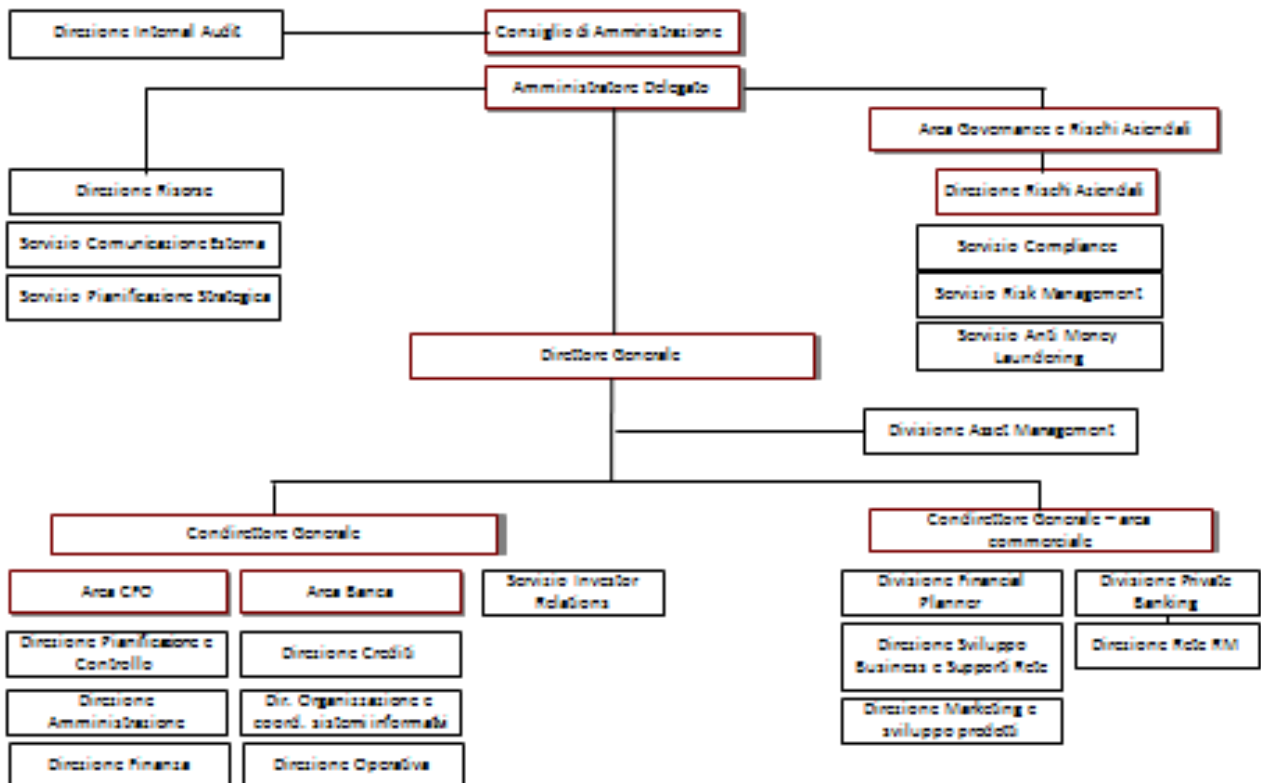
Società controllate:

- a) per BG Fund Management Luxembourg, 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;
- c) per BG Fiduciaria SIM, nel corso dell'esercizio di riferimento si è agito in regime di ordinaria manutenzione evolutiva e di adeguamento alle normative di settore;
- d) per Generfid, 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

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, da ultimo con il 1° aggiornamento del 6 maggio 2014 della Circolare 285/2013 "Disposizioni di Vigilanza per le 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'adottare una struttura organizzativa coerente con tale 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. Comitato per le Nomine;
- F. Comitato Controllo e Rischi;
- G. Assemblea dei Soci;
- H. 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 Circolare della Banca d'Italia n. 285/2013 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 9 membri, di cui 3 soli amministratori esecutivi e 6 non esecutivi, di cui 5 indipendenti (ai sensi dell'articolo 37 comma 1 lettera d) del Regolamento adottato dalla Consob con delibera n. 16191 del 29 ottobre 2007 e successive modifiche ed integrazioni).

La composizione anagrafica degli amministratori di Banca Generali è la seguente: 6 amministratori di età compresa tra i 51 e i 60 anni e 3 amministratori di età compresa tra i 41 e i 50 anni. Inoltre Banca Generali, quale prima applicazione 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, con delibera dell'Assemblea degli Azionisti del 23 aprile 2015, ha nominato n. 2 amministratori appartenenti al genere meno rappresentato, la prof.ssa Anna Gervasoni e l'avv. Annalisa Pescatori.

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 1° aggiornamento del 6 maggio 2014 della Circolare n. 285/2013 della Banca d'Italia "Disposizioni di vigilanza per le banche" emanato al fine di aggiornare le preesistenti disposizioni (in vigore dal marzo 2008) sulla base delle nuove indicazioni fornite dalla direttiva 2013/36/UE (c.d. CRD IV) e dalle linee guida EBA del settembre 2011, prevede al Titolo IV, Capitolo I, Sezione IV,- Composizione e nomina degli organi sociali che prevede che l'idoneità degli esponenti a svolgere le proprie funzioni, sotto il profilo della professionalità, della disponibilità di tempo e, ove richiesta, dell'indipendenza, rientri nelle valutazioni di competenza dell'organo di appartenenza, che dovrà accertarla ed assicurarla nel continuo. Ai sensi della predetta normativa il Consiglio è anche tenuto ad accertare e valutare nel continuo il numero di incarichi di analoga natura ricoperti dai propri componenti, ponendo l'attenzione su quelli che richiedono un maggiore coinvolgimento nell'ordinaria attività aziendale;

il Consiglio di Amministrazione di Banca Generali nel febbraio 2015 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 e (iii) 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 (Circolare n. 285/2013), 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 nella Circolare n. 285/2013 di Banca d'Italia, che prevede 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 il coordinamento delle attività degli organi sociali, di verifica dell'esecuzione delle deliberazioni dell'Assemblea dei Soci e del Consiglio di Amministrazione e delle determinazioni dell'Amministratore Delegato, di sorveglianza sull'andamento degli affari sociali e sulla loro rispondenza agli indirizzi strategici aziendali.

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

I Comitati nominati hanno funzioni prettamente consultive e propositive.

Al Comitato per la Remunerazione, 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 (i) alla determinazione del trattamento economico spettante al Presidente del Consiglio di Amministrazione e all'Amministratore Delegato nonché agli altri eventuali amministratori esecutivi, esprimendosi anche sulla fissazione degli obiettivi di performance correlati alla componente variabile della remunerazione e (ii) alla determinazione del trattamento economico spettante al personale i cui sistemi di remunerazione e incentivazione sono decisi dal Consiglio di Amministrazione - in conformità a quanto previsto dalla normativa, anche di carattere regolamentare tempo per tempo vigente e dalla Politica in materia di Remunerazione ed Incentivazione adottata dalla Società – esprimendosi anche sulla fissazione degli obiettivi di performance correlati alla componente variabile della remunerazione.

Al Comitato per le Nomine, composto da 3 amministratori non esecutivi, tutti indipendenti, è attribuito il compito di esprimere pareri e formulare proposte non vincolanti al Consiglio di Amministrazione in materia di nomine e dispone delle necessarie competenze ed indipendenza di giudizio al fine di formulare le proprie valutazioni in merito alle nomine su cui è richiesto di esprimersi.

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 ed i termini stabiliti dalla Procedura approvata da Banca Generali in materia di operazioni con parti correlate e soggetti collegati e di Operazioni di Maggior Rilievo, ai sensi della normativa e regolamentazione vigente, ed assiste il Collegio Sindacale, in materia di revisione legale dei conti, in conformità alle disposizioni di cui al D. Lgs. 27 gennaio 2010 n. 39.

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

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

Il Collegio Sindacale, nominato dall'Assemblea per un periodo di tre esercizi, è l'organo cui compete la funzione di

vigilanza sull'osservanza della legge e dello statuto nonché la funzione di controllo sulla gestione.

Per quanto riguarda il sistema di remunerazione, lo Statuto prevede che a ciascun membro del Consiglio di Amministrazione spetti, 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 la relazione inerente la politica retributiva del personale della società e del Gruppo ai sensi del 7° aggiornamento della Circolare Banca d'Italia n. 285 del 17 novembre 2013, ed ai sensi della disciplina Consob che ha razionalizzato le disposizioni vigenti sulla trasparenza informativa della remunerazione degli esponenti degli emittenti titoli quotati.

In generale la politica retributiva di Banca Generali è finalizzata a definire, nell'interesse di tutti gli stakeholders, sistemi di remunerazione e di incentivazione in linea con le strategie e gli obiettivi aziendali di lungo periodo, collegati con i risultati aziendali, opportunamente corretti per tener conto di tutti i rischi, coerenti con i livelli di capitale e di liquidità necessari a fronteggiare le attività intraprese e, in ogni caso, tali da evitare incentivi distorti che possano indurre a violazioni normative o ad un'eccessiva assunzione di rischi per la banca ed il sistema nel suo complesso.

Proprio per meglio perseguire tale finalità, a partire dall'esercizio 2010, le politiche retributive sono state allineate alle raccomandazioni del Governatore della Banca d'Italia in materia di "sistemi di remunerazione e incentivazione" emanate con il Provvedimento n. 321560 del 28 ottobre 2009. In tale contesto sono stati equiparati nelle logiche di politica retributiva sul compenso incentivante dirigenti e principali 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, fatte salve le disposizioni più stringenti previste per il personale più rilevante, per tutti i dipendenti, nonché per i manager di rete operanti all'interno del Gruppo Banca Generali che hanno maturato nel corso dell'esercizio un bonus superiore a 75.000,00 euro, è previsto un sistema di differimento dell'erogazione di una parte del compenso variabile per una quota pari al 40% del bonus maturato. Più in dettaglio, il 60% dell'importo spettante viene erogato nell'esercizio successivo, dopo la verifica da parte del Consiglio d'Amministrazione dei risultati economici e di solidità patrimoniale riguardanti l'esercizio in oggetto, mentre una quota pari al 20% sarà erogata nell'esercizio successivo ed il rimanente 20% a distanza di un ulteriore esercizio, previa verifica, in entrambi i casi, del raggiungimento del gate di accesso predeterminato.

Per il personale più rilevante e i principali manager di rete, il compenso variabile collegato ad obiettivi di breve periodo, se superiore alla soglia di 75.000,00 euro viene erogato per una percentuale del 25% in azioni Banca Generali con il seguente meccanismo di assegnazione e *retention*:

- il 60% del bonus sarà erogato *up front* nell'esercizio successivo a quello di riferimento per il 75% in *cash* e per il 25% in azioni Banca Generali, che saranno assoggettate ad un periodo di *retention* di un anno;
- il 20% del bonus sarà erogato con un differimento di un anno: per il 75% in *cash* e per il 25% in azioni Banca Generali, che saranno assoggettate ad un periodo di *retention* di un anno;
- il restante 20% del bonus sarà erogato con un differimento di due anni: per il 75% in *cash* e per il 25% in azioni Banca Generali, che saranno assoggettate ad un periodo di *retention* di un anno

Qualora il *bonus* effettivo maturato anche dal personale più rilevante sia inferiore alla soglia indicata di € 75.000,00 sarà erogato integralmente *up front* nell'esercizio successivo a quello di riferimento ed *in cash*, dopo la verifica da parte del Consiglio di Amministrazione dei risultati economici riguardanti l'esercizio di competenza e del superamento del *gate* di accesso.

Inoltre, al fine di parametrare ancor più saldamente ad indicatori pluriennali di misurazione delle performance la remunerazione variabile del personale più rilevante, degli altri dirigenti, nonché per tutti i dipendenti, per i manager di

rete e per i Promotori Finanziari, ed al fine di tener conto anche dei rischi attuali e prospettici, del costo del capitale e della liquidità necessari a fronteggiare le attività intraprese, l'erogazione del bonus è collegata, oltre all'effettivo risultato raggiunto da ciascun manager, ad un gate d'accesso di Gruppo Bancario.

Per tutti i dipendenti con retribuzione variabile basata sul meccanismo di *Management by Objectives* e/o su criteri discrezionali, per i *manager* di rete e per i Promotori Finanziari operanti all'interno del Gruppo Bancario sono previsti appositi meccanismi di *malus e di claw-back* nel rispetto delle previsioni normative applicabili. Inoltre i sistemi di remunerazione e di incentivazione delle reti distributive sono ispirati anche a criteri di correttezza nelle relazioni con la clientela e contenimento dei rischi legali e reputazionali attraverso l'utilizzo di specifiche regole formalizzate, quantificabili e verificabili e di indicatori (quali ad esempio il numero di reclami), che incidono sul diritto alla percezione della componente incentivata della remunerazione.

Per assicurare il rispetto dei rapporti tra la remunerazione fissa e la remunerazione variabile del personale più rilevante definite nelle Disposizioni della Banca d'Italia sopra ricordate, è stato introdotto un meccanismo di "*cap*", volto ad assicurare il rispetto del rapporto tra la remunerazione variabile totale e la remunerazione fissa totale (comprensiva cioè di ogni forma di pagamento o beneficio corrisposto, direttamente o indirettamente, in contanti, strumenti finanziari o beni in natura, non collegato al raggiungimento di risultati di *performance* individuali o aziendali o sottoposto per l'assegnazione ad una valutazione qualitativa annuale o da altri parametri, quali il periodo di permanenza). Il meccanismo del *cap* verifica che la percentuale della remunerazione variabile totale erogata in un determinato esercizio (comprensiva dei pagamenti *up front* e dei pagamenti di quote differite) non superi il rapporto di 1:1 (o dove espressamente autorizzato di 2:1) con la remunerazione fissa totale, riferita allo stesso esercizio in osservazione.

Con cadenza annuale viene determinato dal Consiglio di Amministrazione, in coerenza con le politiche retributive, un *bonus pool* complessivo, attraverso una logica di tipo *bottom-up*, che potrà essere erogato, in presenza delle necessarie condizioni di stabilità patrimoniale e di liquidità, al verificarsi dei presupposti previsti per ciascuna figura aziendale.

Anche per l'esercizio 2014 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 ad es. long term incentive plan, piani di stock option 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 tutto il personale rilevante 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 nell'ambito delle linee guida stabilite dalla sopra menzionata politica di remunerazione approvata dall'Assemblea degli Azionisti.

GLI ORGANI PER LO SVILUPPO DELLA SOSTENIBILITA'

La responsabilità a livello di Gruppo Bancario in materia di sostenibilità è attribuita al 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 dai Responsabili della Direzione Amministrazione che lo convoca e lo presiede, 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

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;
- 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;
- diffusione della cultura di controllo anche con interventi formativi ai vari livelli;
- 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 ed 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 ed 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 2014 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	E' 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 ad 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 autodisciplina delle società quotate, è chiamato a svolgere un ruolo di supporto, con compiti istruttori, propositivi e consultivi nei confronti del Consiglio di Amministrazione, nella materia dei controlli interni e gestione dei rischi.

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

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

La funzione di Risk Management è responsabile di individuare, misurare/valutare e monitorare tutte le tipologie di rischio, (escluso quello di non conformità) cui è esposto il Gruppo Bancario in conto proprio, dandone opportuna informativa e contribuendo alla gestione attiva delle stesse, affinché la rischiosità espressa si mantenga coerente alle strategie e al profilo di rischio definiti dal Consiglio di Amministrazione. 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 ed 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 regolarità 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'idonea 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 factors);
- rischio di tasso di interesse sul portafoglio bancario: rischio derivante da variazioni potenziali dei tassi di interesse. Tale rischio è generato dalle differenze nelle scadenze e nei tempi di ridefinizione del tasso di interesse delle attività e delle passività del Gruppo. In presenza di tali differenze, fluttuazioni dei tassi di interesse determinano sia una variazione degli utili, e quindi del profitto atteso, sia una variazione del valore di mercato delle attività e delle passività e quindi del valore economico del patrimonio netto;
- rischio di liquidità: si manifesta sotto forma di inadempimento ai propri impegni di pagamento, che può essere causato da incapacità di reperire fondi (funding liquidity risk) ovvero dalla presenza di limiti allo smobilizzo delle attività (market liquidity risk). Nell'ambito dei rischi di liquidità si ricomprende anche il rischio di fronteggiare i propri impegni di pagamento a costi non di mercato, ossia sostenendo un elevato costo della provvista ovvero (e talora in modo concomitante) incorrendo in perdite in conto capitale in caso di smobilizzo di attività;
- rischio di concentrazione: rischio derivante da esposizioni verso controparti, gruppi di controparti connesse e controparti del medesimo settore economico o che esercitano la stessa attività o appartenenti alla medesima area geografica;
- rischio residuale: rischio che le tecniche riconosciute per l'attenuazione del rischio di credito utilizzate risultino meno efficaci del previsto;
- rischio di reputazione: rischio attuale o prospettico di flessione degli utili o del capitale derivante da una percezione negativa dell'immagine della società da parte di clienti, controparti, azionisti, investitori o autorità di vigilanza;
- rischio strategico: rischio attuale o prospettico di flessione degli utili o del capitale derivante da cambiamenti del contesto operativo o da decisioni aziendali errate, attuazione inadeguata di decisioni, scarsa reattività a variazioni del contesto competitivo;
- rischio di compliance: rischio di incorrere in sanzioni giudiziarie o amministrative, perdite finanziarie rilevanti o danni di reputazione in conseguenza di violazioni di norme imperative (di legge o di regolamenti) ovvero di autoregolamentazione (es. statuti, codici di condotta, codici di auto-disciplina);
- rischio paese: rischio di perdite causate da eventi che si verificano in un paese diverso dall'Italia. Il concetto di rischio paese è più ampio di quello di rischio sovrano in quanto è riferito a tutte le esposizioni indipendentemente dalla natura delle controparti, siano esse persone fisiche, imprese, banche o

amministrazioni pubbliche;

- rischio di trasferimento: rischio che una banca, esposta nei confronti di un soggetto che si finanzia in una valuta diversa da quella in cui percepisce le sue principali fonti di reddito, realizzi delle perdite dovute alle difficoltà del debitore di convertire la propria valuta nella valuta in cui è denominata l'esposizione;
- rischi connessi con l'assunzione di partecipazioni: i rischi di un eccessivo immobilizzo dell'attivo derivante da investimenti partecipativi in imprese finanziarie e non finanziarie;
- rischi connessi ad attività di rischio e conflitti d'interesse nei confronti di soggetti collegati: i rischi che la vicinanza di taluni soggetti ai centri decisionali della banca possa compromettere l'oggettività e l'imparzialità delle decisioni relative alla concessione di finanziamenti e ad altre transazioni nei confronti dei medesimi soggetti, con possibili distorsioni nel processo di allocazione delle risorse, esposizione della banca a rischi non adeguatamente misurati o presidiati, potenziali danni per depositanti ed azionisti.

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 ed i collaboratori delle reti di distribuzione.

A tale proposito, nelle società del Gruppo Bancario, è stato adottato e attuato, ai sensi del D.Lgs n. 231/01 e successive modifiche, un modello di organizzazione e gestione che punta, tra l'altro, a prevenire i comportamenti contrari ai principi di correttezza, legalità e trasparenza nella gestione degli affari da parte dei collaboratori, anche al fine di evitare la configurazione della responsabilità amministrativa delle società per i reati commessi dai collaboratori nell'interesse o a vantaggio delle stesse. La corretta comprensione e divulgazione dei contenuti e dei principi informativi di tale modello è assicurata da specifiche iniziative di formazione, erogate in modalità e-learning a tutti i dipendenti e Promotori Finanziari. Nel 2014 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 nel 2014 non risulta essere stato coinvolto in fenomeni di riciclaggio o di finanziamento del terrorismo.

Sempre a 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 ed un ottimo livello di servizio ai clienti nel caso di interruzioni accidentali dell'operatività dovuta a fattori endogeni o esogeni di carattere eccezionale.

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

Il piano intende garantire in particolare:

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

Si precisa che il presente documento fornisce di regola informazioni riferibili al 31 dicembre 2014. 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 promotori finanziari, 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.

È previsto che il Codice sia pubblicato tra l'altro nell'intranet aziendale al fine di garantirne la dovuta diffusione a tutti i soggetti interessati.

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) ed il cui ultimo aggiornamento è in vigore dal 2 gennaio 2015. 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.

Rendicontazione economica

La performance economica del 2014

Nel corso del 2014, il Gruppo Bancario ha continuato a svilupparsi con sempre maggior intensità.

La raccolta netta complessiva da inizio anno ha toccato il nuovo ragguardevole picco di 4,0 miliardi di euro che rappresenta la miglior performance annuale in assoluto nella storia del Gruppo.

Questo risultato permette a Banca Generali di consolidarsi ai vertici della classifica di settore, incrementando la propria quota di mercato e manifestando sempre più il proprio differenziale competitivo, costituito da uno specifico complesso prodotti-rete-servizio di qualità.

