



BANCA GENERALI S.P.A.

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2012



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2012

Lettera agli stakeholder	5	5. Multicanalità del servizio	70
Premessa metodologica	7	6. Politica delle vendite	71
1. IDENTITÀ E GOVERNANCE		7. Incentivazione, valorizzazione e formazione	72
Mission	12	8. Gestione delle vertenze	75
I valori	13	9. Dialogo con le reti di vendita	76
La storia del Gruppo	14	3.3 RISORSE UMANE	
Modello di business e linee strategiche di sviluppo e di sostenibilità	17	1. Dimensioni e caratteristiche dell'organico	82
L'assetto organizzativo	21	2. Politiche per i dipendenti	87
Il governo societario	24	3. Pari opportunità	90
Sistema dei controlli interni	28	4. Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro	92
Codici volontari	33	5. Relazioni industriali e sindacali	94
		6. La formazione 2012 in cifre	96
		7. Coinvolgimento dei collaboratori	97
2. RENDICONTAZIONE ECONOMICA		3.4 AZIONISTI E INVESTITORI	
Principali indicatori finanziari	38	1. Introduzione	100
La performance economica del 2012	39	2. L'azionariato	101
Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione	41	3. L'andamento dell'azione: quotazione ordinaria e dividendi erogati	102
		4. L'attività di investor relations	104
3. RELAZIONE SOCIALE		3.5 FORNITORI	
Gli stakeholder	49	1. Politiche d'acquisto	108
3.1 I CLIENTI		2. Pratiche d'acquisto	109
1. Caratteristiche della clientela	52	3.6 COMUNITÀ	
2. Relazioni con la clientela	54	1. Rapporti con la comunità	112
3. Sicurezza e privacy	59	3.7 AMBIENTE	
5. Gestione reclami	61	1. Politica ambientale	116
6. Stakeholder engagement	63	2. Tutela dell'ambiente	118
3.2 LA RETE DISTRIBUTIVA		4. ALLEGATI	
1. Caratteristiche fondamentali	66	Tabella di identificazione del GRI	128
2. Dimensione e composizione	67		
3. Struttura organizzativa della rete	68		
4. Ripartizione geografica, per sesso e per anzianità	69		



Lettera agli stakeholder



Il 2012 è stato ancora una volta **un anno ricco di soddisfazioni per Banca Generali** che ha visto crescere le masse in gestione, gli utili, la solidità patrimoniale e non da ultimo ha significativamente aumentato la remunerazione dei suoi azionisti. Alla base di questi risultati positivi riteniamo ci sia il fatto che la Banca si è dotata di un modello di business orientato alla sostenibilità della crescita nel lungo termine e soprattutto ha puntato con convinzione sulle persone. Siamo infatti profondamente convinti che **il fattore distintivo del successo della nostra realtà sia legato alla qualità delle persone che ne fanno parte, sia come dipendenti che come reti di consulenti finanziari** e al clima di collaborazione, stima e fiducia reciproca instaurato. La Banca è impegnata a mantenere un clima aziendale positivo e valorizzare le potenzialità di ognuno, puntando alla definizione di percorsi individuali e condivisi di crescita professionale e umana. Forti dei positivi risultati aziendali, la Banca ha inoltre avviato l'inserimento di giovani talenti, nella grande convinzione che solo investendo nelle giovani generazioni si possa creare sviluppo per la società in cui viviamo.

Banca Generali attribuisce inoltre **un'importanza fondamentale alla soddisfazione dei propri clienti**, particolarmente in questo momento storico in cui la complessità e la volatilità dei mercati stanno aumentando, rendendo la consulenza finanziaria sempre più strategica per la tutela del risparmio delle famiglie. In un momento di generale restringimento dell'attività di credito alle famiglie e agli imprenditori, abbiamo inoltre deciso - proporzionalmente alle nostre dimensioni - di affiancare i nostri clienti nei loro progetti di sviluppo aumentando loro gli affidamenti, dove richiesto. Questa azione, che stiamo portando avanti anche

in questi primi mesi del 2013, vuole essere un piccolo segno di incoraggiamento per il rilancio dell'economia nel nostro Paese.