In questo contesto, il risultato economico dell'esercizio 2014 raggiunge un livello di 160,9 milioni di euro, con un incremento del 14,0% rispetto al già brillante risultato ottenuto nell'esercizio 2013, realizzato in presenza di rilevanti investimenti per lo sviluppo dell'attività sia per linee esterne, con l'acquisizione del ramo d'azienda di Credit Suisse e la proficua attività di reclutamento, che per linee interne con la realizzazione del nuovo modello di servizio (NMS) e la nuova piattaforma digitale della Banca.

Il margine di intermediazione si incrementa a 419,2 milioni di euro, con un rilevante progresso di 52,0 milioni di euro rispetto al 2013 (+14,2%), trainato sia dalle componenti non ricorrenti che dalla robusta dinamica delle commissioni attive di gestione del risparmio.

Queste ultime segnano infatti una crescita di oltre 63 milioni di euro (+21,4%), in linea con la crescita degli AUM gestiti dal Gruppo bancario.

Si evidenzia, inoltre, anche l'ottimo risultato della gestione finanziaria (+35,9 milioni di euro), conseguito grazie allo sfruttamento delle favorevoli condizioni di mercato legate alla riduzione dello spread sul debito pubblico italiano e il balzo delle commissioni di performance, che raggiungono il nuovo record, sopravanzando nettamente il valore molto elevato conseguito nel 2013 (+24,6%).

Continua invece la contrazione del margine di interesse (-12,2%), penalizzato dal contesto macroeconomico caratterizzato da spinte deflazionistiche e bassi tassi di interesse.

I costi operativi netti si attestano a 165,8 milioni di euro ed evidenziano una dinamica più contenuta (+11,6%), in massima parte influenzata dagli oneri di integrazione sostenuti in relazione al progetto di acquisizione del ramo d'azienda di Credit Suisse e dai significativi impegni per la realizzazione del nuovo modello di servizio e per il continuo adeguamento della piattaforma digitale della Banca.

Gli accantonamenti e le rettifiche di valore netti ammontano a 51,3 milioni di euro in crescita di 22,3 milioni di euro rispetto al dato dell'esercizio 2013 per effetto principalmente dei maggiori stanziamenti afferenti le incentivazioni, lo sviluppo e le indennità contrattuali della rete di Financial Planner. Sono stati altresì effettuati adeguamenti prudenziali delle rettifiche di valore sui crediti deteriorati verso clientela e rilevate perdite durevoli di valore su titoli di capitale del portafoglio AFS.

Il totale complessivo degli Asset Under Management intermediati dal Gruppo per conto della clientela e preso a riferimento per le comunicazioni ad Assoreti ammonta al 31 dicembre 2014 a 36,6 miliardi in crescita del 25,6% rispetto al dato rilevato alla chiusura dell'esercizio 2013, collocando il Gruppo ai vertici del mercato di riferimento.

Principali indicatori finanziari

Sintesi dei dati economici consolidati	31.12.2014	31.12.2013	Var. %
(milioni di Euro)			
Margine di interesse	107,0	121,8	-12,2
Commissioni nette	257,3	226,4	13,6
Dividendi e risultato netto dell'attività finanziaria	54,9	19,0	189,5
Margine di intermediazione	419,2	367,2	14,2
Spese per il personale	-74,2	-69,5	6,8
Altre spese amministrative	-128,5	-105,2	22,1
Ammortamenti	-4,4	-5,0	-12,4
Altri proventi e oneri di gestione	41,3	31,2	32,4
Costi operativi netti	-165,8	-148,6	11,6
Risultato operativo	253,4	218,6	15,9
Accantonamenti	-40,3	-22,9	75,9
Rettifiche di valore	-11,0	-6,1	81,0
Utile Ante imposte	202,1	189,6	6,6
Utile netto	160,9	141,3	13,9
Indicatori di performance	31.12.2014	31.12.2013	Var. %
Cost income ratio	38,5%	39,1%	-1,5
EBTDA	257,8	223,7	15,3
ROE	46,2%	48,7%	-5,3
ROA	2,6%	2,1%	22,5
EPS - earning per share (euro)	1,394	1,238	12,6
Raccolta Netta	31.12.2014	31.12.2013	Var. %
(milioni di euro) (Dati Assoreti)			
Fondi Comuni e Sicav	555	1.489	-62,7
Gestioni di portafoglio	71	13	446,2
Assicurazioni / Fondi pensione	3.563	1.266	181,4
Titoli / Conti correnti	-165	-508	67,5
Totale	4.024	2.260	78,1
Asset Under Management & Custody (AUM/C)	31.12.2014	31.12.2013	Var. %
(miliardi di euro) (Dati Assoreti)			
Fondi Comuni e Sicav	10,0	8,4	18,2
Gestioni di portafoglio	3,8	3,2	20,8
Assicurazioni / Fondi pensione	13,7	9,7	41,5
Titoli / Conti correnti	9,1	7,9	15,8
Totale	36,6	29,1	25,6
Patrimonio	31.12.2014	31.12.2013	Var. %
(milioni di euro)			
Patrimonio Netto	536,3	469,1	14,3
Fondi Propri (*)	362,6	313,4	15,7
Excess capital (*)	157,9	144,3	9,4
Total Capital Ratio (*)	14,17%	14,83%	-4,4
Indici di efficienza del personale	31.12.2014	31.12.2013	Var. %
numero dipendenti (*)	817,0	803,0	1,7
Numero dei Financial planner/Private Banker	1.645,0	1.475,0	11,5
Margine di intermediazione /numero dipendenti (milioni di euro) (*)	0,51	0,46	12,2
Asset under management (AUM) /numero promotori (milioni di euro)	22,2	19,7	12,6
Dati socio ambientali	31.12.2014	31.12.2013	Var. %
Valore aggiunto globale (milioni di euro)	523,7	447,8	17,0
Consumo di energia elettrica pro capite (Kw/h)	2.951,7	3.008,9	-1,9
Consumo di carta (quintali)	400,7	401,6	-0,2

(*) Fondi propri e coefficienti patrimoniali al 31.12.2013 determinati secondo la previgente disciplina di Basilea 2

Dati al 31.12.2013 riesposti ai sensi dell'IFRS5

Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione

METODOLOGIA DI CALCOLO

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

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

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

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

Infine, vi è il Sistema Impresa, che deve disporre di un ammontare adeguato di risorse da destinare agli investimenti produttivi e all'operatività quotidiana, necessari per consentire crescita economica 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 2014 e prendendo, come base di riferimento, le linee guida emanate dall'ABI.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il Gruppo Banca Generali ha conseguito, nel 2014, ricavi netti per 698,5 milioni di euro, in crescita di 99,2 milioni rispetto all'esercizio 2013 (+16,6%), mentre la dinamica dei consumi ha registrato una più contenuta espansione di 21,8 milioni di euro. Il significativo progresso dei ricavi è stato influenzato dalla crescita dell'aggregato commissionale e del risultato dell'attività finanziaria che hanno controbilanciato la rilevante contrazione degli interessi attivi.

La dinamica dei consumi è stata invece determinata principalmente dall'aumento delle spese amministrative, per effetto degli oneri non ricorrenti sostenuti e dalla crescita degli accantonamenti e rettifiche di valore, al netto della riduzione degli interessi passivi.

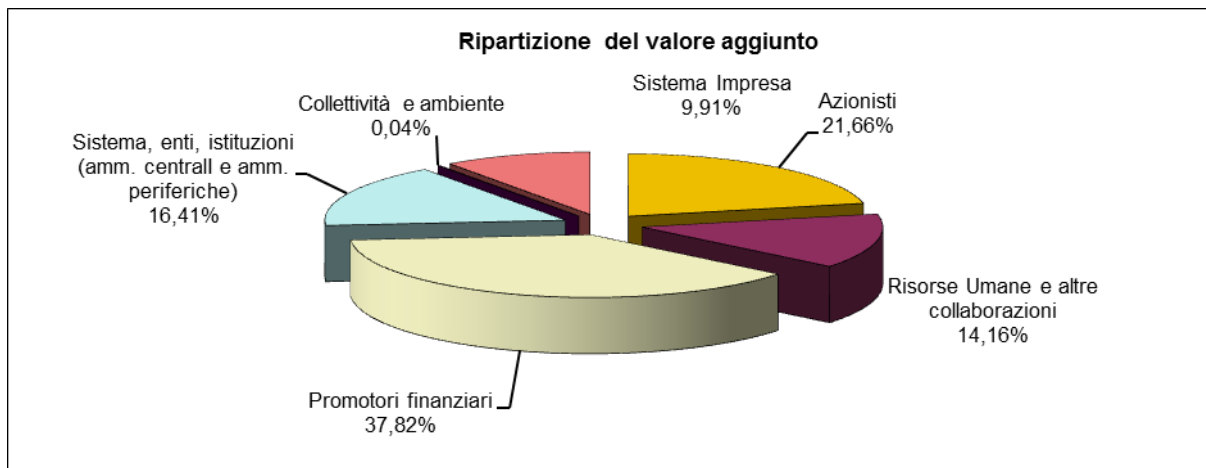
Il VAG Lordo ha quindi raggiunto un livello di 523,7 milioni di euro ed è risultato ripartito come segue:

- Risorse Umane (dipendenti e altri collaboratori): 14,2% circa del VAG Lordo prodotto, per un totale di 74,2 milioni di euro (15,5% nel 2013).
- Promotori Finanziari: 37,8% del VAG Lordo prodotto, per un totale di 198,1 milioni di euro (in crescita rispetto al 33,3% nel 2013).

- Azionisti: 21,7% del VAG Lordo, con una contrazione rispetto al 25,5% nel 2013, che tuttavia continua a mantenere il livello del payout della banca ai massimi del settore;
- Sistema Stato: 16,4% circa del VAG Lordo pari a 85,9 milioni, in calo rispetto al 17,3% nel 2013, per l'effetto combinato del venir meno dell'addizionale IRES una tantum e del maggior onere per imposta di bollo.

Il sistema impresa, infine, ha trattenuto sotto forma di utili non distribuiti e di ammortamenti il 9,9% del VAG (8,2% del 2013), per un ammontare complessivo di 51,9 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.

	2014	2013
Azionisti	21,7%	25,4%
Risorse Umane e altre collaborazioni	14,2%	15,9%
Promotori finanziari	37,8%	33,2%
Sistema, enti, istituzioni (amm. centrali e amm. periferiche)	16,4%	17,4%
Collettività e ambiente	0,04%	0,04%
Sistema Impresa	9,9%	8,1%
	100,0%	100,00%



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

Voci di bilancio (in migliaia di euro)	2014	2013 riesposto	variazione
A. TOTALE RICAVI NETTI	698.537	599.314	99.223
B. TOTALE CONSUMI	-177.821	-156.041	-21.780
C. RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA	0	0	0
D. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	520.716	443.273	77.443
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	523.749	447.830	75.919
Ripartito tra:			0
1. Azionisti	113.431	114.308	-877
Soci privati (1)	113.431	109.623	3.808
Utile di esercizio di pertinenza di terzi	0	4.685	-4.685
2. Risorse Umane	272.276	218.825	53.451
- costo lavoratori subordinati; spese per contratti a tempo indeterminato e determinato	72.513	67.755	4.758
- costo promotori finanziari	198.094	149.342	48.752
- costo altre collaborazioni	1.669	1.728	-59
3. Sistema, enti, istituzioni (amministrazioni centrale e amministrazioni periferiche)	85.923	77.840	8.083
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	41.639	29.575	12.064
Imposte sul reddito dell'esercizio	44.284	48.265	-3.981
4. Collettività e ambiente	225	178	47
Elargizioni e liberalità	225	178	47
5. Sistema Impresa	51.894	36.679	15.215
Variazione riserve	47.474	31.633	15.841
Ammortamenti	4.420	5.046	-626
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	523.749	447.830	75.919

(1) Il dato tiene conto del dividendo ufficiale deliberato;

(2) schema 2013 riesposto ai sensi IFRS 5 per tenere conto della scissione del ramo di BGFML

Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto Globale

Voci di bilancio (in migliaia di euro)		2014	2013	var.
		riesposto		
10.	Interessi attivi e proventi assimilati	117.712	144.492	-26.780
40.	Commissioni attive	484.619	404.675	79.944
70.	Dividendi e proventi simili	2.570	915	1.655
80.	Risultato netto dell'attività di negoziazione	4.584	-2.538	7.122
90.	Risultato netto dell'attività di copertura	0	0	0
100.	Utile (perdita) da cessione o riacquisto di:	47.786	20.603	27.183
	a) crediti	3.120	1.710	1.410
	b) attività finanziarie disponibili per la vendita	44.666	18.903	25.763
	c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	0	-10	10
	d) passività finanziarie	0	0	0
110.	Risultato netto delle att.tà e pas.tà finanz.valutate al <i>fair value</i>	0	0	0
220.	Altri oneri/proventi di gestione	41.266	31.167	10.099
240.	Utili (perdite) delle partecipazioni	0	0	0
A. TOTALE RICAVI NETTI		698.537	599.314	99.223
20.	Interessi passivi e oneri assimilati	-10.707	-22.650	11.943
50.	Commissioni passive (1)	-29.257	-28.945	-312
180.b	Altre spese amministrative (2)	-86.594	-75.474	-11.120
130.	Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	-10.995	-6.073	-4.922
	a) crediti	-7.530	-4.915	-2.615
	b) attività finanziarie disponibili per la vendita	-3.035	-1.299	-1.736
	c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-286	141	-427
	d) altre operazioni finanziarie	-144	0	-144
190.	Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	-40.268	-22.899	-17.369
200.	Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali (esclusi ammortamenti)	0	0	0
210.	Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali (esclusi ammortamenti)	0	0	0
260.	Rettifiche di valore dell'avviamento	0	0	0
B.TOTALE CONSUMI		-177.821	-156.041	-21.780
C. RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA		0	0	0
D. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO		520.716	443.273	77.443
250.	Risultato netto della valutazione al <i>fair value</i> delle attività materiali e immateriali	0	0	0
270.	Utili (perdite) da cessione di investimenti	-18	-4	-14
310.	Utile dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	3.051	4.561	-1.510
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO		523.749	447.830	75.919
	Ammortamenti	-4.420	-5.046	626
F. VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO		519.329	442.784	76.545
180.a	Spese per il personale (3)	-272.276	-218.825	-53.451
180.b	Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse (4)	-41.639	-29.575	-12.064
180.b	Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità (4)	-225	-178	-47
G. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE		205.189	194.206	10.983
290.	Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	-44.284	-48.265	3.981
330.	Utile di esercizio di pertinenza di terzi	0	-4.685	4.685
H. RISULTATO D'ESERCIZIO DI PERTINENZA DELLA CAPOGRUPPO		160.905	141.256	19.649

note

(1) Il dato differisce da quello del conto economico esposto nel fascicolo di Bilancio in quanto i compensi corrisposti alla rete dei promotori finanziari sono stati riclassificati tra le "Spese per il personale".

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

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

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

(5) schema 2013 riesposto ai sensi IFRS 5 per tenere conto della scissione del ramo di BGFML

Relazione sociale

Gli stakeholder

INTRODUZIONE

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

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

- stakeholder diretti, comprendenti i dipendenti, le reti di vendita e gli azionisti che a vario titolo sono inseriti nella struttura stessa del Gruppo;
- stakeholder competitivi, ossia i clienti e i fornitori, che a vario titolo influenzano i risultati del business;
- stakeholder socio-ambientali, quali la comunità e l'ambiente, che sono le realtà esterne nelle quali il Gruppo opera.

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

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

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

I CLIENTI

1. CARATTERISTICHE DELLA CLIENTELA

Dimensione e caratteristiche della clientela

Nel 2014 si registra una crescita sostanziale nel patrimonio complessivamente gestito dalla Banca (Asset Under Management +26%) e nel numero di clienti serviti (+7%). Ad una riduzione del peso percentuale della fascia di clientela con un patrimonio molto limitato investito nel Gruppo ha fatto da contraltare l'incremento dei clienti appartenenti a cluster con AuM investito maggiore.

NUMERO DI CLIENTI E AUM		
AuM	Numero Clienti	Asset Under Management (Mld.€)
2013	228.137	29,1
2014	243.418	36,6
Var%	+7%	+26%

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

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER NUMERO PRODOTTI SOTTOSCRITTI CON IL GRUPPO BANCARIO				
Cross selling	2014	%	2013	%
1	132.243	54%	127.096	56%
2	61.870	26%	55.025	24%
3+	49.305	20%	46.016	20%
Totale complessivo	243.418	100%	228.137	100%

Nel corso del 2014 si rileva la crescita del segmento giovani e la lieve riduzione della clientela ultrasettantenne (in termini di peso percentuale sul numero totale di clienti). Rimane netta la prevalenza di clienti compresi nella fascia dai 35 ai 60 anni, ovvero la popolazione che produce reddito e possiede disponibilità patrimoniali (mobiliari e immobiliari).

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER FASCIA D'ETA [^]				
Età	2014	%	2013	%
fino a 35	22.052	9%	17.751	8%
35 - 50	81.716	34%	78.338	35%
50 - 60	53.703	23%	51.484	23%
60 - 70	39.240	16%	36.723	16%
oltre 70	41.382	17%	39.415	18%
Totale complessivo*	238.093	100%	223.711	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.

Per quanto concerne la distribuzione territoriale della clientela, continua ad evidenziarsi un forte radicamento nel Nord Italia (complessivamente il 60% del totale), ove è concentrata la ricchezza del Paese.

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER AREA GEOGRAFICA				
Area Geografica	2014	%	2013	%
Estero	745	0%	694	0%
Centro	46.146	19%	43.507	19%
Isole	10.323	4%	9.813	5%
Nord Est	71.901	30%	66.386	29%
Nord Ovest	73.234	30%	68.422	30%
Sud	41.069	17%	39.315	17%
Totale complessivo	243.418	100%	228.137	100%

Sostanzialmente invariata la suddivisione della clientela per sesso d'appartenenza: il 58% è rappresentato da uomini e il 42% da donne.

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER SESSO D'APPARTENENZA				
Sesso	2014	%	2013	%
F	98.832	42%	91.831	41%
M	139.261	58%	131.880	59%
Totale complessivo*	238.093	100%	223.711	100%

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

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 ad 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 internazionale 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 2014 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 BG Fund Management Luxembourg, da oltre 6 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 2014 sono stati lanciati cinque nuovi comparti di BG Selection Sicav, di cui 4 appartenenti alla nuova famiglia Real Assets - strategie multi-asset che sfruttano un approccio completo per la copertura dai rischi d'inflazione - per un totale di 44 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 forte sviluppo di BG Sicav, la soluzione di risparmio gestito di BG Fund Management Luxembourg che è diventata la piattaforma per lo sviluppo di prodotti gestiti in titoli, allineati ai principali trend di offerta e complementari rispetto alla gamma di fondi di fondi di BG Selection Sicav. Nel 2014 sono stati lanciati 13 nuovi comparti di cui 7 azionari e 6 obbligazionari, affidati in delega di gestione a prestigiosi partner internazionali, per un totale di 24 comparti;
- la continua crescita dell'offerta multibrand, in particolare dopo l'acquisizione da parte di Banca Generali del ramo di azienda di Credit Suisse Italy S.p.A. Nel corso dell'anno è stato avviato il collocamento di 6 nuove società di asset management per un totale di 17 Sicav. A fine 2014 l'offerta complessiva di Banca Generali era pari a oltre 1.800 prodotti gestiti da 31 Società italiane ed estere;
- il lancio, a febbraio 2014, di "BG Stile Libero", la nuova polizza multiramo tra le più innovative presenti sul mercato italiano che si propone come una soluzione che unisce investimento finanziario, ottimizzazione fiscale, coperture assicurative e servizi personalizzabili. BG Stile Libero permette di scegliere tra un universo investibile di oltre 800 comparti gestiti da 46 asset manager nazionali e internazionali e offre al cliente un'importante diversificazione per asset class, stili di gestione e aree geografiche.