Abbiamo accresciuto il nostro impegno per **la Collettività e l'Ambiente, l'area su cui vogliamo più convintamente incidere negli anni a venire**. Nella gestione ambientale, abbiamo ottenuto negli ultimi tre anni importanti risultati sul fronte della riduzione dell'impatto sull'ambiente generato dalla nostra attività, in particolare con iniziative tese a ridurre i consumi di energia, carta, acqua e altre emissioni inquinanti. Abbiamo inoltre continuato a sostenere progetti a favore della Comunità in cui operiamo attraverso una serie capillare di iniziative locali di carattere culturale e sportivo sollecitate dalla nostra rete di professionisti sul territorio, più a contatto con le istanze locali. Abbiamo inoltre sostenuto iniziative a livello nazionale, in particolare nel campo del sostegno alla ricerca e dell'educazione finanziaria per le giovani generazioni. Come nostra tradizione abbiamo infine sostenuto alcune iniziative legate allo sport, per la sua capacità di trasmettere messaggi per noi importanti quali l'impegno, la correttezza e lo spirito di squadra.

L'attenzione verso la sostenibilità e la responsabilità sociale e ambientale stanno dando un contributo fondamentale all'evoluzione della nostra Banca che alimenta un circolo virtuoso di crescita e benessere condiviso. Siamo profondamente convinti che solo integrando alla gestione economica elementi intangibili quali la correttezza nei confronti dei clienti, lo spirito di squadra delle persone che lavorano fianco a fianco, la difesa dell'integrità e del prestigio della nostra realtà si potrà realizzare una crescita vera e duratura.

Paolo Vagnone

Presidente

Premessa metodologica

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

scontrare una sempre maggiore rispondenza agli interessi degli stakeholder.

Il documento è suddiviso in tre macro sezioni:

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

I criteri e i principi

I contenuti del documento sono stati elaborati facendo riferimento alle **Sustainability Reporting Guidelines del GRI (Global Reporting Initiative)** edizione 3.1, ai supplementi di settore **Financial Services Sector Supplement** del GRI stesso e alle linee guida di redazione del Bilancio di Sostenibilità per il settore del credito - "Il rendiconto agli stakeholder: una guida per le banche" - elaborato da ABI in collaborazione con EconomEtica (Centro

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

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

Perimetro di rendicontazione e processo di reporting e misurazione

Il Bilancio di Sostenibilità viene pubblicato con cadenza annuale. I dati presentati di seguito si riferiscono all'esercizio 2012 e, ove possibile, sono comparati con il 2011.

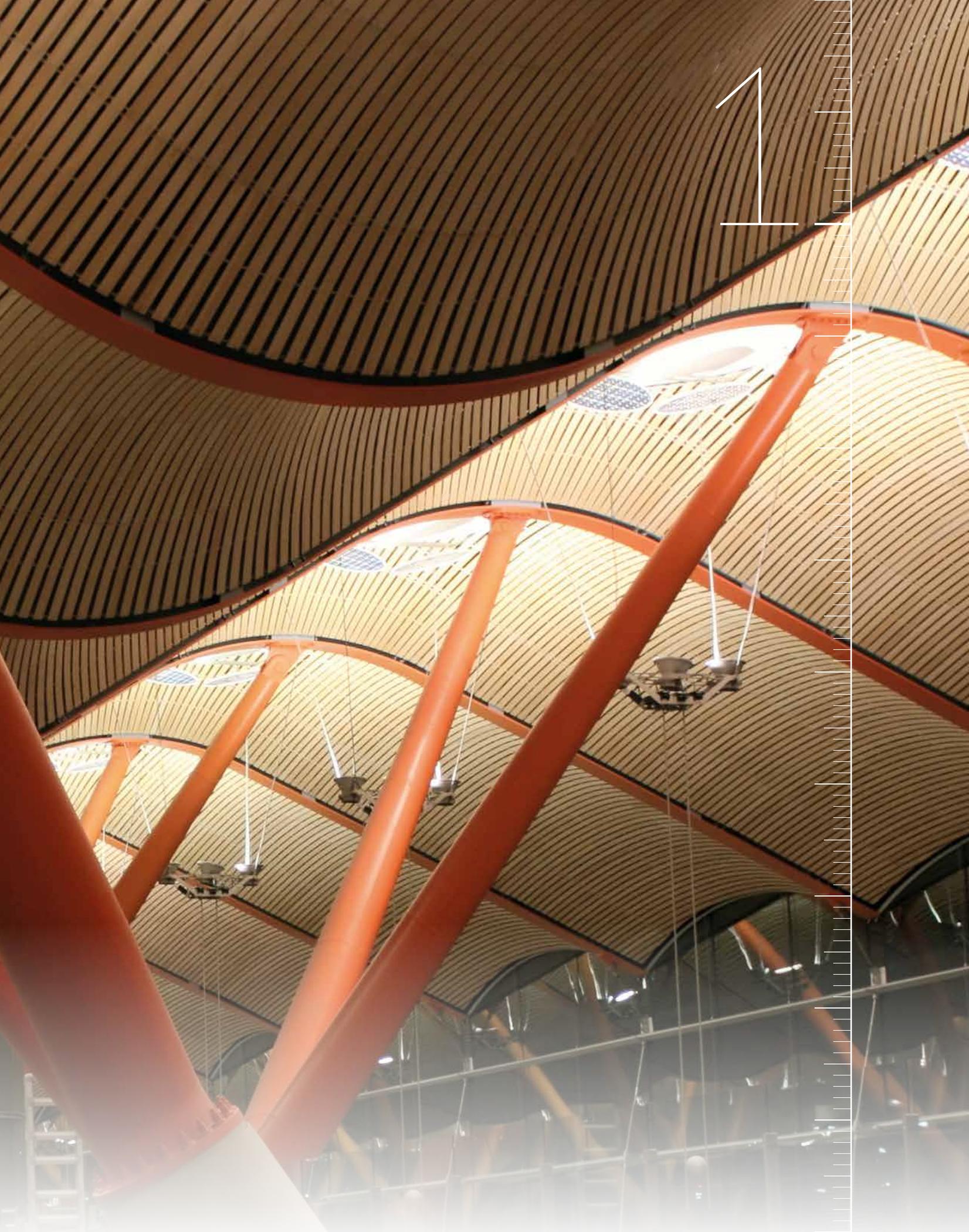
Il perimetro del Bilancio di Sostenibilità include tutte le società del Gruppo Bancario, ossia la capogruppo Banca Generali e le controllate Generali Fund Management Sa, BG Fiduciaria Sim, Generfid. La cessione del ramo di azienda costituito dai fondi comuni di diritto italiano da parte della controllata BG sgr a favore di Generali Investment Italy Sgr in data 1° aprile 2012 ha comportato in base ai principi contabili IAS/IFRS la rappresentazione a voce propria dei relativi proventi e costi con riesposizione con le medesime modalità anche dell'esercizio precedente.

Tutte le strutture aziendali contribuiscono alla definizione dei

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

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





1



1

IDENTITÀ E GOVERNANCE

Mission

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

L'obiettivo del Gruppo Banca Generali è rispondere, attraverso le proprie reti di consulenti finanziari, alle esigenze di investimento e di valorizzazione del risparmio di ciascun cliente, coerentemente con il profilo finanziario e l'orizzonte temporale di ognuno. Nell'esercizio della propria attività, il Gruppo Banca Generali si impegna a promuovere la cultura della sostenibilità, attraverso uno sviluppo economico che consideri anche gli aspetti sociali e l'ambiente, nel rispetto dei valori che stanno alla base della visione strategica e dell'operato della società.

Per questo il Gruppo Banca Generali si propone di adottare iniziative volte a sviluppare e a diffondere una maggiore responsabilità contribuendo in modo concreto a uno sviluppo economico e sociale di qualità, rispettando i diritti umani e promuovendo la loro implementazione nell'ambito di tutte le proprie sfere di influenza. Il Gruppo si impegna inoltre ad adottare un approccio operativo attento all'ambiente, anche intraprendendo iniziative volte a sviluppare e a diffondere una maggiore responsabilità ambientale.

I valori

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

Trasparenza

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

Affidabilità

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

Impegno per il miglioramento continuo

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

Responsabilità professionale

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

Orgoglio di appartenenza

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

La storia del Gruppo

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

Nel processo di crescita, è possibile distinguere due fasi. La prima, dal 2000 al 2004, è quella in cui sono state portate a termine le aggregazioni e la riorganizzazione delle reti dei Promotori Finanziari del Gruppo Generali, nonché le acquisizioni per linee esterne.

La successiva, dal 2005 a oggi, ha portato alla creazione di un polo di wealth management e alla formazione, anche attraverso due acquisizioni, di un polo dedicato al private banking all'interno di Banca Generali. Ecco la cronologia degli avvenimenti.