PROTEZIONE DEGLI INVESTIMENTI DELLE FAMIGLIE, attraverso:

- un sistema integrato di coperture assicurative inserite in BG Stile Libero, quali la protezione caso morte in base all'età, protezione per infortunio e maggiorazioni a copertura in caso di minusvalenze, che permettono al sottoscrittore di tutelare il patrimonio investito e garantire serenità al nucleo familiare. Questo sistema di coperture si affianca alla garanzia del capitale offerto dalla Gestione Separata Ri.Alto (selezionabile dal 5% al 30% dell'investimento);
- la garanzia del capitale investito e del consolidamento annuale dei rendimenti maturati 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 2014 è stata lanciata BG Stile Garantito, polizza a premio unico e vita intera che investe nella Gestione Separata Ri.Alto (rendimento certificato 2014: 4,01%). Questo prodotto si affianca a BG Cedola Più che, attraverso la liquidazione di una cedola annua pari al rendimento della Gestione Separata, permette alla clientela di integrare il proprio reddito in tutta sicurezza, senza risentire della volatilità dei mercati finanziari;
- i piani di accumulo con versamenti di piccolo importo e con periodicità mensile/intra-annuale, 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 Genertel 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 PIU' DEBOLI, attraverso:

- 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 servizio "Bilancio Familiare", 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;
- il lancio del nuovo servizio Mobile POS, che offre a tutti i clienti di BG liberi professionisti la possibilità di accettare pagamenti elettronici in mobilità, recependo in tal modo le nuove disposizioni di legge presenti nel decreto "Milleproroghe" del 2014, relative all'utilizzo di POS per l'accettazione di pagamenti con carta;
- la proposta di carte prepagate, disponibili per tutte le tipologie di conto corrente a catalogo. Nel corso del 2014, la carta BG Cash è stata arricchita con un plafond di speso annuo più elevato;
- la 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 ad un conto corrente;
- il mini-sito BGnext.it, volto a presentare e illustrare i prodotti commerciali e le iniziative pensate per i più giovani; in particolare nel corso del 2014 BGnext è stata la vetrina digitale della manifestazione "Un Campione per Amico" pubblicando tutti gli aggiornamenti sulle tappe che hanno visto oltre diecimila bambini divertirsi insieme ai quattro "allenatori" che li hanno accompagnati in una giornata di gioco;
- l'offerta di mutui e prestiti di primarie istituzioni finanziarie terze per favorire e tutelare l'investimento immobiliare residenziale dei propri clienti;
- l'offerta di conti correnti con condizioni ad hoc per associazioni che raggruppano famiglie di disabili o che sostengono la ricerca scientifica sulle malattie più rare (es. AISM – Associazione Italiana Sclerosi Multipla);
- 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 nella manovra "Salva-Italia" del 2012, 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 ed integrata

puntualmente in funzione delle novità normative;

- l'assegnazione di un profilo di rischio a tutti i prodotti d'investimento in offerta. Tale valutazione, effettuata da una società indipendente, viene eseguita elaborando diverse informazioni relative al rischio di mercato, di controparte e di liquidità del prodotto in oggetto e viene riassunta per mezzo di un indice (numerico) sintetico di rischio (ISR);
- la proposta ai propri clienti di prodotti di investimento il cui profilo di rischio-rendimento è coerente con il profilo finanziario dei clienti stessi. La valutazione dell'adeguatezza e appropriatezza è effettuata attraverso una procedura informatica di supporto 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;
- l'implementazione del Nuovo Modello di Servizio che porterà alla realizzazione di una nuova piattaforma di consulenza integrata che verrà distribuita alla Rete di Vendita a partire dal 2015. Il nuovo modello di servizio mira ad aumentare la conoscenza del cliente in termini di patrimonio mobiliare ed immobiliare, passaggio generazionale e propensione ai rischi, con l'obiettivo di offrire una visione 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:

- il lancio della nuova modalità di visualizzazione dei codici di accesso all'home banking e del codice PIN della carta bancomat e-commerce, con film da rimuovere a cura del cliente (tecnologia "Scratch Security Label"), nell'ottica di semplificare e rendere più sicuro l'accesso a questi dati;
- la finalizzazione del progetto di comunicazione del nuovo prodotto "BG Stile Libero", con la predisposizione di tutte le tipologie di informazioni inviate ai clienti e del rendiconto annuale, secondo uno stile univoco e un linguaggio chiaro e comprensibile;
- la pianificazione di interventi di revisione su tutte le comunicazioni in ambito assicurativo, che va a completare la revisione effettuata nel corso del 2013 in ambito di risparmio gestito e amministrato;
- l'introduzione del nuovo cluster di clientela "Top Client" con lo sviluppo di prodotti e servizi di comunicazione dedicati a questa nuova fascia di clienti.

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

- l'offerta di prodotti "socialmente responsabili"² (ovvero fondi di investimento e sicav che investono solo in

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

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

società e imprese che soddisfano determinati requisiti etici, sociali e di governance). Nel 2014 sono 37 i comparti di Sicav terze che investono nelle aziende eccellenti per corporate governance e rispetto ambientale o che investono nella “green economy”;

- il lancio e il potenziamento di tecnologie e servizi digitali volti a ridurre l’utilizzo della carta:
 - la funzionalità “Firma Sicura Biometrica”, lanciata nel 2014, che permette ai Clienti di firmare la sottoscrizione dei contratti e delle operazioni direttamente dal tablet del proprio consulente;
 - il servizio Doc@nline, integrato nel corso dell’anno attraverso l’estensione del suo perimetro alla documentazione postvendita delle Sicav;
 - il servizio di comunicazione digitale di BG Stile Libero, nato nel 2014 dalla collaborazione tra Banca Generali e Genertellife, che consente al cliente di accedere, attraverso un’area riservata del sito internet della Compagnia, alla documentazione relativa alla propria posizione assicurativa.
- la disponibilità di una tariffa agevolata per i non fumatori nella polizza temporanea caso morte BG Tutela (che garantisce in caso di decesso dell’assicurato la liquidazione di un capitale ai beneficiari designati) così da incentivare stili di vita sani e una maggiore attenzione alla cura della salute.

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.

Banca Generali, in quanto “Banca Rete” che opera in un contesto di mercato in cui il ruolo del Consulente Finanziario e della sua relazione con il Cliente gioca un ruolo determinante, ha scelto di investire, per prima in Italia, in un nuovo strumento digitale a supporto del Cliente e del Consulente Finanziario.

I clienti di Banca Generali hanno ora un portale sempre disponibile in cui poter trovare tutte le informazioni professionali del proprio Consulente, contattarlo direttamente dalla pagina web e tenersi aggiornati sulle notizie economico-finanziarie.

Banca Generali provvede infatti a fornire ai propri clienti che navigano sul sito una selezione di *breaking news* e diversi approfondimenti realizzati da Ansa che illustrano lo scenario finanziario e forniscono una vista sempre aggiornata sui mercati internazionali.

Il cliente, navigando sulla pagina del proprio consulente, accede dunque ad un portale personalizzato in cui sono a sua disposizione:

- un mondo di servizi finanziari;
- una vetrina di prodotti dedicata;
- l’accesso diretto al proprio home banking;
- funzionalità evolute di contatto col proprio consulente.

Gli sviluppi legati alla Pagina Personale Consulente nel corso del 2015 renderanno questo strumento sempre più interattivo e integrato con i sistemi banca per permettere al cliente una relazione sempre più semplice e frequente con Banca Generali e con il proprio Consulente.

Inoltre, in linea con la grande crescita del mobile banking in Italia, Banca Generali ha rivisto grafica e layout della propria applicazione per smartphone e tablet, integrato la possibilità di effettuare pagamenti semplicemente inquadrando il codice a barre dei bollettini postali, implementato la possibilità di gestire la propria rubrica direttamente nell'app e consultare tutti i documenti disponibili in Doc@nline anche in mobilità.

Il lancio di queste importanti novità ha consentito a Banca Generali di aggiudicarsi il primo posto della prestigiosa classifica stilata dall'Osservatorio Finanziario che premia i dieci migliori servizi di Internet Banking.

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 2014 ottime prestazioni. Il numero di chiamate accolte dai sistemi di risposta automatici (IVR) sono state 444.943. Di queste, il 61,4% sono state soddisfatte dai servizi automatici mentre per il restante 38,6% i clienti hanno richiesto l'assistenza di un operatore. I tempi di risposta delle 172.021 chiamate accolte dagli operatori si sono attestati intorno ai 23 secondi nell'anno (16 secondi nel 2013), con una percentuale di chiamate perse inferiore del 1% (in linea con il 2013).

Educazione finanziaria

Banca Generali contribuisce fattivamente alla trasparenza e chiarezza nella comunicazione ai clienti e ai consumatori in merito all'offerta di prodotti finanziari e più in generale in ambito economico-finanziario, impegnandosi direttamente nei progetti di educazione finanziaria e di comunicazione promossi dal Consorzio Patti Chiari, cui ha aderito fin dal 2005. Nell'ambito di tale collaborazione è stata promossa l'iniziativa "Impegni per la qualità", che ha coinvolto a partire dal 2010 tutta la rete distributiva del Gruppo Bancario in attività di formazione. Il piano formativo di Banca Generali garantisce l'aggiornamento costante alla rete 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 2014 oltre 2.800 clienti e prospect hanno partecipato agli eventi organizzati in tutta Italia da Banca Generali, dato in 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 ed alla loro soddisfazione rispetto al livello di servizio ricevuto.

Dato il modello di business della Banca, il principale canale per la raccolta delle opinioni dei clienti è rappresentato dalla rete di 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 ad esprimere il loro grado di soddisfazione rispetto alla gamma di prodotti, servizi, strumenti e formazione messi a loro disposizione per servire al meglio i clienti.

I dati relativi al 2014, espressione delle interviste telefoniche a 248 Financial Planner e Private Banker di Banca Generali, hanno confermato il livello generale di soddisfazione della rete con una valutazione media complessiva che

porta Banca Generali al primo posto tra le reti di promozione finanziaria, 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 2014 non si sono registrati casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti a comunicazioni di marketing delle società del Gruppo.

3. SICUREZZA E PRIVACY

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

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

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

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

Per quanto riguarda specificamente il sistema di Home Banking, per il sito clienti sono state adottate le più avanzate soluzioni tecnologiche e i migliori sistemi di salvaguardia dei dati per garantire un alto livello di sicurezza. A ogni accesso alla piattaforma operativa del sito si attiva un collegamento tra il PC del cliente e il sistema banca, garantito dall'utilizzo di un protocollo anti-intercettazioni con chiavi crittografiche fino a 256 bit e certificato 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/ricieste dal Garante: ricorsi all’Autorità Garante per la protezione dei dati personali o all’Autorità Giudiziaria Ordinaria e/o di richieste di informazioni pervenute alle società da parte dell’Autorità Garante.

Le segnalazioni relative a richieste formulate ai sensi dell’esercizio dei diritti di cui all’art.7 del Codice Privacy pervenute nel corso del 2014 sono di seguito dettagliate:

TIPOLOGIA RICHIESTA	NUMERO
Richieste di accesso ai dati	2
Richieste di cancellazione dei dati	10
Revoche commerciali	171
TOTALE	183

Nel corso del 2014, per l’intero Gruppo Banca Generali, risulta pervenuto alla funzione competente n. 1 reclamo attinente l’applicazione della normativa privacy.

4. CONTENZIOSO

Al 31 dicembre 2014 il Gruppo risultava coinvolto in 123 vertenze legali attive o passive generate dall’attività bancaria a fronte delle numero 100 vertenze in essere al 31 dicembre 2013.

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.
- 11) D. Lgs. N. 11 del 27 gennaio 2010 – PSD (Direttiva Europea sui servizi di pagamento)
- 12) Legge 28 dicembre 2005, n. 262 (Disposizioni per la tutela del risparmio e la disciplina dei mercati finanziari);
- 13) Decreto Legge 24 gennaio 2012, n. 1 convertito nella legge 27 del 24 marzo 2012 (Legge di conversione del DL liberalizzazioni)
- 14) Decreto Legislativo 8 ottobre 2007, n. 179 (concernente la Camera di conciliazione e di arbitrato presso la Consob e le relative procedure)
- 15) Legge n. 62 del 18 maggio 2012 Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 24 marzo 2012, n. 29 (Ripristino delle commissioni bancarie che erano state abolite con il DL liberalizzazioni)

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 2014 sono pervenuti n. 364 reclami da parte dei clienti del Gruppo Bancario (rispetto ai 348 dell'esercizio 2013), di cui n. 201 relativi ai servizi di investimento e accessori e n. 163 relativi a operazioni e servizi bancari e finanziari.

Il tempo medio complessivo di evasione dei reclami (consumatori ed investitori) è stato pari a n. 39 giorni. Si precisa che il tempo medio di evasione dei soli reclami investitori è stato pari a n. 58 giorni, mentre il tempo medio di evasione dei soli reclami consumatori è stato pari a n. 20 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 ed il Risparmio) n. 275 del 29 luglio 2008, al quale tutte le banche e gli intermediari finanziari devono aderire.

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

Nell'anno 2014, sono stati presentati all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF) n. 14 ricorsi; sei di tali ricorsi sono stati accolti dall'Arbitro Bancario Finanziario. Risulta ancora pendente la decisione relativa agli ulteriori otto ricorsi.

Dodici dei 14 ricorsi sottoposti alla decisione del Collegio riguardavano contestazioni vertenti in materia di esecuzione di operazioni bancarie. Rispetto a questi 12 ricorsi: 5 ricorsi hanno avuto ad oggetto il disconoscimento di operazioni di bonifico disposte attraverso il sistema di internet banking (c.d. "phishing"); 2 ricorsi hanno riguardato l'operatività in merito al recesso dal rapporto di conto corrente; 1 ricorso risultava relativo all'errata esecuzione di disposizioni di bonifico; 3 ricorsi risultavano avere ad oggetto la sottrazione di somme a seguito del furto di carte bancomat e 1 ricorso la presunta clonazione della carta bancomat. Gli ulteriori due ricorsi sottoposti alla decisione del Collegio sono inerenti alla gestione dei rapporti bancari e di investimento: un ricorso riguardava le condizioni contrattuali applicate e il rimanente riguardava l'addebito del capital gain su operazioni di trasferimento di strumenti finanziari per mortis causa. A seguito dell'adempimento delle decisioni dell'ABF, la Banca ha provveduto alla corresponsione di Euro 18.248,77.

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

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

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

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

Nel corso dell'anno 2014 non sono stati presentati ricorsi all'Ombudsman – Giurì bancario da parte di clienti della Banca.

Infine, nell'anno sono state presentate alla Banca n. 30 istanze di mediazione. Le suddette istanze hanno avuto ad oggetto contestazioni relative: i) all'operato dei promotori finanziari (21 casi); ii) alla ritardata esecuzione di ordini impartiti dalla clientela (4 casi); iii) alla perdita subita su investimenti in titoli (2 casi); iv) alla inadeguatezza della informativa ricevuta all'atto dell'investimento (2 casi); v) alla refusione di importi sottratti a mezzo phishing (1 caso).

6. STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Nei confronti dei propri azionisti Banca Generali rinnova l'impegno alla creazione di valore, alla loro remunerazione, alla trasparenza e al costante dialogo con la comunità finanziaria.

Sottolineiamo anche che nel corso del 2014 è proseguito il fruttuoso scambio instaurato negli ultimi anni con l'Associazione 'E.DI.VA – Etica Dignità e Valore - Associazione Stakeholders Aziende di Credito Onlus', che da anni è fortemente impegnata nel promuovere i temi della responsabilità sociale d'impresa e della finanza etica nel mondo bancario. Grazie ad uno spunto fornito dalla stessa E.DI.VA nell'ambito dell'ultima Assemblea degli Azionisti, Banca Generali ha deciso di promuovere una analisi del modello di banca sociale, analizzando i principali casi italiani ed europei fino al modello di micro-credito sviluppato dalla Graamen Bank del premio Nobel Muhammad Yunus. Banca Generali intende così dare un contributo al dibattito quanto mai attuale circa la possibilità di coniugare i principi della responsabilità sociale con quelli di redditività e solidità patrimoniale.

Nel corso del 2014 sono state confermate e rilanciate diverse iniziative legate al tema della protezione e del benessere delle famiglie attraverso una ampia serie di prodotti assicurativi e servizi bancari, tra cui si segnala in particolare la proposta di conti correnti con condizioni ad hoc per associazioni che raggruppano famiglie con disabili o che sostengono la ricerca scientifica sulle malattie più rare.

L'impegno verso le giovani generazioni è si concretizza nel costante supporto a numerose iniziative di carattere culturale e formativo legate al tema dell'educazione finanziaria e dell'importanza del risparmio. Si è 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.

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'attività 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 avvalendosi 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 la clientela di riferimento per la gran parte esprime istanze complesse, che richiedono 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 Banca Generali si compone di due divisioni a cui appartengono due categorie di collaboratori:

- ✓ i Financial Planner, più votati a relazionarsi con clientela affluente;
- ✓ i Private Banker (legati alla società da contratti di lavoro sia autonomo –346– che dipendente –55 Relationship Manager–) inseriti nella divisione Private Banking, specializzati nella relazione con clientela private.

TIPOLOGIA DI COLLABORATORI		
	2014	2013
Divisione Financial Planner	1.244	1.141
Divisione Private Banking	401	334
Totale Banca Generali	1.645	1.475

Il processo di sviluppo qualitativo della rete nel 2014 è testimoniato dal significativo incremento sia dei Financial Planner sia dei Private Banker, aumento determinato dall'attività di reclutamento avvenuta nel corso del 2014 e dall'inserimento in struttura di ulteriori 51 Private Banker a seguito dell'acquisizione del ramo d'azienda di Credit Suisse Italy.

In particolare nel 2014 sono entrati a far parte delle strutture di Banca Generali 102 nuovi professionisti, attentamente selezionati, con solida esperienza del settore o bancaria che, attraverso l'ampia gamma di soluzioni d'investimento offerte dalla banca, hanno potuto soddisfare le diverse esigenze dei clienti, nel rispetto dei loro profili di rischio. Ciò ha fatto sì che nonostante il fisiologico turnover della rete, il numero dei consulenti della rete di Banca Generali abbia registrato un aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente pari al 11,5%. In effetti il turnover della rete di Banca di Banca Generali pari al 5% (numero uscite sul numero medio dei consulenti) dovuto anche a pensionamenti o cambi di attività, risulta essere molto contenuto a testimonianza della fidelizzazione dei consulenti oggi in struttura e dell'attrattività della proposta di Banca Generali verso il mercato.

Patrimoni gestiti

Nonostante il complesso quadro congiunturale dell'economia italiana ed internazionale, nel 2014 si è assistito ad un aumento degli Assets Under Management (AUM) che hanno chiuso l'anno a 36,6 miliardi rispetto con un incremento del 26% rispetto ai 29,1 miliardi registrati nel 2013. In un contesto di riferimento molto complesso, Banca Generali si è confermata tra i leader assoluti di mercato per raccolta netta con 4.024 mln e al primo posto nel ranking Assoreti per il portafoglio pro-capite per FP/PB pari a 22,2 mln rispetto ai 19,7 mln del 2013. L'eccellenza della rete di Banca Generali spicca ancor di più se si prende a riferimento l'insieme dei comparti di risparmio gestito e assicurativo che nel 2014 hanno superato di oltre il 50% i già eccellenti risultati del 2013 (4.189 mln vs. 2.768 mln). Proprio in situazioni di mercato così complesse si sono affermate le potenzialità degli strumenti di risparmio gestito e

assicurativo a disposizione della rete di vendita. In particolare, nel 2014 è stata lanciata la nuova famiglia di polizze multiramo denominata “BG Stile Libero” che consente al cliente un’ampia scelta di soluzioni di investimento, in aggiunta alla vasta gamma di prodotti di casa e affidati a società terze, secondo il modello dell’architettura aperta.

PATRIMONI CLIENTI		
	2014	2013
Numero medio clienti per Promotore Finanziario FP/PB	148	155
Media patrimonio per FP/PB (euro/mln)	22,2	19,7
Media Raccolta Netta per FP/PB (euro/000)	2.446	1.532

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) sono da considerarsi sintomo evidente anche del 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	2014	2013
Manager 1° livello	22	20
Manager 2° livello	44	49
Executive Manager	46	44
Promotori Finanziari e Private Banker	1.533	1.362
Totale Gruppo Banca Generali	1.645	1.475

In Banca Generali, il numero di Manager in senso stretto (Manager di 1° e 2° livello, cioè coloro che hanno un ruolo di governo e coordinamento delle figure professionali dedicate esclusivamente alla relazione con la clientela) è pari circa al 4% del totale della rete.

La struttura manageriale della rete 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 sbocchi professionali dell'attività, ma non il principale, in considerazione dell'elevata professionalizzazione dei colleghi che svolgono l'attività di consulenza nei confronti della 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 gestionali, nonché di una forte attitudine di guida e indirizzo.

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 il 75% dell'organico, nelle regioni del Centro-Nord rispetto a quelle del Centro-Sud, in coerenza con la distribuzione della ricchezza nazionale. La presenza femminile nella rete di Banca Generali, pari al 14,2% del totale, è ancora ridotta ed in parte attribuibile al fatto che la professione di Promotore Finanziario ha visto un aumento del numero delle donne solo in anni recenti. Nonostante l'aumento complessivo dei FP/PB in struttura, in valori % la presenza femminile è rimasta costante rispetto al 2013. Questo significa che nel corso del 2014 sono state inserite delle professionalità femminili provenienti principalmente dal mondo bancario tradizionale, che oggi, stante la crisi del settore, rappresenta un importante bacino da cui attingere per l'inserimento di professioniste che intendono proseguire la loro carriera lavorativa nel mondo della consulenza finanziaria.