Una nuova banca

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

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

Fusione con Prime e creazione della banca multi-canale

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

L'acquisizione di Altinia SIM e Ina SIM

La banca rafforza ulteriormente la propria rete di distribuzione con l'acquisizione di altre due società di intermediazione mobiliare dal Gruppo Generali, Altinia SIM e Ina SIM. Con questa operazione il numero di Promotori Finanziari del gruppo bancario raddoppia e le masse gestite aumentano quasi del 50%. Nel 2003, insieme a Prime Consult SIM, le due società si sono fuse in un'unica rete, con il marchio Banca Generali.

La creazione di Simgenia SIM

Mentre continua il processo d'integrazione e riorganizzazione delle realtà già acquisite, Banca Generali costituisce Simgenia SIM. Alla nuova società del Gruppo è attribuito il compito di supportare le reti di agenti del Gruppo Generali, sviluppando così una politica di cross-selling dei prodotti e dei servizi finanziari della banca sul portafoglio clienti assicurativi del Gruppo Generali in Italia.

1998-2000

2000

2001

2002

PRIMA FASE **SECONDA FASE**

L'acquisizione della rete di Banca Primavera

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

Acquisizione di Intesa Fiduciaria SIM

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

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

Banca Generali decide di allargare l'attività del Gruppo anche alla gestione individuale e collettiva del risparmio e acquisisce una SGR, denominata **BG SGR**, nella quale vengono fatte confluire tutte le attività di gestione di fondi e di Gestioni Patrimoniali in Fondi (GPF) rivolte alla clientela retail del Gruppo Generali. Con l'obiettivo poi di fornire un servizio di private banking rivolto a una clientela con capacità di investimento elevato, Banca Generali acquisisce il capitale sociale di **Banca BSI Italia** (la società italiana di BSI SA, una controllata svizzera di Assicurazioni Generali). Allo stesso tempo, Banca Generali acquista da BSI una società fiduciaria statica, **S. Alessandro Fiduciaria** (ora ridenominata Generfid). A conclusione del piano di crescita descritto, Banca Generali è pronta ad avviare un nuovo importante progetto per la valorizzazione del proprio business: la quotazione in Borsa. Le azioni Banca Generali debuttano con successo alla Borsa di Milano il 15 novembre.

La creazione di BG Investment Luxembourg

Al fine di rafforzare il polo di wealth management, all'inizio dell'anno, Banca Generali trasferisce le sue attività di private banking a Banca BSI Italia per completare la segmentazione del suo modello organizzativo in tre reti per tipo di clientela. A fine novembre, viene costituita la nuova controllata **BG Investment Luxembourg SA** per gestire le Sicav del Gruppo Banca Generali di diritto lussemburghese.

2003

2005

2006

2007

Deliberata l'acquisizione di Banca del Gottardo Italia

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

Cessione di Simgenia SIM e creazione di Generali Fund Management

La partecipazione di controllo di **Simgenia SIM S.p.A.** viene ceduta ad assicurazioni Generali S.p.A. Prosegue l'attività di sviluppo dell'asset management con la nascita di **Generali Fund Management S.A.**, la fabbrica dei prodotti di risparmio gestito per il gruppo Generali in Europa, detenuta al 51% da Banca Generali e per il restante 49% dal Gruppo Generali. La nuova società prende vita dalla fusione delle management company di Banca Generali (BG Investment Luxembourg) e di Generali Investments (Generali Investments Luxembourg).

Nasce Banca Generali Private Banking

A compimento del processo di sviluppo dell'attività di private banking, iniziato nel 2006 attraverso l'acquisizione di Banca BSI Italia e continuato nel 2008 con l'acquisizione e successiva integrazione di Banca del Gottardo Italia, nasce **Banca Generali Private Banking**. Dal 1° gennaio 2010 infatti Banca BSI Italia è stata fusa per incorporazione in Banca Generali, divenendone una divisione autonoma e dedicata all'attività di private banking.

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

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

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

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

2008

2009

2010

2011

2012

Modello di business e linee strategiche di sviluppo e di sostenibilità

Il Gruppo Banca Generali pone i bisogni dei clienti al centro del proprio approccio all'offerta di servizi finanziari e previdenziali.

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

Questa scelta ha voluto dire prendere sin dall'inizio della sua storia alcune decisioni innovative. Infatti, funzionale a tale modello è innanzitutto l'offerta di un'ampia varietà di prodotti finanziari che includano anche quelli di società terze, secondo il modello di architettura aperta. L'estensione di questa offerta, inclusiva dei prodotti delle maggiori case d'investimento internazionali, è condizione necessaria per rendere possibile il servizio di consulenza qualificata fornito dai Promotori Finanziari 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 e affronta alla radice le problematiche legate al conflitto di interessi tra questi e il fornitore del servizio.