L'anzianità media di collaborazione della rete di Banca Generali è di poco inferiore ai 12 anni, il che implica un elevato tasso di fidelizzazione della rete, tenuto anche conto del crescente numero degli inserimenti avvenuto negli ultimi anni. L'età media della struttura di rete supera i 50 anni pur essendo in linea con la media del mercato di riferimento, soprattutto se si considera l'elevata professionalità e i portafogli delle strutture coinvolte.

Regione	PF	PB	tot.	% su tot.	% donne	ETA' MEDIA*			ANZIANITA' MEDIA DI COLLABORAZIONE *		
						M	F	tot.	M	F	tot.
Piemonte	75	60	135	8,2%	18,5%	51,5	49,5	51,2	10,4	9,9	10,3
Valle d'Aosta		2	2	0,1%	0,0%	50,3		50,3	8,7		8,7
Lombardia	222	115	337	20,5%	16,3%	51,1	48,7	50,7	11,2	9,6	11,0
Trentino A. Adige	20		20	1,2%	5,0%	50,0	37,7	49,4	7,7	2,5	7,5
Veneto	134	45	179	10,9%	9,5%	52,4	48,2	52,0	11,4	6,0	10,9
Friuli Ven. Giulia	64	6	70	4,3%	10,0%	51,1	52,5	51,3	11,8	9,5	11,6
Liguria	48	52	100	6,1%	17,0%	54,3	51,6	53,9	12,9	11,2	12,6
Emilia Romagna	167	28	195	11,9%	21,0%	52,5	50,5	52,1	13,4	11,3	12,9
Toscana	61	33	94	5,7%	8,5%	52,5	49,5	52,2	10,9	9,3	10,8
Umbria	23		23	1,4%	13,0%	53,6	45,3	52,5	18,2	7,5	16,8
Marche	50		50	3,0%	14,0%	49,4	49,0	49,4	13,9	16,4	14,3
Lazio	63	40	123	7,5%	22,8%	51,1	50,0	50,8	10,0	14,1	10,9
Abruzzo	26		26	1,6%	7,7%	52,7	58,5	53,1	11,7	7,3	11,4
Molise	1		1	0,1%	0,0%	45,8		45,8	1,1		1,1
Campania	123	9	132	8,0%	3,8%	49,3	45,2	49,1	12,5	12,1	12,5
Puglia	64	7	71	4,3%	11,3%	50,2	43,3	49,4	13,7	11,3	13,4
Basilicata	1		1	0,1%	0,0%	49,3		49,3	6,8		6,8
Calabria	23	3	26	1,6%	15,4%	48,3	53,3	49,0	12,2	15,6	12,7
Sicilia	49		49	3,0%	4,1%	47,7	46,9	47,6	11,2	8,4	11,0
Sardegna	10	1	11	0,7%	36,4%	47,3	50,8	49,2	14,0	14,7	14,3
	1.244	401	1.645	100,0%	14,2%	51,3	49,4	51,1	11,8	10,7	11,7

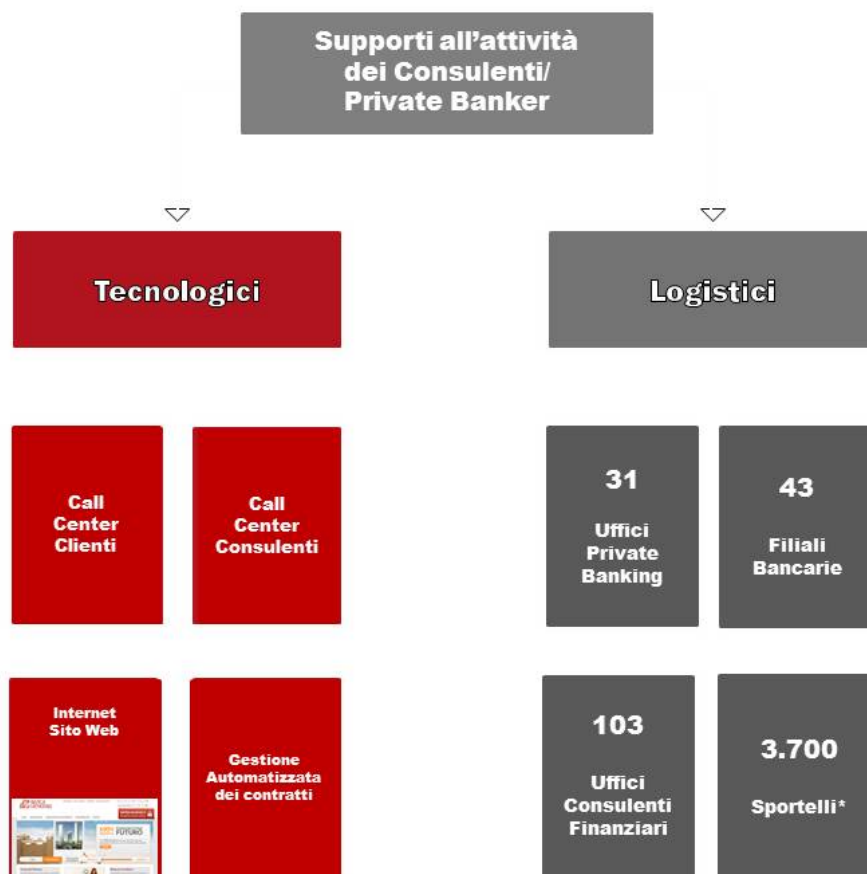
*Viene considerato nell'anzianità anche il lavoro svolto nelle Società acquisite dal Gruppo Banca Generali (es. Prime, Altinia Sim, ecc)

5. MULTICANALITÀ DEL SERVIZIO

La situazione logistica della Banca prevede 44 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 Banker dipendenti (Relationship Manager) che insieme agli altri Private Banker seguono la clientela private. Agli sportelli bancari si aggiungono i 140 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 ha registrato un lieve incremento.

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.

31.12.2014	SUCCURSALI		SUCCURSALI	UFFICI		UFFICI	TOTALE COMPLESSIVO
	FP	PB	TOTALE	FP	PB	TOTALE	
Abruzzo	1		1	1		1	2
Calabria	1		1	2	1	3	4
Campania	3	1	4	10	2	12	16
Emilia	4		4	14	4	18	22
Friuli	2		2	3	1	4	6
Lazio	1	1	2	3	3	6	8
Liguria	4	1	5	6	5	11	16
Lombardia	4	2	6	14	5	19	25
Marche			0	3		3	3
Piemonte	3	1	4	6	9	15	19
Puglia	2	1	3	6	2	8	11
Sardegna			0	1		1	1
Sicilia	1		1	4		4	5
Toscana	3	1	4	10	2	12	16
Trentino			0	2		2	2
Umbria	1		1	2		2	3
Valle d'Aosta			0		1	1	1
Veneto	6		6	14	4	18	24
Totale complessivo	36	8	44	101	39	140	184



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

6. POLITICA DELLE VENDITE

Il Gruppo attribuisce importanza fondamentale alla soddisfazione della clientela, che persegue con elevati standard di qualità sia degli operatori addetti alla relazione con gli utenti, sia dei prodotti e dei servizi prestati e con il costante adeguamento di questi ai nuovi bisogni e alle nuove aspettative. A tale scopo l'impegno del Gruppo è anche costantemente rivolto al miglioramento continuo delle procedure interne e allo sviluppo di tecnologie informatiche evolute, di cui si verifica continuamente l'efficacia e l'efficienza. In particolare è ampiamente sviluppato l'accesso on-line sia da parte dei clienti che dei promotori ad applicazioni sia informative che 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 offerti sia sulla realizzazione dei propri obiettivi. A tale proposito un'applicazione minuziosa ed approfondita della normativa MIFID (ossia il Market in Financial Instruments Directive, direttiva comunitaria finalizzata all'armonizzazione delle norme che disciplinano l'attività degli intermediari e dei mercati finanziari) con la connessa compilazione dei questionari informativi ed il vaglio sistematico ed automatizzato delle soluzioni proposte, fornisce le linee guida all'attività di intermediazione e di consulenza realizzata dai Promotori Finanziari verso la clientela.

In questo contesto, un'indagine corretta ed approfondita sulle aspettative e sulle caratteristiche del cliente è determinante per la definizione di una proposta adeguata alle esigenze riferite e ai bisogni manifestati. La relazione deve essere orientata alla fiducia e alla trasparenza così che il cliente sia consapevole dei contenuti, dei costi e degli eventuali rischi prima di concludere l'acquisto. A questo proposito giova ricordare che 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 fase di finalizzazione un nuovo importante progetto finalizzato a rivisitare complessivamente il modello di consulenza nei confronti della clientela, ampliando il servizio al cliente a 360° 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, ad 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. Ad essi si aggiungono requisiti specifici, quali la non sottoposizione a provvedimenti disciplinari ed 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 2014, che raccoglie e sintetizza tutti gli interventi formativi previsti per l'intero anno, in termini di linee guide, contenuti, destinatari, tempistiche e modalità di erogazione (corsi in aula, e-learning e training on the job), finanziabilità e sostenibilità organizzativa (giornate/uomo), 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 specifici percorsi di integrazione e conoscenza tra consulenti di Rete e dipendenti di sede.

Area Formazione Manageriale

Entrambe le Divisioni Commerciali (Private Banker e Financial Planner) hanno intrapreso un nuovo percorso formativo in tema di Leadership e Cambiamento, sviluppato in collaborazione con prestigiose società che si occupano di change management. Questo tipo di formazione ha l'obiettivo di supportare le prime linee manageriali a vivere e governare con successo la professione in un mondo in costante evoluzione.

La Rete dei Financial Planner, nel primo semestre, ha affrontato il tema del cambiamento con un corso indirizzato a tutti i 50 manager, distribuiti in 6 edizioni organizzate in Team di Area e articolate su 3 giornate formative.

Nel secondo semestre la squadra di District Manager, divisi in tre gruppi d'aula, questa volta caratterizzati da un mirato mix territoriale, ha continuato il percorso formativo attraverso due giornate formative che miravano a sostenere i manager nell'essere tensori della trasformazione culturale, potenziandoli nella loro azione di guida attraverso strumenti di comunicazione efficace e tecniche di coaching per motivare e facilitare la crescita professionale dei collaboratori.

Gli Area Manager hanno inoltre iniziato un importante percorso di coaching individuale, con l'obiettivo di lavorare sulla prima fase di analisi e definizione del piano di sviluppo e di realizzare il secondo step mirato al potenziamento professionale e personale.

I Private Banker Manager hanno lavorato in una edizione collettiva di due giornate con l'obiettivo di stimolare la riflessione rispetto al guidare e coinvolgere il proprio team in un'ottica di sviluppo e miglioramento continuo, trasferendo il senso del cambiamento che l'azienda sta realizzando.

La squadra manageriale rappresentata dai Responsabili dei Centri Private ha partecipato nella prima parte dell'anno ad un innovativo percorso formativo con l'obiettivo principale di accompagnare i partecipanti in un processo di sviluppo personale e di responsabilità del ruolo manageriale: 4 giornate sul tema del teamwork finalizzato alla guida commerciale della squadra sul territorio.

Nel semestre successivo 30 Relationship Manager hanno partecipato ad un percorso formativo organizzato in tre moduli da 2 giornate ciascuno. Questo tipo di formazione mirava a rifocalizzare l'identità professionale attivando l'auto motivazione necessaria per essere più "maker" nel proprio ruolo e consolidare un rinnovato mix di competenze e strumenti in linea con il mutare del contesto sia interno all'Azienda sia esterno.

Area Formazione Commerciale

Le attività della formazione commerciale nel 2014 sono state interamente dedicate alle tematiche legate a “BG Personal Advisory”, il Nuovo Modello di Servizio di Banca Generali.

Banca Generali a febbraio 2014 ha ampliato la sua offerta tramite un innovativo strumento: “BG StileLibero”, la polizza multiramo che abbina alla sicurezza della gestione separata le opportunità di investimento dei sottostanti e un’ampia gamma di coperture assicurative. Prima del lancio del prodotto, nel mese di febbraio, è stata formata (attraverso il corso “Il Valore dell’Assicurativo”) tutta la struttura manageriale che, a sua volta, ha erogato la formazione a cascata sulle strutture coordinate.

A febbraio 2014 si è concluso su tutta la Rete il corso “Il Valore della Diversificazione” (iniziato nel 2013), che ha avuto come obiettivo approfondire come 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.

Nel primo semestre circa 50 consulenti finanziari selezionati in entrambe le Divisioni Commerciali sono stati coinvolti in un ambizioso progetto formativo sul tema del “Family Office”, che consente ai consulenti di ampliare le analisi sull’intero patrimonio della famiglia per asset detenuti anche presso banche terze, oltreché approcciarsi a specialisti di investimenti alternativi e intraprendere percorsi formativi utili nelle funzioni di passaggio generazionale o supervisione patrimoniale.

In corrispondenza con il lancio della Firma Sicura Biometrica, innovativo servizio per la gestione dei contratti e delle operazioni in modalità elettronica, a partire da fine febbraio è stata avviata la formazione che ha portato all’attivazione del Servizio su tutti i manager di Rete e su circa 800 tra Private Banker, Financial Planner e Relationship Manager, con l’obiettivo di approfondire i principali vantaggi e le principali potenzialità.

A giugno ha preso il via, con la formazione delle strutture manageriali e di circa 80 tra Private Banker, Financial Planner e Relationship Manager, il corso “Passaggio generazionale”, con l’obiettivo di far acquisire le conoscenze relative alle tematiche di passaggio generazionale e sviluppare un approccio commerciale sugli aspetti di protezione e trasferimento della ricchezza familiare complessiva, a sostegno dell’attività consulenziale. Nel 2014 tutta la Rete ha partecipato al corso, progettato in collaborazione con prestigiosi e riconosciuti professionisti di settore.

Area Formazione Istituzionale

Nel secondo semestre l’aggiornamento Ivass 2014 è stato garantito a tutta la Rete attraverso il corso on line “**Strumenti assicurativi e strategie di pianificazione successoria**”, che ha approfondito i concetti trattati in aula sulla tematica della pianificazione successoria.

A partire da quest’anno è stato progettato uno specifico percorso di *induction* destinato ai Financial Planner e Private Banker di recente ingresso in Banca Generali. All’interno del percorso, le due giornate di “**Welcome Program**” consentono ai consulenti neo inseriti di visitare e conoscere le principali Direzioni delle Sedi di Milano e di Trieste. Nel corso del 2014 sono state programmate 5 edizioni che hanno coinvolto circa 60 tra neo Financial Planner e neo Private Banker, oltre a 3 edizioni appositamente dedicate ai circa 50 PB ex Credit Suisse passati in Banca Generali.

Nel primo semestre tutta la Rete è stata invitata a svolgere il corso e-learning obbligatorio “**Antiriciclaggio Basic & Experience**” aggiornato secondo le nuove disposizioni normative.

Nel primo semestre 2014 è infine nato **BG People**, progetto che ha come obiettivo “amplificare l’Ascolto per creare Valore”. Attraverso una serie di iniziative, come focus group, workshop ed eventi culturali si vuole dare voce ai bisogni specifici delle diverse popolazioni di consulenti e creare una serie di servizi, interventi info-formativi specifici per ciascun target.

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		
	2014	2013	Δ%	2014	2013	Δ%	2014	2013	Δ%
Area Formazione Manageriale	200	50	300%	3.332	3.752	-11%	418	469	-11%
Area Formazione Commerciale	1632	1.477	10%	46.941	48.385	-3%	5.868	6.048	-3%
Area Formazione Istituzionale	1632	1.477	10%	58.149	34.448	69%	7.269	4.306	69%
Totale				108.422	86.585	25%	13.555	10.823	25%

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 2014 erano in essere n. 57 posizioni controverse che hanno generato altrettante vertenze, considerando sia quelle attive (n. 36) sia quelle passive (n. 21).

Le controversie sono in massima parte riconducibili a rapporti agenziali chiusi e concernono sia contenziosi proposti dagli agenti con diverse motivazioni inerenti al rapporto agenziale (presunti mancati riconoscimenti di indennità di cessazione del rapporto o pretese giuste cause di risoluzione del rapporto agenziale intercorso) sia le iniziative della Banca, volte ad accertare giudizialmente, e quindi consentire il recupero, di crediti di varia natura (a titolo di indennità sostitutiva del preavviso, o di anticipi erogati da restituire, ma anche a titolo di risarcimento del danno per condotte illecite o comportamenti comunque non conformi alle disposizioni normative di settore).

9. DIALOGO CON LE RETI DI VENDITA

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

Inoltre, almeno due volte l'anno vengono organizzati incontri plenari a cui partecipa direttamente la totalità o larga parte dei Promotori Finanziari, durante i quali vengono illustrate 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 Finanziari, con notizie e circolari dedicate che vengono costantemente aggiornate e con applicazioni

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

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

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

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

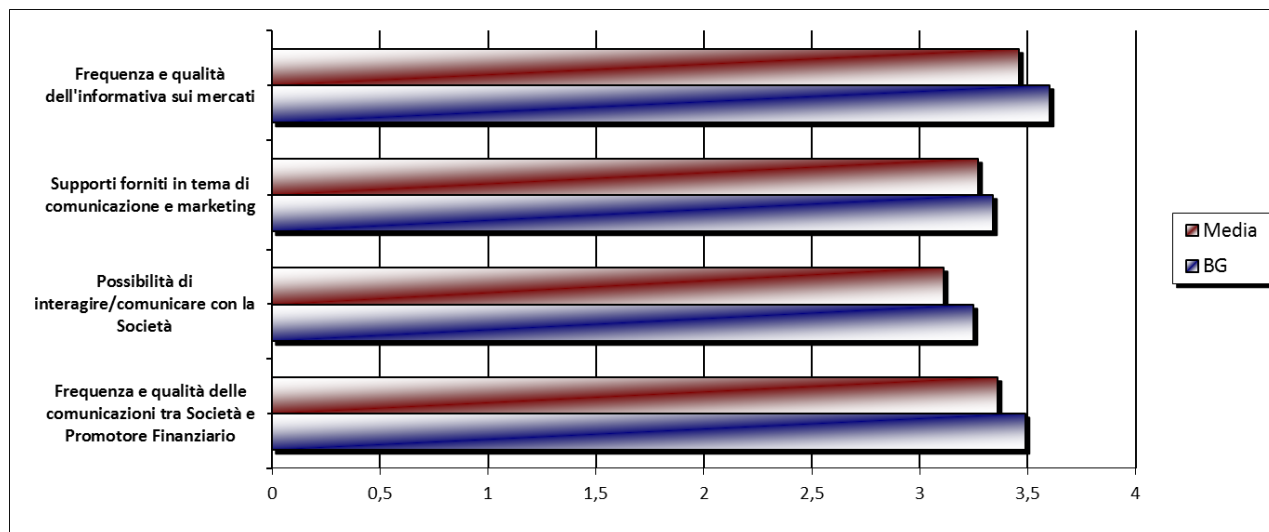
Coinvolgimento dei collaboratori

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

Nell'ambito di Banca Generali, Eurisko seleziona 165 Promotori Finanziari (il 10% 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 ad un mercato molto "mobile" e competitivo, consentono anche di identificare 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 ad essere ai vertici del mercato di riferimento relativamente al grado di soddisfazione dei suoi promotori. L'analisi che segue, riferita al 2014, 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.

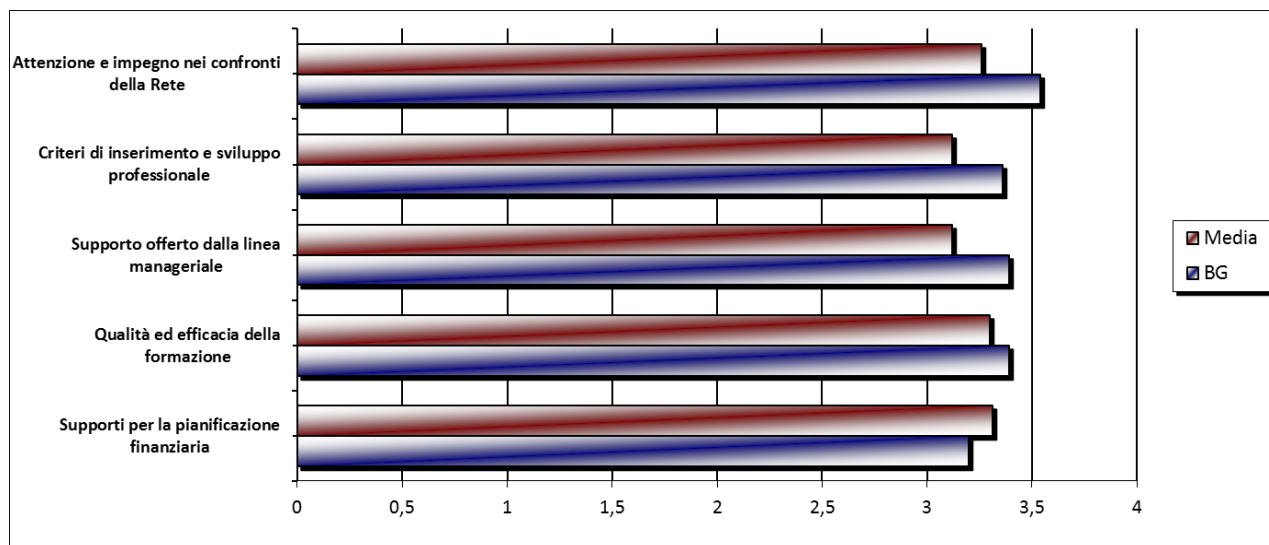
Risultati dell'indagine condotta:

COMUNICAZIONE



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

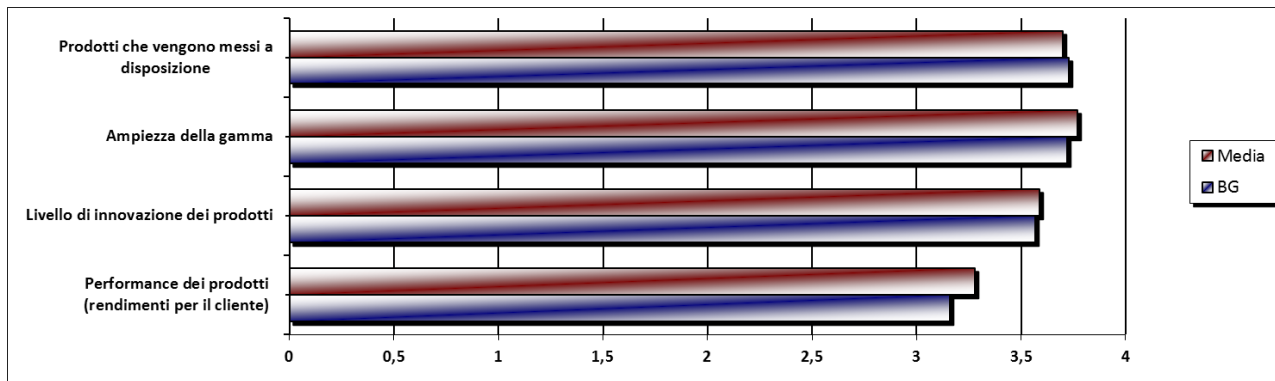
SVILUPPO PROFESSIONALE



Benché Banca Generali già registri valutazioni ai vertici del mercato nei confronti dei temi dello sviluppo professionale, alcune componenti segnalano un ulteriore miglioramento rispetto al 2013. L'unico elemento che segna un apprezzamento inferiore alla media (supporti per la pianificazione finanziaria), presenta comunque un livello di apprezzamento molto buono. Ad ogni modo è in fase di complemento un progetto strategico per la Banca volto ad implementare un modello di servizio innovativo non soltanto nell'ambito della consulenza finanziaria ma di servizio a 360° nei confronti del cliente, fortemente supportato da strumentazione e formazione specifica nei confronti della rete di vendita.

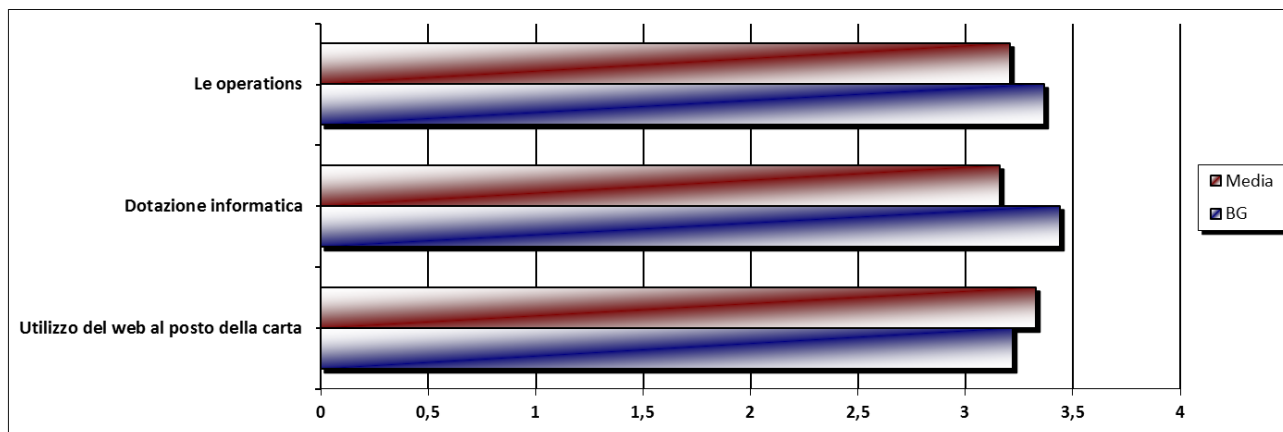
Questa sezione dell'indagine è particolarmente importante perché, in un campo molto "delicato" che coinvolge eminentemente la percezione dei Promotori Finanziari, si conferma l'attenzione dell'azienda allo sviluppo professionale dei suoi collaboratori.

PRODOTTI



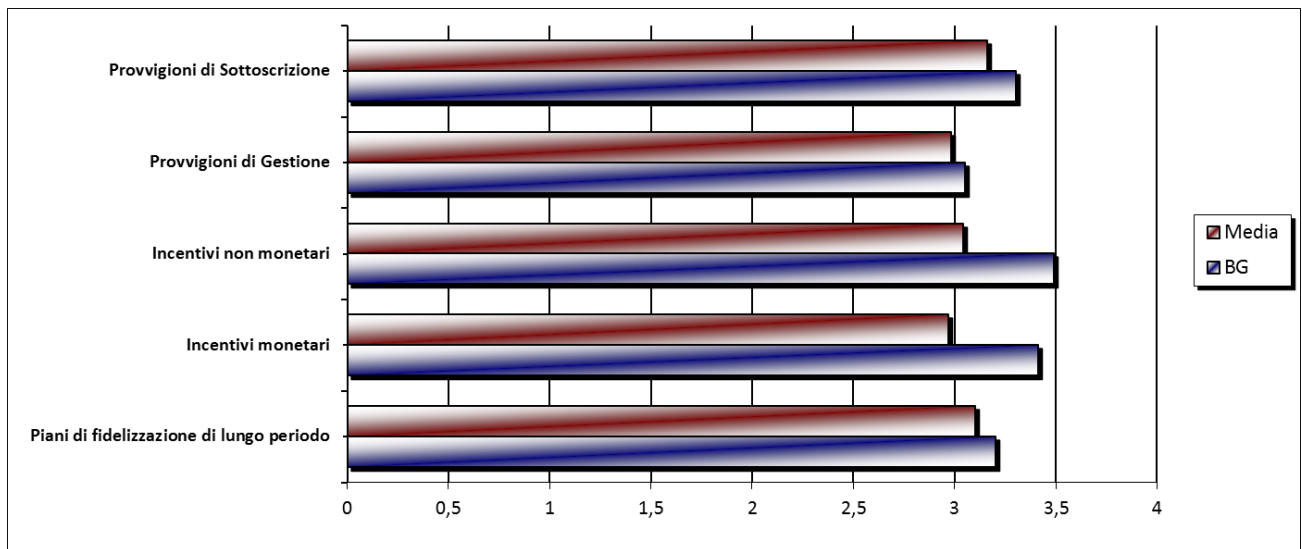
In generale si osserva che, a fronte di una soddisfazione complessiva molto alta (mediamente superiore al 3,5 su una scala crescente da 1 a 4), Banca Generali è nella media o molto vicina alla media delle migliori società rappresentate. La percezione circa le performance dei prodotti è influenzata dagli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



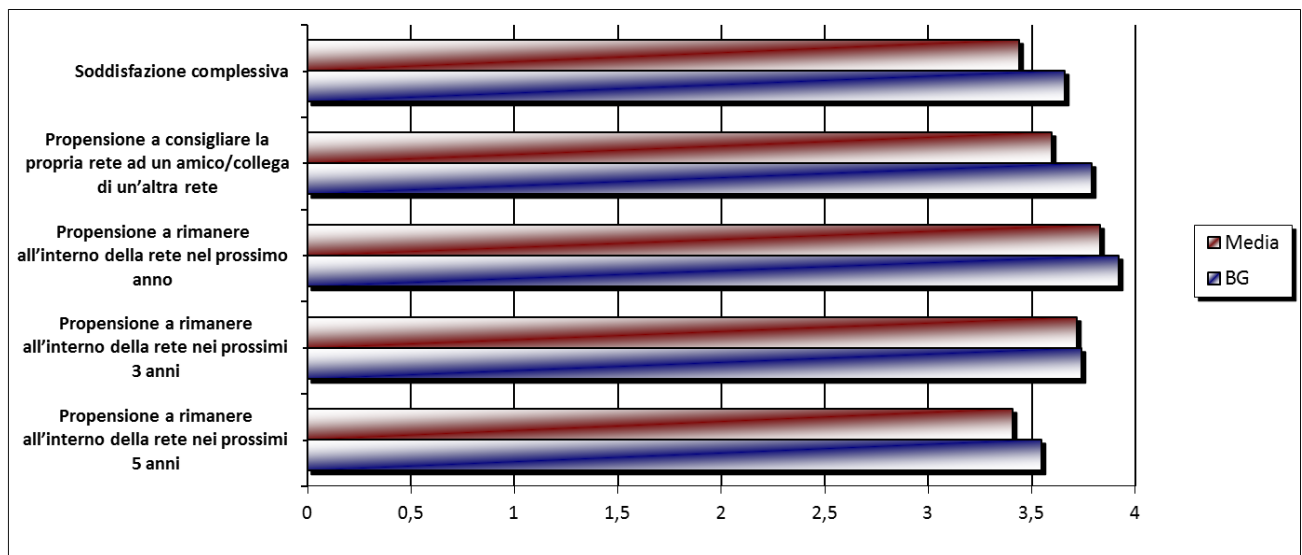
Le Operations e la dotazione informatica a disposizione dei Promotori Finanziari evidenziano una valutazione crescente e superiore alla media dei migliori competitors. Ciò è legato a specifici e significativi investimenti che hanno coinvolto sia la gestione interna della relazione amministrativa con i clienti (ad es. il processo denominato “Gestione Integrata Contratti” ha consentito di semplificare ed 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 della remunerazione si conferma anche nel 2014 la buona valutazione rispetto alla media di tutte le componenti che sono incluse in questo capitolo dell'indagine Eurisko. La valutazione positiva è influenzata dalle integrazioni monetarie e non, legate a parametri meritocratici, e più in generale è dovuta alla valorizzazione del sistema di servizi e supporti offerti ai Promotori Finanziari che ha evidenti risvolti di tipo economico.

INDICE DI FEDELTA'



In conseguenza di una soddisfazione complessiva molto elevata nel suo valore assoluto (punteggio 3,7 su 4) e superiore alla media delle migliori società del mercato, le indagini evidenziano 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 il turnover tipico di questo mercato. L'elevato indice di soddisfazione complessiva è ancora più evidente lì dove si evidenzia 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 3,8 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.

Risorse umane

1. DIMENSIONI E CARATTERISTICHE DELL'ORGANICO

Organico						
	2014			2013		
	femmine	maschi	totale	femmine	maschi	totale
BANCA GENERALI	394	383	777	391	373	764
BG FIDUCIARIA	4	6	10	4	5	9
GENERFID	4	0	4	4	0	4
BG FML	6	20	26	10	22	32
TOTALE GRUPPO	408	409	817	409	400	809

Rispetto l'esercizio 2013 si è avuto un incremento di 8 risorse. Nello specifico, al netto dell'uscita di nr. 6 risorse per effetto della scissione di ramo d'azienda da BG FML, si è avuto:

- un incremento di 12 persone a tempo indeterminato a seguito:
 - dell'acquisizione del ramo d'azienda di Credit Suisse;
 - di inserimenti di profili specializzati con esperienza professionale all'interno delle strutture di supporto del business, soprattutto nell'area commerciale;
 - del consolidamento delle strutture di supporto e controllo;
 - dell'ingresso di personale in sostituzione di risorse uscite in precedenza, anche attraverso il consolidamento di personale in essere;
- un decremento di 4 risorse a tempo determinato, prevalentemente riconducibile ad un minor numero di risorse assunte in sostituzione di personale assente per maternità/aspettative.

	2014			2013			VAR.
	femmine	maschi	totale	femmine	maschi	totale	
Abruzzo	2	0	2	2	0	2	0%
Calabria	1	1	2	1	1	2	0%
Campania	5	6	11	5	8	13	-15%
Emilia Romagna	4	4	8	4	6	10	-20%
Friuli Venezia Giulia	158	163	321	165	161	326	-2%
Lazio	10	15	25	10	13	23	9%
Liguria	6	5	11	5	5	10	10%
Lombardia	189	176	365	184	166	350	4%
Piemonte	11	8	19	9	8	17	12%
Puglia	2	2	4	2	1	3	33%
Sicilia	1	0	1	1	0	1	0%
Toscana	2	4	6	2	4	6	0%
Umbria	0	1	1	0	1	1	0%
Veneto	11	4	15	9	4	13	15%
Italia	402	389	791	399	378	777	2%
Lussemburgo	6	20	26	10	22	32	-19%

Analizzando la distribuzione geografica dell'organico si registra un incremento di nr. 14 risorse in Italia, mentre in Lussemburgo, a seguito della scissione del ramo d'azienda da BG FML, vi è stata una riduzione di nr. 6 persone.

Relativamente alla distribuzione sul territorio italiano si evidenzia una situazione sostanzialmente simile all'esercizio precedente ad eccezione della regione Lombardia, regione in cui si trovano le strutture centrali di coordinamento dell'area commerciale e le strutture a supporto del business che, durante l'esercizio in esame, sono state rafforzate attraverso inserimenti di profili specializzati.

ORGANICO PER LIVELLO												
	Dirigenti		Quadri		Impiegati				Totale		di cui personale di vendita	
	2014	2013	2014	2013	2014	di cui TD	2013	di cui TD	2014	2013	2014	2013
	45	46	228	217	544	30	546	34	817	809	55	59
Incidenza %	5,5	5,7	27,9	26,8	66,6	3,7	67,5	4,2	100	100	6,7	7,3

La distribuzione dell'organico complessivo per livello non si discosta particolarmente dallo scorso esercizio.

Si rileva, anche a seguito dei percorsi di crescita professionale, un incremento dei quadri direttivi (1,1%) a fronte di una piccola flessione dei dirigenti (-0,2%) e degli impiegati (-0,9%). Complessivamente si registra, quindi, un lieve incremento dei dirigenti e dei quadri direttivi (+0,9%).

Il numero delle risorse a tempo determinato, sul totale dell'organico, ha registrato una riduzione sia a livello percentuale che in termini assoluti.

DONNE PER LIVELLO												
	Dirigenti		Quadri		Impiegati				Totale		di cui personale di vendita	
	2014	2013	2014	2013	2014	di cui TD	2013	di cui TD	2014	2013	2014	2013
	9	10	79	74	320	7	325	12	408	409	9	11
Incidenza %	2,2	2,4	19,4	18,1	78,4	1,7	79,5	2,9	100	100	2,2	2,7

Le donne rappresentano in media il 49,9% dell'organico complessivo del Gruppo, in lieve flessione rispetto all'anno precedente (50,6%).

Per contro, la percentuale delle donne che riveste posizioni di responsabilità (dirigenti e quadri) è in aumento, 32,2%, rispetto al 31,9% nel 2013.

Analizzando la composizione dell'organico femminile si evidenzia un incremento dell'1,3% delle donne rientranti nella categoria dei quadri, a fronte di una riduzione dello 0,2% dei dirigenti e dell'1,1% degli impiegati.

La parte preponderante delle donne (78,4%) continua ad essere inquadrata nel livello impiegatizio, in calo di oltre un punto rispetto al 2013 (79,5%).

Nei call center la presenza femminile rimane preponderante, anche se in calo rispetto all'anno scorso (58,5% rispetto al 64,2% nel 2013).

Nell'ambito del personale di vendita il decremento registrato si riferisce 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	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
	719	707	28	29	67	67	3	6	817	809
Incidenza %	88,0	87,4	3,4	3,6	8,2	8,3	0,4	0,7	100	100

- Anche quest'anno si registra una crescita del personale assunto a tempo indeterminato; la percentuale dell'organico del Gruppo assunto a tempo indeterminato passa dal 95,7% del 2013 al 96,2% del 2014.
- I dipendenti part-time sono 70, pari al 8,6% del totale (9,0% nel 2013). A scegliere il part-time sono prevalentemente donne, maggiormente coinvolte nella gestione e nella cura della famiglia: nel 2014 le donne rappresentano il 94,3% dei lavoratori part-time (97,3% nel 2013).
- Le società del Gruppo fanno ricorso, per periodi limitati, anche a lavoratori interinali o a progetto (6 al 31/12/2014, pari allo 0,7% dell'organico, 4 nel 2013, pari allo 0,5%), per far fronte a picchi di lavoro o progetti specifici.
- Anche nel 2014 le società del Gruppo hanno favorito l'accesso dei giovani al mondo del lavoro attraverso l'avvio di progetti formativi (stage). Al 31/12/2014 risultavano in formazione nr. 11 stagisti (di cui nr. 6 donne e nr. 5 uomini).
- Nel 2014 il numero degli addetti ai call center si attesta a 65 unità, pari all'8,0% dell'organico totale e al 11,9% del livello impiego.

Prosegue la tendenza all'aumento dei dipendenti del Gruppo Bancario in possesso di titoli di studio a livello universitario e post-universitario (50,9% nel 2014 vs 50,7% nel 2013).

ORGANICO FEMMINILE PER TIPO DI CONTRATTO										
	Full-time TI		Full-time TD		Part-time TI		Part-time TD		Totale	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
	335	331	7	7	66	66	0	5	408	409
Incidenza %	82,1	81	1,7	1,7	16,2	16,1	0,0	1,2	100	100

- Il 98,3% dell'organico femminile del Gruppo è assunto a tempo indeterminato (97,1% nel 2013).
- Le dipendenti part-time sono 66, pari al 16,2% del totale donne (17,3% nel 2013).

RETRIBUZIONE DONNE/UOMINI						
	Dirigenti		Quadri		Impiegati	
	retribuzione complessiva*	retribuzione base**	retribuzione complessiva*	retribuzione base**	retribuzione complessiva*	retribuzione base**
Italia	0,83	0,81	0,82	0,92	0,94	0,98
Lussemburgo	1,40	1,30	1,50	1,32	0,87	0,93

* 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 ANZIANITA' 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 2014, 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.

In Italia si è avuta, rispetto alla 2013, una diminuzione della differenza retributiva fra i due sessi.

Nei dirigenti la retribuzione complessiva delle donne resta inferiore rispetto a quella degli uomini perché sono più numerosi gli uomini con un ruolo di responsabilità strategica; ciò 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.

Negli impiegati la presenza di contratti part-time (quasi totalmente 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. Il divario fra la retribuzione complessiva delle donne con quella degli uomini è riconducibile a fattori di trascinarsi del part-time, quali i buoni pasto ed il lavoro straordinario.

In Lussemburgo, per la categoria dei dirigenti e dei quadri, il rapporto è differente a quello italiano, in considerazione della forte componente di personale di sesso femminile che riveste ruoli di responsabilità strategica.

ORGANICO PER FASCIA D'ETÀ										
	Fino a 34		35-44		45-54		Oltre 54		Totale	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
	133	150	410	396	206	204	68	59	817	809
Incidenza %	16,3	18,5	50,2	48,9	25,2	25,2	8,3	7,3	100	100

In relazione alla fascia d'età, la fascia più numerosa continua ad essere quella dei lavoratori aventi un'età compresa fra i 35 e i 44 anni (50,2%, vs 48,9% nel 2013).

Complessivamente, il 66,5% del personale ha meno di 45 anni, con un'età media di 42,1 anni. Analogamente all'anno scorso, la fascia meno numerosa è quella relativa ai dipendenti di età superiore a 54 anni (8,3%) in crescita rispetto l'esercizio precedente (7,3% nel 2013).

ORGANICO FEMMINILE PER FASCIA D'ETÀ										
	Fino a 34		35-44		45-54		Oltre 54		Totale	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
	50	64	234	231	104	97	20	17	408	409
Incidenza %	12,3	15,6	57,4	56,5	25,5	23,7	4,8	4,2	100	100

La distribuzione delle donne per fascia d'età ricalca sostanzialmente quella dell'organico complessivo. La fascia più numerosa, infatti, è quella delle donne aventi un'età compresa fra 35 e 44 anni, nella quale si colloca più della metà della popolazione femminile (57,4%). Complessivamente, il 69,7% delle donne ha meno di 45 anni. Le donne con un'età superiore ai 54 anni rappresentano il 4,8% della popolazione femminile in crescita rispetto l'anno precedente (4,2%).