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), che riconosce e promuove la consulenza quale servizio di investimento, dimostra come Banca Generali sia stata in grado di anticipare gli sviluppi del mercato e ne sostenga una sua coerente applicazione.

All'interno di questa visione generale, sostenuta nel tempo da scelte coerenti e innovative, sono 5 le 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 Promotori Finanziari e Private Banker, di individuare e soddisfare al meglio i bisogni finanziari e previdenziali soprattutto di lungo periodo dei clienti;
- concentrare la distribuzione sul ruolo del Promotore Finanziario/Private Banker, in coerenza con il segmento di cliente-

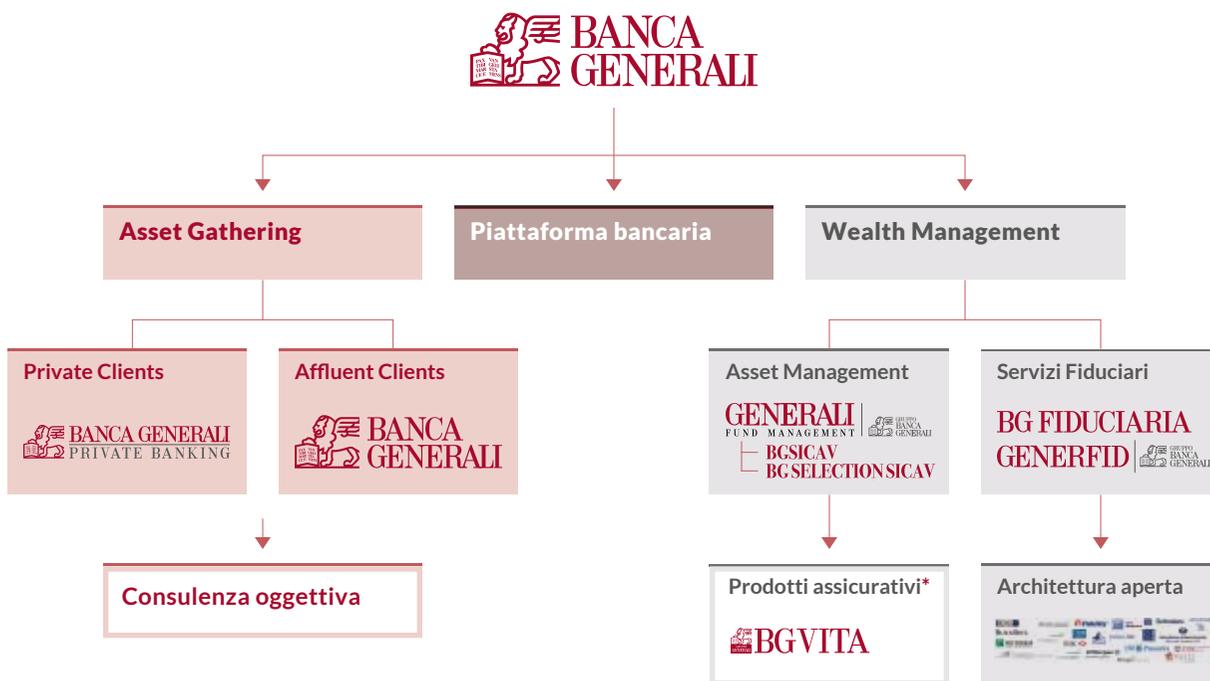
la prevalente della banca (affluent e private), vuol anche dire promuoverne un permanente aggiornamento professionale, mettendolo in condizione di offrire un servizio competente e continuativo su tutto il territorio nazionale, giovandosi anche di una completa rete di uffici e filiali;

- 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;
- 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;
- infine, questo approccio mira a valorizzare e a esprimere al massimo livello le caratteristiche insite nel marchio Generali, sinonimo di affidabilità, solidità e competenza.