TURNOVER					
	PERSONALE AL 31/12/2013	VARIAZIONE	2014 CESSAZIONI	2014 ASSUNZIONI	PERSONALE AL 31/12/2014
	809	8	93	101	817
di cui donne	409	-1	33	32	408

I dati di turnover includono oltre alle assunzioni e alle cessazioni dei contratti a termine (comprese le sostituzioni per maternità), i trasferimenti da e verso le altre società del Gruppo Generali, l'operazione di acquisizione del ramo d'azienda di Credit Suisse e l'operazione di scissione di ramo d'azienda da BG FML.

Nel turnover del Gruppo Banca Generali il 35,5% delle cessazioni e il 31,7% delle assunzioni hanno riguardato personale femminile.

Nel 2014 il tasso di turnover complessivo, calcolato come $(\text{assunzioni} + \text{cessazioni}) / [(\text{organico a inizio anno} + \text{organico a fine anno}) / 2]$, è pari a 0,24 (0,22 nell'anno precedente).

Nel 2014 il turnover riferibile al Lussemburgo ha riguardato: il 3% delle assunzioni e il 9,7% delle cessazioni anche a seguito dell'operazione di scissione di ramo d'azienda da BG FML.

Nel 2014 le cessazioni avvenute nello stesso anno dell'assunzione riguardano nr. 40 lavoratori (di cui 11 donne). Si tratta prevalentemente di impiegati con contratto a tempo determinato di breve periodo.

I dati di turnover non includono nr. 11 trasformazioni di contratti a tempo indeterminato avvenute nell'esercizio.

Numero di cessazioni per fascia d'età e sesso

	fino a 34 anni	da 35 a 54 anni	oltre 54 anni	totale
	61	26	6	93
di cui donne	20	10	3	33

- 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 66,7% e si riferisce principalmente a uscite per scadenza del contratto di giovani di età inferiore ai 35 anni (in calo rispetto l'anno precedente pari al 71,6%).
- Le cessazioni di personale con contratto a tempo indeterminato incidono per il 33,3% sul totale in aumento rispetto all'esercizio precedente (28,4%) anche a seguito dell'operazione di scissione del ramo d'azienda da BG FML.
- Il tasso di turnover negativo, calcolato come $\text{numero totale di cessazioni nel 2014} / (\text{organico complessivo a inizio anno} \times 100)$, è pari all'11,5%, in aumento rispetto l'esercizio precedente (9,4%) anche per effetto dell'operazione di scissione del ramo d'azienda da BG FML.
- Il 62,4% delle cessazioni ha riguardato la già citata scadenza dei contratti a termine, il 7,5% è riconducibile a passaggi ad altre società del Gruppo, il 6,5% ha riguardato l'uscita di risorse per effetto della scissione del ramo d'azienda da BG FML, il 5,4% ha riguardato il passaggio di personale di vendita nella rete dei Financial Planner e dei Private Banker ed il restante 18,2% è dovuto a dimissioni e ad altre causali residuali.
- L'incidenza delle uscite decresce all'aumentare dell'età: si passa dal 65,6% dei collaboratori under 35 anni, che risente in particolare delle cessazioni dei contratti a tempo determinato, oltre che della naturale maggior propensione al cambiamento dell'impiego dei più giovani, al 6,5% degli over 54 anni.

Numero di assunzioni per fascia d'età e sesso

	fino a 34 anni	da 35 a 54 anni	oltre 54 anni	totale
	75	25	1	101
di cui donne	19	13	0	32

- 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 68,3% e si riferisce principalmente a giovani di età inferiore ai 35 anni in aumento rispetto l'esercizio precedente (63,3%).
- Le assunzioni di personale con contratto a tempo indeterminato incidono per il 31,7% sul totale, in calo rispetto l'esercizio precedente (36,7%).
- Il tasso di turnover positivo, che include il personale entrato con l'acquisizione del ramo d'azienda di Credit Suisse, calcolato come numero totale di assunzioni sull'organico complessivo a inizio anno x 100, è pari al 12,5% ed è in linea con l'esercizio precedente.
- Il 31,7% delle assunzioni ha riguardato donne. Di queste, il 59,4 % ha un'età inferiore a 35 anni.

ORGANICO PER ANZIANITÀ DI SERVIZIO								
	< 10 anni		> 10 anni		totale		anzianità media di servizio	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Totale	508	529	309	280	817	809	9	8
Incidenza %	62,2	65,4	37,8	34,6	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 ad operare dalla fine del 1997. La percentuale risulta in riduzione rispetto l'esercizio passato anche a seguito del passaggio 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. Il documento corrispondente 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 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.

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, 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.

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

Il processo di selezione, sia per profili junior che senior, prevede un assessment center con valutatori certificati, 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; una 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, anche in collaborazione con le altre società del Gruppo Generali, 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 benefits 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 formazione (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 trattenere 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 prevista da CCNL più 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 ed il top management del Gruppo Bancario gli strumenti attualmente in uso sono l'assegnazione di Balanced Scorecard per la remunerazione variabile a breve termine, ed il Long Term Incentive Plan per quella a lungo termine.

Per maggiori e più approfondite informazioni sulle politiche retributive del personale si rimanda anche 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 2014 pubblicato a seguito dell'Assemblea degli Azionisti dell'aprile 2015.

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 ed è tutt'ora applicato "de facto" sino al prossimo rinnovo, la cui trattativa dovrebbe iniziare entro il 2015. 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 dall'1 gennaio 2010 di un contributo a carico del datore di lavoro pari al 4,1% 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 ad integrale carico azienda, è prevista una polizza infortuni in attività lavorative;
- agevolazioni su prodotti di erogazione: come è prassi nel settore del credito, sono previste condizioni agevolate per finanziare l'acquisto della prima casa, considerato bene di primaria importanza a livello sociale. In aggiunta, il dipendente ha la possibilità di richiedere finanziamenti agevolati per l'acquisto di altri beni e per le necessità familiari. Per loro natura mutui casa e prestiti personali sono riservati ai dipendenti a tempo indeterminato;
- premio di risultato: è un istituto comune alla generalità dei settori produttivi aziendali e mira a ridistribuire – sulla base di indicatori di bilancio – parte dei risultati economici aziendali. A oggi tale istituto risulta legato a due parametri: redditività (risultato operativo) ed efficienza (cost income ratio). 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. In data 4 Giugno 2015 è stata raggiunta l'intesa sindacale per l'erogazione del premio aziendale relativo all'esercizio 2014;
- agevolazioni sui prodotti di risparmio gestito ed assicurativo: sono previste agevolazioni sulla sottoscrizione dei prodotti di risparmio gestito ed assicurativo che consistono nella riduzione o nell'abbattimento delle commissioni di sottoscrizione o di gestione o sui premi normalmente previsti.

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

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, dà 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 condivisione del momento di festa natalizio con le persone che vivono momenti di difficoltà si è concretizzata quest'anno con la raccolta di cibo e beni di prima necessità che sono stati poi consegnati all'Associazione Banco Alimentare.

In occasione dell'incontro di fine anno tra il vertice aziendale ed 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 ed 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 una squadra, composta sia da dipendenti che da Promotori Finanziari.

Processi di valutazione delle risorse umane

In attuazione delle disposizioni in merito previste dal CCNL Credito, i responsabili esprimono annualmente - entro il 30 aprile dell'anno successivo - 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" (ad 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 Spa 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 l'ulteriore approfondimento dei dati forniti in via generale per tutta la Banca. Il prossimo rapporto biennale riguarderà gli anni 2014-2015 e sarà inviato alle Consigliere di Parità entro il 30 aprile 2016.

Nel 2014 il numero delle donne dirigenti e quadri direttivi rappresenta il 32,2% del totale delle due categorie, in crescita rispetto all'anno precedente (31,9%). Tale incremento è dovuto all'effetto combinato di piani di sviluppo personali, all'assunzione di profili specializzati che hanno inciso positivamente su questo indice, nonostante la scelta 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 (99%) 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 stata attiva nel corso del 2014 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 2014 i disabili in forza nel Gruppo Bancario erano 44, di cui 25 donne (pari al 56,8% del totale disabili). Tale categoria ha registrato un incremento di nr. 3 risorse rispetto l'anno scorso. Nei primi mesi del 2015 si è già avuto un incremento di risorse facente parte di 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.

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

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 generale, in azienda c'è un'accentuata sensibilità verso le richieste di part-time/riduzione di orario/flessibilità per gravi motivi personali e familiari. Tali previsioni sono state ribadite in occasione del rinnovo del contratto integrativo del Gruppo Banca Generali e sono tutt'ora applicate "de facto" sino al prossimo rinnovo del contratto integrativo.

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. Parimenti anche nella fase di "scarico", la banca ore viene minutizzata.

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

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

Con riferimento al congedo 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 2014 nr. 75 dipendenti, (di cui nr. 74 in Italia e nr. 1 in Lussemburgo), hanno usufruito di congedi parentali, di cui nr. 69 donne (di cui nr. 1 in Lussemburgo) e nr. 6 uomini (in aumento rispetto i 4 dell'esercizio precedente).

Delle 75 persone che nel corso del 2014 hanno usufruito di congedi parentali, al 31/12/2014:

- nr. 58 persone (di cui 52 donne e nr. 6 uomini), terminato il loro congedo sono regolarmente rientrati in forza;
- nr. 17 persone (tutte donne), stanno ancora usufruendo di congedi parentali.

La totalità dei dipendenti, che è rientrata in forza dopo un congedo parentale, ad eccezione di una, risulta ancora in forza dopo nr. 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 2014 il tasso di assenteismo è stato pari al 1,99% (1,87% nel 2013) in crescita rispetto l'esercizio precedente, principalmente per causali legate ad esigenze di conciliazione della vita lavorativa con quella familiare. Il tasso è così ripartito:

- 0,39% (0,15% nel 2013) 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);
- 1,56% per malattia (1,68% nel 2013) e 0,04% per infortunio (invariato rispetto al 2013).

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 Processi HR, Prevenzione Rischi e Sicurezza sul lavoro di Generali Business Solutions, per le attività/processi specificamente attribuiti in virtù del contratto di appalto per la fornitura di servizi sottoscritto tra le Società, 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 dare piena attuazione alle norme previste 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 2014 è proseguita la formazione in aula specifica per i preposti individuati nel Gruppo Bancario.

Nelle 2 sedi direzionali di Milano ed 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, Torino, e Bergamo, è presente la Squadra di Emergenza, i cui addetti sono formati secondo le previsioni normative.

Tutte le sedi sia direzionali che succursali/filiali sono dotate di cassette o di pacchetti di medicazione ed 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; vengono attuate le eventuali segnalazioni di azioni di miglioramento.

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 2014 tutti i dipendenti che operano nelle succursali e i colleghi che gestiscono la cassa nelle filiali/centri private hanno ricevuto il volume ABI "Antirapina - guida alla sicurezza per gli operatori di sportello" (Edizione 2014); 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-Cash 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 anticrimine 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 anti malore" collegato ad una centrale di sorveglianza e di Pronto Intervento, con la 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 2014, 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 la visita medica, lo screening visivo e la valutazione funzionale del rachide in applicazione del protocollo sanitario per gruppo omogeneo di rischio (impiegato videoterminalista, addetto contact center, addetto alle attività di sportello). Sono state complessivamente effettuate 249 visite mediche (tra preventive e periodiche) a dipendenti e collaboratori del Gruppo Bancario. I risultati derivanti da tali visite evidenziano una marcata 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 (p.es. sedia ergonomica con schienale alto, pedana poggiapiedi, ecc.) lo stesso viene prontamente richiesto alle strutture competenti ed entro breve fornito alla risorsa che ne necessita.

Nel corso del 2014, in attuazione alle misure di prevenzione e protezione individuate per la concessione in utilizzo

delle auto aziendali di cui è dotata l'azienda, è stato applicato un nuovo Protocollo di sorveglianza sanitaria finalizzato alla verifica dello stato di alcol dipendenza, che prevede l'esecuzione, con periodicità annuale di specifici accertamenti in linea con le previsioni, di cui all'art. 41 comma 4 del D.Lgs.81/2008 per i colleghi che volontariamente aderiscono al protocollo.

Anche nel 2014 l'azienda ha messo gratuitamente a disposizione dei dipendenti che volontariamente hanno aderito, la possibilità di effettuare - nel periodo invernale previsto dal Ministero della Salute - la profilassi antinfluenzale. Oltre alle usuali piazze di Milano e Trieste, è stato possibile offrire il servizio anche ai dipendenti delle sedi di Genova e di Torino. Nel corso del 2014 è stato attuato anche un programma di screening senologico per le colleghe della piazza di Roma e di Milano coinvolgendo un totale di 98 dipendenti donne; il programma continuerà nel 2015 per offrire la medesima possibilità alle colleghe di altre piazze.

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 63 colleghi (per un totale di 240 ore) ed il corso specifico "Formazione Sicurezza – Dirigenti" a 5 dirigenti (80 ore erogate). Dall'Accordo Stato Regioni sul tema della formazione sulla Sicurezza deriva anche la necessità di erogare formazione integrata e pertanto oltre all'e-learning 50 persone hanno ricevuto formazione in aula per un totale di 196 ore nel corso "Sicurezza – Formazione specifica dei lavoratori".

La formazione in aula inoltre, si è articolata in corsi per gli addetti al primo soccorso (60 ore), per preposti alla sicurezza (232 ore), oltre al riaddestramento addetti alle squadre di emergenza che comprende anche l'utilizzo dei defibrillatori (272 ore), ed ai corsi e seminari specifici per RLS (40 ore) per un totale di 122 persone coinvolte nei percorsi sopraindicati.

Inoltre per 22 addetti alle Squadre di emergenza delle sedi direzionali sono stati svolti programmi di addestramento sull'utilizzo delle sedie di evacuazione (44 ore).

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

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

Il costo complessivo sostenuto dal Gruppo Bancario nel 2014 per la tutela della salute e sicurezza dei lavoratori, comprendendo in questa voce i costi per la sorveglianza sanitaria (visite preventive e periodiche, sopralluoghi, programma di screening e attività del Servizio Prevenzione Rischi), ammonta a circa 70.000 Euro (escludendo i costi della formazione interamente erogata nel 2014 da Learning & Development). Nel 2014 si sono verificati in tutto 4 infortuni (tutti in itinere), nessuno dei quali ha causato morte, invalidità gravi o permanenti o malattie professionali ai lavoratori coinvolti.

Gli infortuni verificatisi nel 2014, tutti avvenuti in Italia, hanno riguardato 3 donne e 1 uomo.

Nel 2014 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% (invariato rispetto al 2013), mentre quello relativo ai soli infortuni sul posto di lavoro (esclusi, quindi, gli incidenti in itinere) è pari allo 0,00% nel 2014 (anch'esso invariato rispetto al 2013).

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 2014 il tasso di sindacalizzazione (percentuale dipendenti iscritti a sigle sindacali rispetto ai dipendenti totali perimetro Italia) era pari a circa il 36,16%. Al 96% dei dipendenti si applica la legislazione sociale e nazionale e le previsioni del CCNL Credito ovvero del CCNL Dirigenti Credito. L'unica eccezione riguarda i dipendenti di BG 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. In tale logica si evidenzia che il 9 ottobre 2014 è stato raggiunto l'accordo sindacale con cui è stata positivamente conclusa la procedura di legge e contrattuale relativa all'acquisizione del ramo d'azienda di Credit Suisse.

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 che, in particolare, prevedono come le ricadute sulle risorse debbano essere il più possibile evitate e/o limitate mediante l'adozione, ad es., di distacchi, mobilità interna tra mansioni equivalenti, blocco del turnover, esodi incentivati.

Come già anticipato, il contratto integrativo per i dipendenti (impiegati e quadri) 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 ed è tuttora applicato in via di fatto. 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 alle altre materie tipiche della prassi di settore ovvero riconducibili alle regole - laddove applicabili - previste dalla Capogruppo Assicurazioni Generali. Come già ricordato precedentemente, in data 4 giugno 2015 è stato siglato l'accordo sindacale relativo al premio aziendale riguardante l'esercizio 2014. Mediante il rinnovo sono stati mantenuti ai dipendenti i trattamenti particolarmente rilevanti, anche sul piano sociale, 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 2014 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 2014 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. 6 posizioni di dipendenti di Banca Generali S.p.A. risultanti a contenzioso nel 2014, la maggioranza delle quali è peraltro riferita a rapporti di lavoro già chiusi, n. 3 riguardano posizioni dirigenziali, mentre n. 3 riguardano posizioni relative a quadri o impiegati. Le tipologie di controversie pendenti in contenzioso sono riconducibili a motivazioni di varia natura ad esempio: a pretese concernenti l'apposizione del termine per contratti a tempo determinato, oppure alle modalità di cessazione del rapporto di lavoro, oppure a profili di gestione del rapporto di lavoro.

In particolare, n. 4 su 6 posizioni sono state attivate ad iniziativa del dipendente e la Società, dovendo resistere ai ricorsi giudiziali, ha sempre valutato l'opportunità di una soluzione conciliativa delle controversie a fronte, tuttavia, di una coerente e fondata difesa delle ragioni aziendali.

L'entità dell'importo richiesto dalle controparti è pari complessivamente a 1,7 milioni di euro, di cui 800 migliaia di euro riferiti ad una sola posizione.

6. LA FORMAZIONE

Nel corso del 2014 la banca ha erogato quasi 14.000 ore di formazione coinvolgendo, grazie anche ai corsi di Formazione a Distanza (FAD) il 95% della popolazione aziendale.

NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE PER LIVELLO DI LAVORATORI		
	2014	2013
DIRIGENTI	27	32
QUADRI DIRETTIVI	25	27
IMPIEGATI	17	23

NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE PER GENERE		
	2014	2013
FEMMINE	16	20
MASCHI	23	30

	2014	2013
SPESA MEDIA ANNUA PER COLLABORATORE	694	672
ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER COLLABORATORE	19	20
COSTO MEDIO ORARIO DELLA FORMAZIONE (EURO)	43	52

La formazione in questi ultimi anni ha sostenuto lo sforzo verso l'eccellenza espresso dalla banca ed ha accompagnato la diffusione dei nuovi obiettivi strategici attraverso percorsi di qualità rivolti in particolar modo alle persone che ricoprono posizioni chiave.

Per questo motivo, a fianco dei corsi di tipo tecnico e specialistico, hanno assunto un rilievo sempre maggiore percorsi di tipo manageriale e di sviluppo delle soft skill. Questi percorsi sempre progettati all'interno della banca, sono a volte erogati direttamente, a volte con l'ausilio della struttura di Learning & Development del Gruppo Generali o, infine, attraverso primarie società di consulenza esterne. Gli interventi di alta formazione sono svolti presso prestigiose realtà accademiche.

Negli ultimi anni è aumentata in modo significativo l'incidenza del business coaching tra le modalità di formazione, in considerazione della sua efficacia. Hanno partecipato a questo tipo di programmi i livelli manageriali, in particolare il top management, coinvolto in un sofisticato e innovativo progetto.

Sempre a supporto del livello manageriale sono proseguiti i corsi "Gestire e sviluppare le risorse in un ambiente motivante" ai quali hanno partecipato quasi tutti i responsabili di persone della banca. La diffusione a tutti i livelli di people management dei principali concetti di gestione delle persone ha permesso di uniformare la cultura su questo delicato tema, ponendo le basi di una community per lo scambio di esperienze.

Proprio dalla community ha preso il via un innovativo programma "Le Officine di Crescita Manageriale", a metà strada tra la formazione ed il team coaching, che ha permesso di approfondire alcune tematiche della gestione dei collaboratori.

Nel 2014 ha preso avvio un altro progetto di avanguardia, riguardante la leadership personale e la work/life balance, che ha come partecipanti di elezione le donne in posizione manageriale.

La Libera Università Carlo Cattaneo (LIUC) di Castellanza è stata partner in un articolato percorso formativo dedicato alle persone di potenziale e strutturato in diversi moduli dedicati ai temi dell'innovazione; il successo dell'esperienza, conclusasi ad aprile, ha suggerito di riproporre il progetto anche per il 2015.

Ad alcune risorse selezionate sono stati offerti percorsi di Alta Formazione e/o master post laurea con l'Università Cà Foscari di Venezia, l'Università Cattolica di Milano e la Fondazione ISTUD.

Sono proseguiti, con una grande partecipazione volontaria, i workshop dedicati alla capillare diffusione delle linee guida strategiche che sosterranno la banca nei prossimi anni attraverso il "nuovo modello di servizio". Obiettivo degli

incontri è quello di allineare tutte le persone, anche ai livelli più operativi, sulla Visione che sostiene lo sviluppo della banca.

Si è rafforzato il presidio sulla formazione linguistica anche in considerazione della maggiore collaborazione internazionale all'interno del Gruppo Generali.

Approfondimenti professionali specialistici e corsi di alta formazione per le diverse aree di competenza sono garantiti da corsi interni tenuti da professori universitari o dalla partecipazione a corsi esterni.