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

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

L'offerta del Gruppo è agevolata e completata dalla disponibilità di una piattaforma bancaria dotata di un'ampia gamma di prodotti e servizi 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 partico-



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

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

- la rete di Promotori Finanziari di Banca Generali provvede ai bisogni della clientela affluent, definita da una buona disponibilità di risorse finanziarie attuali o prospettive (finalizzate soprattutto a un'ottica di medio-lungo periodo) e da un approccio culturale evoluto. Nel 2013 la caratterizzazione

consulenziale di questa offerta verrà ulteriormente sancita con l'attribuzione in modo esplicito a questi collaboratori della qualifica di Financial Planner;

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

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

Linee strategiche di sviluppo

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

- valorizzazione del marchio e della reputazione, facendo propria la tradizione di solidità, competenza e affidabilità del Gruppo Generali;
- continuo sviluppo dell'architettura aperta, mantenendo significativi margini di vantaggio rispetto alla concorrenza (banche e reti di Promotori Finanziari), anche attraverso una sofisticata innovazione di prodotto;
- progressivo sviluppo di competenze e capacità consulenziali da parte degli operatori, sia attraverso un'intensa attività in-

formativa e formativa, sia mettendo loro a disposizione specifici strumenti di analisi e di advisory, in grado di migliorare il servizio alla clientela;

- grande attenzione alle evoluzioni tecnologiche che consentono una più ampia ed efficace fruizione dei servizi da parte della clientela, nonché un miglioramento nel processo di comunicazione con la rete e un efficientamento delle attività di collocamento;
- capacità di conseguire risultati eccellenti per la clientela anche in difficili condizioni di mercato, contenendo rischi e volatilità. Questo esito è l'effetto dei tre punti precedenti e

beneficia il principale stakeholder esterno all'azienda, rappresentato dalla sua clientela;

- focus strategico sulla redditività aziendale, attraverso l'incremento dei ricavi ricorrenti, resi progressivamente sempre meno legati all'andamento volatile dei mercati finanziari, con contestuale contenimento dei costi attraverso una costante opera di ottimizzazione dei processi e di investimento tecnologico. Tale redditività è finalizzata a beneficiare principalmente gli stakeholder diretti dell'azienda, rappresentati dai collaboratori e dagli azionisti (a questi ultimi è stata sinora destinata una larga parte dell'utile realizzato);
- focus verso strategie di sostenibilità (vedi capitolo seguente) rivolte agli stakeholder della Banca.

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

importanti economie di scala con conseguenti vantaggi sulla redditività complessiva.

Il processo di espansione segue varie direttrici. In primo luogo, è possibile parlare di crescita organica, che si realizza con l'acquisizione diretta di nuova clientela di qualità, motivata dalla soddisfazione contagiosa di chi è già cliente e da specifiche iniziative di informazione e di marketing svolte sul territorio. A ciò giova anche il continuo sviluppo di strumenti telematici di relazione e servizio tra banca e clientela, utili allo scopo di agevolare e diffonderne la penetrazione nel mercato.

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

La strategia di sostenibilità

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

- perseguire una crescita sostenibile nel tempo, con un'azione imprenditoriale volta a realizzare stabili e soddisfacenti risultati economico-commerciali nel lungo periodo, riducendo i rischi legati sia alla volatilità del contesto economico-finanziario in cui la banca opera, sia a una inadeguata pianificazione di obiettivi, influenzata da esigenze di breve termine;
- valorizzare le persone che lavorano nel Gruppo, favorendo un costante sviluppo delle competenze e della professionalità dei collaboratori e il riconoscimento dell'apporto individuale al successo dell'organizzazione;
- essere sensibile al contesto sociale in cui il Gruppo è insediato, partecipando a iniziative di carattere assistenziale, culturale e sportivo;

- favorire una riduzione degli impatti ambientali diretti e indiretti attraverso l'adozione di misure atte a contenere i consumi di energia, carta, acqua e le emissioni inquinanti.

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

Strategia di comunicazione

Banca Generali ha definito una strategia di comunicazione in linea con i valori e con i codici comportamentali definiti dal Gruppo Generali, al fine di veicolare messaggi chiari e trasparenti. Il dialogo tra la Banca e la comunità finanziaria viene sviluppato garantendo un flusso completo e costante di informazioni sia sui media, sia sul proprio sito internet, così come tramite incontri

dedicati. Nel 2012 è stato completato il restyling grafico del sito commerciale www.bancagenerali.it. La nuova versione è maggiormente focalizzata sulle esigenze dei clienti e è caratterizzata da una maggiore semplicità e immediatezza di utilizzo, oltre a essere arricchito da nuove funzionalità per gli utenti e da una ricca sezione "Comunicazione".