Anche la formazione sulla normativa obbligatoria è costantemente erogata in funzione della particolare sensibilità che la banca pone al tema e comunque sempre secondo le indicazioni di legge. Un affondo, a questo proposito, merita la normativa Antiriciclaggio. Nel corso del 2014 è stato erogato a tutta la popolazione aziendale un nuovo corso e-learning strutturato su due livelli, in relazione al grado di esposizione al rischio. Inoltre, per i soggetti a maggiore contatto con la clientela, sono state organizzate aule di approfondimento. Sempre in un'ottica di contrasto al riciclaggio, è stato proposto un corso in e-learning sulla gestione del contante ai dipendenti delle succursali.

Nell'attuazione del Business Continuity Plan della banca sono state organizzate diverse sessioni di aggiornamento che hanno coinvolto tutte le persone che in caso di emergenza ricoprono posizioni chiave nell'assicurare la continuità del servizio alla clientela.

Tutti gli ulteriori 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 ed il dialogo tra l'azienda ed 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 "Generali Italia HUB", che raccolgono e diffondono la strategia aziendale, le notizie su eventi e progetti e le notizie sulle variazioni organizzative sia a livello di Gruppo che di 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 ed uno a Trieste) che si svolgono annualmente. Sono importanti occasioni nelle quali l'Amministratore Delegato traccia un bilancio ed illustra la strategia ed i principali progetti che caratterizzeranno l'anno a venire. Normalmente ogni anno viene invitato come ospite uno tra i testimonial che accompagnano la banca nelle diverse attività di promozione sociale svolte sul territorio. Questo porta a tutti dipendenti l'eco dell'impegno che la banca pone verso tutti i suoi stakeholder.

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 dal 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.

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. I principi guida della comunicazione con gli investitori sono rappresentati dalla trasparenza e tempestività delle comunicazioni. Grande attenzione è inoltre rivolta ad evidenziare le caratteristiche distintive della gestione della Banca e in particolare la capacità di generare risultati sostenibili nel tempo e l'adeguata e costante remunerazione degli azionisti.

2. L'AZIONARIATO

Il capitale sociale di Banca Generali al 31 dicembre 2014 risultava costituito da 115.746.023 azioni ordinarie del valore unitario di un euro. Nel corso dell'anno, il numero di azioni emesse è leggermente aumentato a seguito del 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 2014 risultavano in essere 1.206.187 stock options (1,0% delle azioni in circolazione alla data), di cui 422.343 già esercitabili, mentre le restanti attivabili nel triennio 2015-2017 secondo i limiti previsti alla data di emissione dei piani stessi.

TABELLA 1: CAPITALE SOCIALE DELIBERATO AL 31.12.2014

	2011	2012	2013	2014
Numero azioni emesse	111.693.843	112.937.722	114.895.247	115.746.023
N. azioni in circolazione a fine anno*	111.663.772	112.927.651	114.885.176	115.735.952
Azioni proprie	30.071	10.071	10.071	10.071

*al netto delle azioni proprie

Il gruppo Generali risultava l'azionista di controllo con una partecipazione del 51,0%. Tra gli azionisti rilevanti segnaliamo anche Threadneedle asset management con una partecipazione del 2,175%. La presenza di investitori istituzionali sul totale del flottante è stimata nell'intorno dell'80% (dal 73% dell'esercizio precedente).

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

LA QUOTAZIONE ORDINARIA

La dinamica delle azioni di Banca Generali si inseriscono in un quadro di elevata volatilità che ha caratterizzato il mercato azionario italiano nel 2014. L'indice di riferimento italiano, il FTSE MIB, dopo una performance in netto rialzo nella prima parte dell'anno, ha ripiegato nel secondo semestre chiudendo in sostanziale stabilità (+0,2%). L'indice delle società di Media Capitalizzazione (FTSE MID CAP) ha chiuso in flessione del 3,9%.

TABELLA 2 : ANDAMENTO DEI PRINCIPALI INDICI DI BORSA
(var.%, a/a)

	2011	2012	2013	2014
Banca Generali	-20.6%	79.3%	74.4%	2.4%
FTSE MIB	-25.2%	7.8%	16.6%	0.2%
FTSE Italia Mid Cap	-26.6%	-0.4%	48.8%	-3.9%
FTSE Italia Banks (All Shr)	-45.1%	-0.02%	33.1%	6.8%
DJ EuroStoxx 600	-11.3%	14.4%	17.4%	4.4%
DJ EuroStoxx 600 Banks	-37.6%	12.0%	25.9%	-4.9%
MSCI World	-4.7%	11.2%	18.8%	17.3%
S&P 500 (USA)	3.1%	11.4%	24.0%	26.9%
DAX 50 (Germania)	-14.7%	29.1%	25.5%	2.7%
CAC 40 (Francia)	-17.0%	15.2%	18.0%	-0.5%
CSI 300 (Cina)	-19.1%	6.7%	-9.0%	68.5%
IBOV (Brasile)	-25.3%	-4.1%	-29.9%	-1.8%

Nota: variazioni espresse in euro

In questo contesto, le azioni Banca Generali hanno evidenziato una performance positiva, che risulta tanto più di apprezzabile dato il forte rialzo delle quotazioni del titolo messa a segno nel biennio precedente 2012/2013.

La azioni Banca Generali, pari a 22,76 euro in avvio d'anno, hanno raggiunto i massimi dell'anno a 25,11 euro per poi chiudere a €23,05 con un movimento condizionato dalla flessione dell'intero listino nella seconda parte dell'anno. Il rialzo complessivo dei corsi è stato pari al 2,4%, un valore che sale al 7,14% tenendo conto anche dei dividendi distribuiti (Total Return Ratio).

Come già accennato, si ricorda che nel biennio precedente 2012-13 le azioni Banca Generali avevano già messo a segno un rialzo del 213% nel periodo, uno dei migliori risultati tra i titoli finanziari italiani ed internazionali. Considerando anche il contributo del dividendo distribuito (Total Return Ratio), il rendimento per gli azionisti nel biennio 2012-13 sale al 253% (fonte Bloomberg).

TABELLA 3: RIEPILOGO QUOTAZIONI DEL TITOLO BANCA GENERALI

	2011	2012	2013	2014
massimo	11.560	13.000	22.510	25.110
minimo	6.265	6.540	12.920	18.580
medio	8.798	9.640	16.940	21.810
fine periodo	7.200	12.910	22.510	23.050
Capitalizzazione (€ m)	804	1.458	2.586	2.668

Nota: Le azioni Banca Generali sono quotate alle 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 a fine 2014 ha raggiunto i 2,7 miliardi di euro, attestandosi al nono posto tra le principali banche quotate italiane.

Si ricorda inoltre che dall'IPO del titolo, il 15 novembre 2006, le azioni Banca Generali hanno infatti messo a segno un apprezzamento medio annuo composto del 14,1% che sale al 18,9% includendo il dividendo corrisposto agli azionisti (Total Return).

LA REMUNERAZIONE DEGLI AZIONISTI: I DIVIDENDI DISTRIBUITI

L'Assemblea degli Azionisti ha approvato la distribuzione di un dividendo di 98 centesimi per azione (95 centesimi nell'esercizio precedente) equivalente ad un monte dividendi di 113,4 milioni di euro.

Sulla base del prezzo di chiusura dell'anno, il rendimento dell'azione (Dividend yield) si è attestato al 4,3%, sostanzialmente in linea con la media aritmetica calcolata dall'IPO e pari al 4,5%.

TABELLA 4 : DIVIDENDI EROGATI

	2011	2012	2013	2014
Dividendi erogati (€m)	61.4	102.5	109.6	113.4
Pay-out Ratio ⁽¹⁾	84%	79%	79%	70%
Dividendo unitario per azione (€)	0.55	0.90	0.95	0.98
Dividend Yield ⁽²⁾	7.6%	7.0%	4.2%	4.3%
Dividend Yield ⁽³⁾	6.3%	9.3%	5.6%	4.5%

fonte: dati societari, Bloomberg

⁽¹⁾ dividendi erogati/utile d'esercizio

⁽²⁾ dividendo unitario/prezzo di chiusura dell'esercizio

⁽³⁾ dividendo unitario/prezzo medio

4. L'ATTIVITÀ DI INVESTOR RELATIONS

Nel corso del 2014 si è registrato un significativo incremento dell'interesse da parte della comunità finanziaria in Italia e all'estero nei confronti della Banca e del settore del risparmio gestito italiano nel suo complesso. La rapida discesa dei rendimenti dei titoli obbligazionari ha portato ad una notevole crescita della domanda di consulenza finanziaria specializzata da parte dei risparmiatori Italiani che si è riflesso in un notevole impulso alla crescita del settore.

Nello specifico è raddoppiato il numero di conference di settore a cui la Banca ha partecipato rappresentata dal top management e dal servizio di Investor Relations. Particolarmente elevato anche il numero di investitori incontrati in occasione dei roadshow promossi presso le principali piazze internazionali e presso la propria sede. Complessivamente il numero di investitori incontrati ha superato le 300 unità, con un incremento del 50% rispetto all'anno precedente.

Da segnalare inoltre la costante azione di confronto e approfondimento con gli analisti sell-side di primarie case di brokers italiani ed internazionali. Così come nell'anno precedente, le raccomandazioni degli analisti sell-side a fine 2014 vedevano confermata una netta prevalenza delle raccomandazioni positive (buy/outperform) pari al 67% del coperture totali, nessuna raccomandazione negativa e il restante 37% costituito da raccomandazioni di carattere neutrale (hold/neutral).

Fornitori

1. POLITICHE D'ACQUISTO

Il Gruppo Banca Generali nel corso del 2014 ha intrattenuto rapporti con 1.424 fornitori per un fatturato di 92 milioni di euro. L'attività di razionalizzazione dei fornitori ha ridotto il numero di quelli attivi rispetto al 2013 di circa 245 unità mentre la spesa complessiva ha registrato un incremento di circa il 15%.

Numero fornitori		Spesa per fornitori (*)	
2014	2013	2014	2013
1.424	1.669	91.804	80.096

(*) spesa in migliaia di euro

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 grande attenzione affinché i fornitori si conformino ai principi contenuti nel codice etico a cui la Banca convintamente aderisce e promuove.

Le regole di comportamento nei rapporti con i fornitori sono contenute nel codice interno di comportamento approvato nel 2013. Il Gruppo Banca Generali ha posto in essere coperture assicurative con idonee clausole contrattuali a copertura per danni causati da fornitori di infrastrutture e servizi.

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 2014 per fornitori nazionali è stata pari a 83,5 milioni di euro (90,90% del totale), mentre la spesa per fornitori esteri si è limitata a 8,3 milioni di euro (9,10% 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.

Ripartizione dei fornitori		
per area geografica		
Regione	2014	2013
Abruzzo	7	10
Basilicata	0	0
Calabria	10	10
Campania	41	41
Emilia Romagna	101	129
Friuli Venezia Giulia	75	110
Lazio	108	133
Liguria	46	61
Lombardia	535	620
Marche	17	20
Molise	0	0
Piemonte	105	119
Puglia	28	42
Sardegna	5	5
Sicilia	21	26
Toscana	78	74
Trentino Alto Adige	13	17
Umbria	11	10
Valle d'Aosta	5	10
Veneto	98	108
Totale Italia	1.304	1.545
Totale estero	120	124
Totale	1.424	1.669

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.

Comunità

1. RAPPORTI CON LA COMUNITÀ

La cultura aziendale di Banca Generali si fonda sullo sviluppo di politiche a sostegno delle comunità con cui interagisce e l'investimento sulla loro crescita, valori che si evincono dalle attività di sponsorizzazione, donazioni, eventi e collaborazioni con enti ed associazioni. L'impegno istituzionale della Banca si affianca, e rafforza, quello della Rete di consulenti così da promuovere un'azione omogenea e capillare su tutto il territorio.

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

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

- area sociale: comprende le iniziative volte alla valorizzazione della comunità ed 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 professionistico 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.

Nel 2014 Banca Generali ha intensificato i rapporti con alcune Onlus, grazie alla solidarietà dei dipendenti e della Rete, che hanno dedicato impegno e risorse per raccogliere fondi e per supportare le associazioni nella realizzazione di progetti di beneficenza.

La Banca ha riconfermato il suo impegno verso la Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori – LILT e, in un'ottica di continuità con le attività degli scorsi anni, ha nuovamente contribuito alla realizzazione di un concerto presso il teatro "La Scala" di Milano. L'evento ha avuto come scopo una raccolta fondi per sostenere la continuità dei servizi del Settore Assistenza Adulti e Bambini.

Inoltre, Banca Generali ha rinnovato il pluriennale supporto ad AISM – Associazione Italiana Sclerosi Multipla - grazie alla vendita di confezioni di miele lucano il cui ricavato è stato interamente devoluto alla fondazione. I corner di vendita, approntati nel periodo natalizio nelle proprie sedi, sono stati gestiti, con un'attività di volontariato aziendale che ha visto coinvolti anche i dipendenti.

Infine, la Banca ha partecipato al "Torneo Milano Solidale 2015" organizzato dall'Associazione CAF che attraverso la sua attività aiuta moltissimi minori, vittime di gravi maltrattamenti e abusi. Inoltre ha sponsorizzato l'evento "Adriano Panatta Tennis Invitational", durante il quale è stata devoluta una somma a favore dell'ospedale pediatrico Bambino Gesù di Roma.

Anche nel 2014 l'istituto si è distinto per il sostegno alle iniziative sportive.

La manifestazione "Banca Generali Un Campione per Amico", per il quinto anno si è posta come obiettivo la promozione dei valori positivi legati al mondo dello sport. Il tour itinerante nei mesi di aprile e maggio ha coinvolto oltre 8mila bambini senza alcuna distinzione di abilità in una giornata di gioco e divertimento al fianco dei quattro grandi campioni dello sport italiano. L'evento si è fatto portavoce di valori come rispetto, disciplina, correttezza ed integrazione.

Nel 2014 inoltre è nata la partnership con il FAI – Fondo Ambiente Italiano - e la banca ha concretizzato il proprio impegno sponsorizzando "Le Giornate di Primavera".

La manifestazione, che ha coinvolto oltre 600.000 visitatori, si è tenuta in oltre 700 comuni italiani, con l'obiettivo di aprire e far conoscere beni artistici ed ambientali altrimenti inaccessibili o chiusi al pubblico.

L'impegno culturale è proseguito poi rafforzando il rapporto con il mondo dell'arte, attraverso la realizzazione della mostra "Potenza del colore" nella sede di Piazza Sant'Alessandro a Milano. La rassegna ha presentato al grande pubblico una selezione di opere dell'artista milanese Mario Arlati in un dialogo artistico con i capolavori dei grandi maestri del passato come Guido Reni, Alessandro Magnasco, Carlo Cignani, Gianbattista Crosato, Antoon van Dyck e altri in un innovativo percorso di riflessione sul colore.

Ambiente

1. POLITICA AMBIENTALE

Come enunciato nella Politica di Gruppo per l' Ambiente e il Clima, 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 sociali, ambientali e culturali 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 di Gruppo per l' Ambiente e il Clima, nel rispetto dei requisiti della norma ISO 14001 e delle linee guida indicate dal Gruppo Generali.

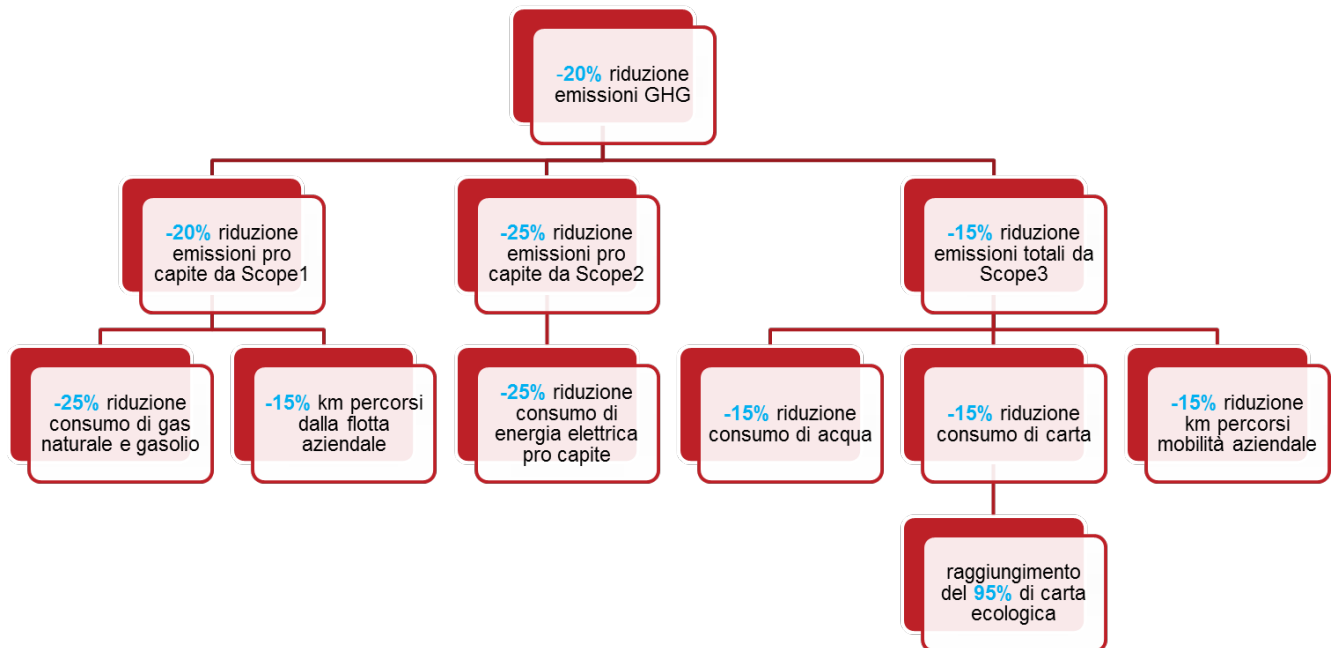
Nell'ambito del SGA è stata definita la Politica di Gruppo per l' Ambiente e il Clima che definisce gli obiettivi e gli impegni che orientano le scelte e le azioni del Gruppo allo scopo di contribuire positivamente a uno sviluppo sostenibile. Gli obiettivi individuati si riferiscono sia agli impatti 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 630 dipendenti per una copertura pari al 77% in termini di organico del Gruppo Banca Generali.

Allo scopo di attuare e mantenere attivi gli obiettivi contenuti nella Politica di Gruppo per l' Ambiente e il Clima, 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 2013-2020



-2% riduzione annuale di emissioni GHG richiesto

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

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 di Gruppo per l'Ambiente e il Clima, 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 ad 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 ad 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.

2. TUTELA DELL'AMBIENTE

Impatti ambientali diretti

Energia

Nel 2014 le Sedi del Gruppo Banca Generali incluse nel SGA hanno consumato complessivamente 13,36 Tera Joule (TJ) di energia con un aumento dello 0,03% rispetto all'anno precedente, mentre il consumo pro capite ha registrato un calo pari al 4,58%.

Nel triennio 2012-2014 la variazione del consumo di energia, espressa in Tera Joule (TJ) è stata pari a + 0,61 TJ (+4,75%) mentre a livello pro capite si è registrato un deciso calo del -9,38%.

Consumo Energia Tera Joule - Consumo pro-capite

Consumo			Variazione	Consumo pro capite			Variazione
2012	2013	2014	2014/2012	2012	2013	2014	2014/2012
12,75	13,35	13,36	4,75%	0,023	0,022	0,021	-9,38%

Il 50% dei consumi è rappresentato dal consumo diretto di energia da gas naturale, utilizzato per riscaldare gli ambienti di lavoro mentre il restante 50% 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 0,021 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

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Consumo totale di energia elettrica	kilowatt ora	1.859.543	1.808.345	2,83%	1.559.962	19,20%
Consumo di energia elettrica pro capite	kilowatt ora	2.952	3.009	-1,90%	2.862	3,12%
Consumo totale di energia elettrica da fonti rinnovabili	kilowatt ora	1.859.543	1.808.345	2,83%	1.559.962	19,20%
Consumo totale di energia elettrica da fonti non rinnovabili	kilowatt ora	-	-	0%	-	-100%

Il consumo di energia elettrica per le Sedi incluse nel SGA nel corso del 2014 ha registrato, rispetto all'anno precedente un incremento del 2,83%, dovuto principalmente all'ampliamento degli spazi ad uso ufficio per circa 1.000 mq acquisiti in locazione nell'ultimo trimestre dell'anno nel building di Milano via Bassi 6.

Di contro il consumo di energia elettrica pro capite è diminuito rispetto all'anno precedente passando da 3.009 KWh a 2.952 KWh (-1,90%).

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

Consumo Gas Naturale

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Consumo di gas naturale (metano)	metri cubi	170.828	175.456	-2,64%	182.951	-6,63%
Consumo di gas naturale pro capite	metri cubi	271,16	291,94	-7,12%	335,7	-19,22%

Per quanto riguarda il consumo di energia termica, nel 2014 presso le Sedi monitorate nel SGA, sono stati consumati 170.828 metri cubi di gas naturale. Rispetto all'anno precedente si è registrata una contrazione dei consumi di gas naturale del 2,64%. **Rispetto al 2012 invece, i valori hanno registrato una contrazione del 6,63% per oltre 12.123 metri cubi consumati in meno.** Significativa la riduzione del consumo pro capite che ha registrato nel triennio in questione una flessione pari al 19,22%.