Il sito internet istituzionale www.bancagenerali.com, invece, è oggetto di continui aggiornamenti finalizzati a favorire la navigazione degli utenti che possono facilmente ritrovarvi le ultime notizie, iniziative o le novità di prodotto. Anche per il sito istituzionale è stata prevista una importante attività di restyling. Il progetto, avviato a fine 2012, sarà completato nel 2013 e consentirà agli utenti di fruire di una navigazione completa, grazie a una nuova versione responsive che garantirà un accesso facile e dinamico anche tramite i nuovi supporti multimediali quali smartphone e tablet. Consultabile sia in italiano che in inglese, il sito viene costantemente monitorato attraverso le statistiche di accesso, per comprenderne meglio l'utilizzo e tararne l'impostazione, e aggiornato per rispondere alle aspettative del mercato. Nel 2012 è stato inoltre lanciato il sito internet della controllata Generali Fund Management, completo di tutta la normativa richiesta dalla legge e della possibilità di consultare le quotazioni giornaliere dei fondi distribuiti. Per quanto riguarda i social network, invece, sono allo studio alcune soluzioni per lo sfruttamento di questi nuovi canali comunicativi.

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

Nell'ambito della comunicazione editoriale, Banca Generali ha svolto un ruolo attivo nello sviluppo della testata di Gruppo Assicurazioni Generali "Il Bollettino" e della sua versione digitale "bollettino.com" fornendo materiali e aggiornando i dipendenti su tutte le iniziative della Banca.

La politica di comunicazione sviluppata nei confronti dei media è basata sulla trasparenza e sul massimo impegno nel garantire all'informazione accessibilità, chiarezza e accuratezza, nel rispetto della regolamentazione in materia di diffusione delle informazioni. Gli strumenti utilizzati a tal fine sono rappresentati da comunicati stampa, interviste, incontri, eventi e relazioni tra i Vertici Aziendali e i giornalisti economico-finanziari. Nel 2012 sono stati diffusi complessivamente 25 comunicati stampa e il gruppo Banca Generali è stato oggetto di oltre mille articoli apparsi sulle principali testate nazionali, siti e organi di informazione specializzati.

La comunicazione di Brand si propone di trasmettere i valori in cui crede la Banca oltre al grande impegno nel sociale manifestato attraverso eventi e iniziative accurate. Nel 2012 sono stati confermati i due testimonial: Federica Brignone, giovane campionessa dello sci azzurro, e Alessandro Del Piero, grande campione di calcio sensibile alle tematiche sociali. Entrambi incar-

nano valori come dinamismo, correttezza e professionalità che contraddistinguono Banca Generali. Nel corso del 2012, i testimonial hanno accompagnato iniziative sportive interne alla banca, campagne pubblicitarie di prodotto ed eventi commerciali. L'immagine di Banca Generali al fianco di valori dello sport quali, disciplina, correttezza, integrazione e rispetto viene ulteriormente rafforzata ed evidenziata dall'iniziativa "Banca Generali Un Campione per amico"; un grande evento itinerante in 10 piazze italiane che ha visto la partecipazione di oltre 10 mila bambini delle scuole elementari e medie impegnati nelle rispettive discipline dei quattro campioni protagonisti (Adriano Panatta, Andrea Lucchetta, Jury Chechi e Ciccio Graziani). Le maggiori testate giornalistiche nazionali e televisive hanno seguito con notevole interesse le manifestazioni, dando ampia risonanza al marchio e all'impegno di Banca Generali nella sensibilizzazione ai valori dello sport e allo spirito propedeutico dell'iniziativa.

Campagne pubblicitarie: nel 2012 Banca Generali ha vinto il premio come "Best Private Bank in Italy" dalle autorevoli riviste *The Banker* e *Professional Wealth Management* del Gruppo Financial Times. Il prestigioso riconoscimento assume una valenza ancora più significativa alla luce della credibilità e dell'influenza che il Gruppo Financial Times gode nella comunità finanziaria mondiale. Il conseguimento del prestigioso riconoscimento è stato accompagnato da una campagna pubblicitaria che ha interessato tutti i principali giornali e siti internet. La creatività richiama i simboli e la tradizione del Gruppo Generali, coniugati alla grande capacità della Banca di offrire le migliori soluzioni per il futuro dei propri clienti.