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 Business Solution 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

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Consumo totale di carta (carta bianca+carta stampata)	quintali	401	402	-0,21%	432	-7,15%
Consumo di carta bianca	quintali	379	368	2,90%	347	9,04%
Consumo di carta bianca ecologica ECF/TCF che certificata FSC/PEFC	quintali	374	367	1,94%	347	7,91%
Consumo di carta stampata	quintali	22	34	-34,25%	84	-73,60%

Nel 2014 sono stati consumati complessivamente 401 quintali di carta (-0,21%) rispetto al 2013. I consumi totali comprendono circa 379 quintali di carta bianca (94%) e 22 quintali di carta stampata (6%), 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.

La conferma del consumo totale di carta ai valori dell'anno precedente assume comunque una valenza importante considerato che nelle Sedi oggetto di SGA si è registrato nello stesso periodo di confronto un incremento dei dipendenti presenti per 29 unità. Tale risultato è stato raggiunto grazie al consolidamento dell'uso del 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 2014 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, ad 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;
- il lancio della funzionalità "Firma Sicura Biometrica", che permette ai Clienti di firmare la sottoscrizione dei contratti e delle operazioni direttamente dal tablet del proprio consulente, nonché l'integrazione del servizio Doc@nline attraverso l'estensione del suo perimetro a tutte le tipologie del Risparmio Gestito, soluzioni che apportano evidenti vantaggi in termini di impatto ambientale derivanti dal non utilizzo della carta.

Consumo di Toner

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Consumo totale di Toner	quintali	2,91	3,43	-15,29%	3,44	-15,49%
di cui del tipo "compatibile/green"	quintali	0,62	0,95	-34,46%	0,87	-28,36%

Nel 2014, le Sedi oggetto di SGA hanno acquistato 2,91 quintali di toner e di cartucce, di cui il 21,44% del tipo "compatibile/green".

Rispetto all'anno precedente si è registrato un deciso contenimento dei consumi (-15,3%).

Consumo di Acqua

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Consumo totale di acqua	metri cubi	11.998	9.063	32,38%	9.314	28,82%
Consumo di acqua pro capite	metri cubi	19	15	26,29%	17	11,44%
di cui proveniente da condotto comunale/statale	metri cubi	11.998	9.063	32,38%	9.314	28,82%

Nel 2014 i consumi totali di acqua sono stati pari a 11.998 metri cubi, con un incremento rispetto all'anno precedente di 2.935 metri cubi (+32,38%).

L'incremento è dovuto a una diversa rilevazione dei consumi forniti dalla struttura di Facility Management di Generali Business Solution che ha assegnato in carico a Banca Generali, per i millesimi di propria competenza, limitatamente alla Sede di Milano via Ugo Bassi 6, anche il consumo di acqua destinato all'irrigazione del verde esterno condominiale.

A livello pro capite, invece, la variazione percentuale (+26,29%) ha avuto un impatto inferiore in quanto calmierata dall'aumento del numero delle risorse umane che occupano gli immobili oggetto di SGA.

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

Rifiuti

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Totale rifiuti raccolti con modalità differenziata	quintali	182	209	-12,94%	255	-28,77%
di cui carta-cartone	quintali	160	134	18,97%	215	-25,47%
di cui plastica o alluminio	quintali	15	66	-77,35%	21	-28,56%
di cui rifiuti IT (computer, ecc.)	quintali	0	2	n.p.	0	n.p.
di cui cartucce toner esauste destinate allo smaltimento finale	quintali	5	4	51,48%	10	-45,94%
di cui cartucce toner esauste destinate al riciclo	quintali	1	2	-46,95%	8	-89,44%
di cui altro (vetro e umido)	quintali	0	1	-68,75%	1	n.r.
Totale rifiuti raccolti con modalità indifferenziata	quintali	82	74	10%	175	-53,34%

Nel 2014 il Gruppo Banca Generali ha prodotto complessivamente 264 quintali di rifiuti, di cui 182 (69%) raccolti con modalità differenziata e 82 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-cartone (88% dei rifiuti differenziati).

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

registri e della documentazione obbligatoria.

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

Emissioni di gas a effetto serra

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

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Totale chilometri percorsi su strada con autovetture, motocicli, ecc. dai dipendenti (dirigenti, impiegati, personale commerciale, ecc.) in missione	Km	671.465	664.503	1,05%	693.846	-3,23%
Chilometri percorsi con mezzi gestiti direttamente dell'azienda (di proprietà, noleggio a lungo periodo, leasing operativo, ecc.)	Km	397.523	407.884	-2,54%	453.209	-12,29%

Grazie alle varie iniziative di gestione della mobilità si è registrato nell'ultimo triennio una riduzione dei chilometri percorsi in automobile dai dipendenti in missione, pari al -3,23% che in valori assoluti comporta una riduzione dei chilometri percorsi di oltre 22.000 unità.

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Totale chilometri in aereo effettuati dai dipendenti in missione	Km	1.239.766	1.095.026	13%	1.276.850	-3%
di cui ≤ 499 Km	Km	642.708	643.723	0%	632.965	2%
di cui 500-3.499 Km	Km	520.190	451.302	15%	517.556	1%
di cui ≥ 3.500 Km	Km	76.869	0	n.p.	126.330	-39%

Per quanto riguarda le altre voci sulla mobility si registra un incremento rispetto all'anno precedente dei chilometri percorsi in aereo (+14%), ancora però inferiori all'anno 2012 (-3%).

Per quanto concerne invece i chilometri percorsi in treno si registra, rispetto all'anno scorso, un deciso contenimento degli stessi (-31%). Riduzione ancora più marcata se confrontata con l'anno 2012 (-40%).

		2014	2013	Variazione % 2014/2013	2012	Variazione % 2014/2012
Totale chilometri in treno effettuati dai dipendenti in missione	Km	662.180	958.568	-31%	1.106.987,00	-40%

Di seguito le 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, metropolitana e treni);
- promozione dell'uso della bicicletta: presso le principali sedi sono presenti parcheggi per biciclette.

Anche nel 2014 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 vivo 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 conference con un numero ristretto di partecipanti (media 4/5 persone).

Il calcolo delle emissioni

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

Nel 2014 le emissioni complessive di GHG, costituite da anidride carbonica (CO₂), protossido di azoto (N₂O) e di metano (CH₄), sono state pari a 1.362,7 tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO₂e), ottenute trasformando con opportuni coefficienti le quantità emesse di N₂O e CH₄. Le suddette emissioni derivano per il 52,9% dal consumo di energia elettrica, per il 29,2% da energia termica e per il 17,9% dalla mobilità aziendale.

Rispetto all'anno precedente si è registrato un incremento complessivo delle emissioni pari a 19,9 tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO₂e) (+1,48%). Tale incremento è dovuto essenzialmente dall'aumento dei consumi elettrici della Sede di Milano per l'ampliamento dei mq ad uso ufficio disponibili e dalla mobilità.

Per quanto riguarda invece le emissioni relative al combustibile per riscaldamento (gas) che concorrono a formare le emissioni complessive di GHG si è registrato rispetto allo scorso anno una flessione del 2,6%.

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

Scope 1 – Le emissioni dirette, prodotte dagli impianti di riscaldamento e dalla flotta di auto aziendali sono state stimate pari a 398,4 tonnellate di CO₂e. In particolare, quelle derivanti dal consumo energetico di gas naturale sono state stimate in 322,8 tonnellate di CO₂e e le emissioni direttamente prodotte dalla flotta aziendale sono state stimate in 75,6 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 720,4 tonnellate di CO₂e e derivano essenzialmente dall'acquisto di energia elettrica per 1.859,54 GWh.

Scope 3 – Le emissioni indirette diverse da consumo energetico, connesse alle trasferte di lavoro dei dipendenti, sono state complessivamente stimate pari a 243,9 tonnellate di CO₂e, di cui 51,7 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in autovettura, 173,2 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in aereo e 19,1 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in treno.

SCOPE1 tCO2e				
2014	2013	Var.% 2014 vs 2013	2012	Var.% 2014 vs 2012
398,4	409,1	-2,62%	431,9	-7,76%
SCOPE2 tCO2e				
2014	2013	Var.% 2014 vs 2013	2012	Var.% 2014 vs 2012
720,4	700,6	2,83%	604,3	19,21%
SCOPE3 tCO2e				
2014	2013	Var.% 2014 vs 2013	2012	Var.% 2014 vs 2012
243,9	233,1	4,63%	255,7	-4,61%
Totale (tCO2e)				
2014	2013	Var.% 2014 vs 2013	2012	Var.% 2014 vs 2012
1.362,7	1.342,8	1,48%	1.291,9	5,48%

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

Iniziative per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra

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

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. Nel 2013 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 2014 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 2014 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 2014 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 società che svolgono attività a rilevante rischio ambientale (es: cambiamenti climatici).

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"	<p>a) offerta di prodotti "socialmente responsabili" (ovvero fondi di investimento e sicav che investono solo in società e imprese che soddisfano determinati requisiti etici, sociali e di governance). Nel 2014 sono 37 i comparti di Sicav terze che investono nelle aziende eccellenti per corporate governance e rispetto ambientale o che investono nella "green economy";</p> <p>b) il lancio della funzionalità "Firma Sicura Biometrica", che permette ai Clienti di firmare la sottoscrizione dei contratti e delle operazioni direttamente dal tablet del proprio consulente, nonché l'integrazione del servizio Doc@nline attraverso l'estensione del suo perimetro a tutte le tipologie del Risparmio Gestito, soluzioni che apportano evidenti vantaggi in termini di impatto ambientale derivanti dal non utilizzo della carta.</p>
ECOLOGIA DI INVESTIMENTO	Promozione di comportamenti ecosostenibili nelle società emittenti	Esclusione investimenti non eco sostenibili secondo le linee guida etiche del Gruppo	<u>Nessun investimento non ecosostenibile effettuato</u>
SENSIBILIZZAZIONE AMBIENTALE DELLA COMUNITA'	Aumento della sensibilizzazione ambientale della comunità	Realizzazione di almeno 1 iniziativa all'anno per ogni Paese di sensibilizzazione delle comunità locali sulle tematiche ambientali	<u>Finanziamenti erogati nel 2014 a società che operano nel campo delle energie rinnovabili per euro Erogati 13.280.000.=</u>

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

Tabella di identificazione del GRI

G3 - GUIDELINES VERSIONE 3.1

		Pagina
PROFILO		
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.	14
2.03	Struttura operativa dell'organizzazione.	20
2.04	Luogo della principale sede dell'organizzazione.	2
2.05	Paesi nei quali opera l'organizzazione.	20
2.06	Assetto proprietario e forma legale.	90
2.07	Mercati serviti.	20,21,22
2.08	Dimensione dell'organizzazione.	38
2.09	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione.	10,11,12,80
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione.	18
PARAMETRI DEL REPORT		
Profilo del report		
3.01	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite.	7
3.02	Bilancio di sostenibilità più recente.	7
3.03	Periodicità di rendicontazione.	7
3.04	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio di sostenibilità e i suoi contenuti.	115
Obiettivo e perimetro del report		
3.05	Processo per la definizione dei contenuti del bilancio.	7
3.06	Perimetro del bilancio.	7
3.07	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'ambito o del perimetro del bilancio.	7
3.08	Informazioni relative a joint venture, controllate, stabilimenti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o tra organizzazioni.	7
3.09	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo.	7
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei bilanci precedenti e motivazioni di tali modifiche.	7
3.11	Cambiamenti significativi di ambito, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel bilancio, rispetto al precedente periodo di rendicontazione.	7
GRI Content Index		
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del bilancio.	108
Attestazione		

3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'attestazione esterna del bilancio.	7
		Pagina
GOVERNANCE, IMPEGNI, ENGAGEMENT		
Struttura e governo		
4.01	Struttura di governo dell'organizzazione.	23
4.02	Funzioni esecutive del Presidente.	25
4.03	Numero di componenti dell'organo di governo che sono indipendenti e/o non esecutivi.	24
4.04	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo.	25,26
4.05	Legame tra i compensi dei membri del più alto organo di governo e degli esecutivi e le performance dell'organizzazione.	26
4.06	Processi in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse.	36
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.	24
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.	9, 36
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.	25,26
4.10	Processi per la valutazione delle performance del più alto organo di governo, in particolare rispetto alle performance economiche, ambientali, sociali.	25
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.	50
Coinvolgimento degli stakeholder		
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento.	43
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intrattenere attività di coinvolgimento.	43
4.16	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipo di attività e per gruppo di stakeholder.	43,49 66,67
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.	43,49 66,67
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.	38,40
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.	78,79
EC4. Core	Finanziamenti significativi ricevuti dal Governo.	39,40

		Pagina
< INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA		
ASPETTO: Presenza di mercato		
EC5. Additional	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative.	78
EC6. Core	Politiche, pratiche e percentuale di spesa verso i fornitori locali presso le principali sedi operative.	94
EC7. Core	Procedure di assunzione di persone residenti presso le principali sedi operative e percentuale dei senior manager assunti a livello locale.	80
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.	96,97
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.	100
EN2. Core	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato.	100
ASPETTO: Energia		
EN3. Core	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	99
EN4. Core	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	99
EN5. Additional	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza.	99
EN6. Additional	Iniziativa per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico.	
EN7. Additional	Iniziativa volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute.	99
ASPETTO: Acqua		
EN8. Core	Prelievo totale di acqua per fonte.	102
EN9. Additional	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua.	102
EN10. Additional	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	102
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.	106
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.	106
EN13. Additional	Habitat protetti o ripristinati.	non rilevante per l'attività bancaria
EN14. Additional	Strategie, azioni correnti, piani futuri per gestire gli impatti sulla biodiversità.	106
EN15. Additional	Numero delle specie elencate nella lista rossa IUCN e nelle liste nazionali delle specie protette che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione, suddivise per livello di rischio di estinzione.	non rilevante per l'attività bancaria

		Pagina
< INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE		
ASPETTO: Emissioni, scarichi, rifiuti		
EN16. Core	Emissioni totali dirette e indirette di gas a effetto serra per peso.	100
EN17. Core	Altre emissioni indirette di gas a effetto serra significative per peso.	100
EN18. Additional	Iniziative per ridurre l'emissione di gas a effetto serra e risultati raggiunti.	105
EN19. Core	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono, per peso.	105
EN20. Core	NO _x , SO _x e altre emissioni significative nell'aria, per tipo e peso.	105
EN21. Core	Acqua totale scaricata, per qualità e destinazione.	102
EN22. Core	Peso totale dei rifiuti per tipo e per metodi di smaltimento.	102
EN23. Core	Numero totale e volume di versamenti significativi.	non rilevante per l'attività bancaria
EN24. Additional	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla Convenzione di Basilea (allegati I,II,III, VIII) che sono trasportati, importati, esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero.	102
EN25. Additional	Identità, dimensione, stato di salvaguardia e biodiversità della fauna e della flora acquatica e i relativi habitat colpiti in maniera significativa dagli scarichi di acqua e dalle dispersioni provocate dall'organizzazione.	non rilevante per l'attività bancaria
ASPETTO: Prodotti e servizi		
EN26. Core	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto.	
EN27. Core	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria.	non rilevante per l'attività bancaria
ASPETTO: Conformità (compliance)		
EN28. Core	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.	105
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.	102
ASPETTO: Generale		
EN30. Additional	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipo.	105
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE		
ASPETTO: Occupazione		
LA1. Core	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipo, forma contrattuale e distribuzione territoriale.	71
LA2. Core	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per et ^a , sesso e regione.	74,75
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.	78,79
ASPETTO: Relazioni industriali		
LA4. Core	Percentuale dei dipendenti iscritti a organizzazioni sindacali.	86
LA5. Core	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti organizzativi, specificando se tale condizione sia inclusa o meno nella contrattazione collettiva.	86

		Pagina
< INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE		
ASPETTO: Salute e sicurezza sul lavoro		
LA6. Additional	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato congiunto manager-lavoratori per la salute e la sicurezza, istituito per controllare e fornire consigli sui programmi di tutela di salute e sicurezza degli addetti.	84
LA7. Core	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per regione.	85
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.	83
ASPETTO: Formazione e istruzione		
LA10. Core	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori.	63,64,65,87
LA11. Additional	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fine delle carriere.	63,64,87
LA12. Additional	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni per lo sviluppo della propria carriera.	80
ASPETTO: Diversità e pari opportunità		
LA13. Core	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, et ² , appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità ² .	71
LA14. Core	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne per ciascuna categoria.	77
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.	33
SO3. Core	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione.	33
SO4. Core	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione.	33
ASPETTO: Approccio nei confronti di politica/istituzioni		
SO5. Core	Posizioni sulla politica pubblica e partecipazione e pressioni esercitate sullo sviluppo di politiche pubbliche.	36
SO6. Additional	Contributi finanziari e benefici prestati a partiti politici e relative istituzioni per Paese.	36
ASPETTO: Comportamenti anti-concorrenza		
SO7. Additional	Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche e relative sentenze.	54
ASPETTO: Conformità		
SO8. Core	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti.	54

		Pagina
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.	77
ASPETTO: Non discriminazione		
HR4. Core	Numero totale di violazioni legate a pratiche discriminatorie e azioni intraprese.	36
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.	86
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.	77,86
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.	86
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.	83
ASPETTO: Diritti delle popolazioni indigene		
HR9. Additional	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese.	
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO		
ASPETTO: Salute e sicurezza dei consumatori		
PR1. Core	Fasi del ciclo di vita del prodotto/servizio per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono presi in considerazione per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure.	non rilevante per l'attività bancaria
PR2. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità con i regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita.	non rilevante per l'attività bancaria
ASPETTO: Prodotti e servizi- etichettatura		
PR3. Core	Tipo di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativamente soggetti a tali requisiti informativi.	non rilevante per l'attività bancaria
PR4. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di anomalie e di incidenti dovuti a non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi.	non rilevante per l'attività bancaria
PR5. Additional	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla misurazione della customer satisfaction.	50
ASPETTO: Marketing communication		
PR6. Core	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione.	50
PR7. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione.	50
ASPETTO: Rispetto della privacy		
PR8. Additional	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy dei consumatori e la perdita dei dati dei consumatori.	53
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.	54,55

FINANCIAL SERVICES SECTOR SUPPLEMENT

		Pagina
IMPATTO DI PRODOTTI E SERVIZI		
ASPETTO: Portafoglio prodotti		
FS1	Politiche che presentano specifiche componenti sociali e ambientali applicate alle linee di business.	45
FS2	Procedure di valutazione e monitoraggio dei rischi sociali e ambientali nelle linee di business.	
FS3	Processi di controllo dell'effettiva attuazione e relativa conformità dei clienti ai requisiti sociali e ambientali inclusi in contratti e transazioni.	
FS4	Processo/i atto/i a migliorare le competenze dell'organico per l'implementazione di politiche e procedure socio-ambientali, per linee di business.	
FS5	Interazioni con clienti/partecipate/partner in merito a rischi e opportunità sociali e ambientali.	
FS6	Percentuale del portafoglio per linee di business divise per regione, dimensione (es. micro/PMI/grandi aziende) e settore.	
FS7	Valore monetario dei prodotti e dei servizi atti a fornire un beneficio sociale specifico per ogni linea di business suddivisa per finalità.	
FS8	Valore monetario dei prodotti e dei servizi atti a fornire un beneficio ambientale specifico per ogni linea di business suddivisa per finalità.	
ASPETTO: Audit		
FS9	Copertura e frequenza degli audit per valutare l'attuazione delle politiche sociali e ambientali e delle procedure di valutazione dei rischi.	
ASPETTO: Azionariato attivo		
FS10	Percentuale e numero di compagnie presenti in portafoglio con le quali l'organizzazione ha interagito in merito a tematiche sociali e ambientali.	
FS11	Percentuale degli asset soggetti a monitoraggio sociale o ambientale positivo e negativo.	
FS12	Politica/che di voto applicata/e a tematiche sociali e ambientali per azioni su cui l'organizzazione detiene il diritto di voto per le azioni o di consultazione per il voto.	
SOCIETA'		
ASPETTO: Comunità		
FS13	Punti di accesso in aree poco popolate o economicamente svantaggiate, per tipo.	
FS14	Iniziative per migliorare l'accesso ai servizi finanziari dei soggetti svantaggiati.	
ASPETTO: Prodotti e servizi-etichettatura		
FS15	Politiche per l'equità di progettazione e la vendita di prodotti e servizi finanziari.	48
FS16	Iniziative atte a promuovere l'istruzione finanziaria per tipologia di beneficiario.	49

CALL CENTER: NUMERO VERDE 800-155-155

SEDE LEGALE: VIA MACHIAVELLI, 4 34132 TRIESTE

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

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