L'assetto organizzativo

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

Struttura societaria, management e collaboratori

Al coordinamento delle attività del Gruppo Bancario provvede la Capogruppo Banca Generali, cui sono affidate le responsabilità di indirizzo generale, di governo e di controllo. Tra i compiti della Capogruppo, inoltre, rientrano: la massimizzazione dell'efficacia e dell'efficienza delle attività svolte; la protezione del patrimonio aziendale; la garanzia della stabilità nel tempo dei risultati, nonché della costante conformità alle norme esterne e interne. L'attività commerciale è affidata alla rete dei Financial Planner/Private Banker, che operano fuori sede in forza di un mandato di agenzia senza rappresentanza, e alle succursali bancarie, al cui interno opera personale dipendente.

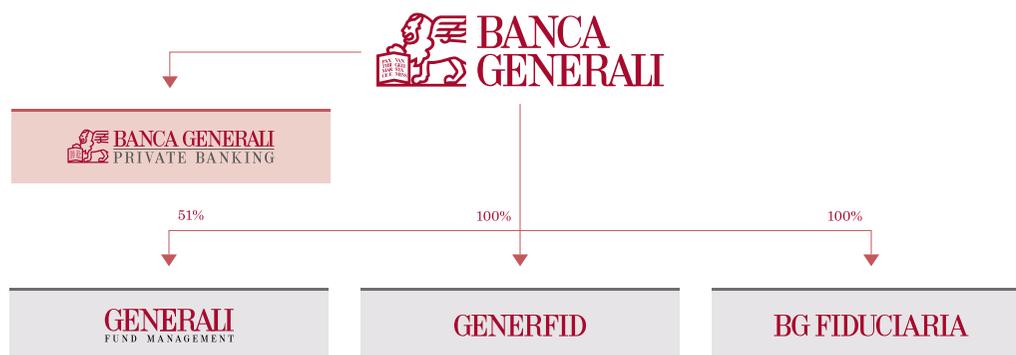
Inoltre, il Gruppo opera per mezzo di specifiche "Società Prodotto" che svolgono un'attività specializzata nell'ideazione di prodotti e servizi di investimento, nonché nell'asset management.

Le società che fanno capo al Gruppo Banca Generali sono:

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

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

- **BG Fiduciaria SIM S.p.A.:** controllata al 100% da Banca Generali e specializzata nei servizi di gestione di portafoglio, sia in titoli sia in fondi, prevalentemente attraverso intestazioni fiduciarie;
- **Generfid S.p.A.:** controllata al 100% da Banca Generali, svolge attività fiduciaria statica ovvero amministrazione di titoli previa intestazione fiduciaria alla società stessa ed esecuzione delle istruzioni impartite dal cliente fiduciante;
- **Generali Fund Management S.A.:** management company lussemburghese dedicata alla gestione delle Sicav lussemburghesi, controllata da Banca Generali al 51%.



Nel corso dell'esercizio 2012 il portafoglio dei progetti aziendali e gli investimenti a esso associati si sono focalizzati principalmente su iniziative con impatto sulla Governance del Gruppo Bancario e sul miglioramento dei servizi offerti alla clientela e alla rete di vendita attraverso la leva dell'innovazione tecnologica.

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

Banca Generali:

- a. per i servizi alla rete di vendita, nell'ambito della piattaforma tecnologica dedicata al canale distributivo dei Financial Planner e dei Private Banker è stata rilasciata un'innovativa applicazione per device di tipo tablet che permette ai consulenti di avere sempre a portata di mano in modo semplice e intuitivo le informazioni riferite alla clientela, alla gamma dei servizi offerti e alle informazioni sull'andamento dei mercati finanziari;
- b. per i servizi alla clientela, coerentemente al processo di miglioramento continuo dei servizi alla stessa diretta ci si è focalizzati sul tema specifico della mobilità. Si è provveduto infatti a rilasciare un'applicazione di mobile banking usufruibile sui device tipo tablet e smartphone. Inoltre è stata posta ulteriore attenzione al tema della sicurezza creando un nuovo profilo di sicurezza "Secur Call" per impartire le disposizioni bancarie via internet banking che prevede l'utilizzo combinato di internet e del telefono cellulare del cliente come token di riconoscimento;
- c. per quanto attiene ai sistemi di supporto alle decisioni, sono stati ulteriormente migliorati i sistemi di business intelligence e di reporting a supporto del management attraverso specifici interventi in ambito funzionale e tecnologico;
- d. infine, sul fronte regolamentare sono stati attuati diversi adeguamenti di carattere normativo che hanno indotto revisioni e modifiche alle procedure bancarie, tra i quali segnaliamo per portata e ampiezza le novità in materia fiscale.

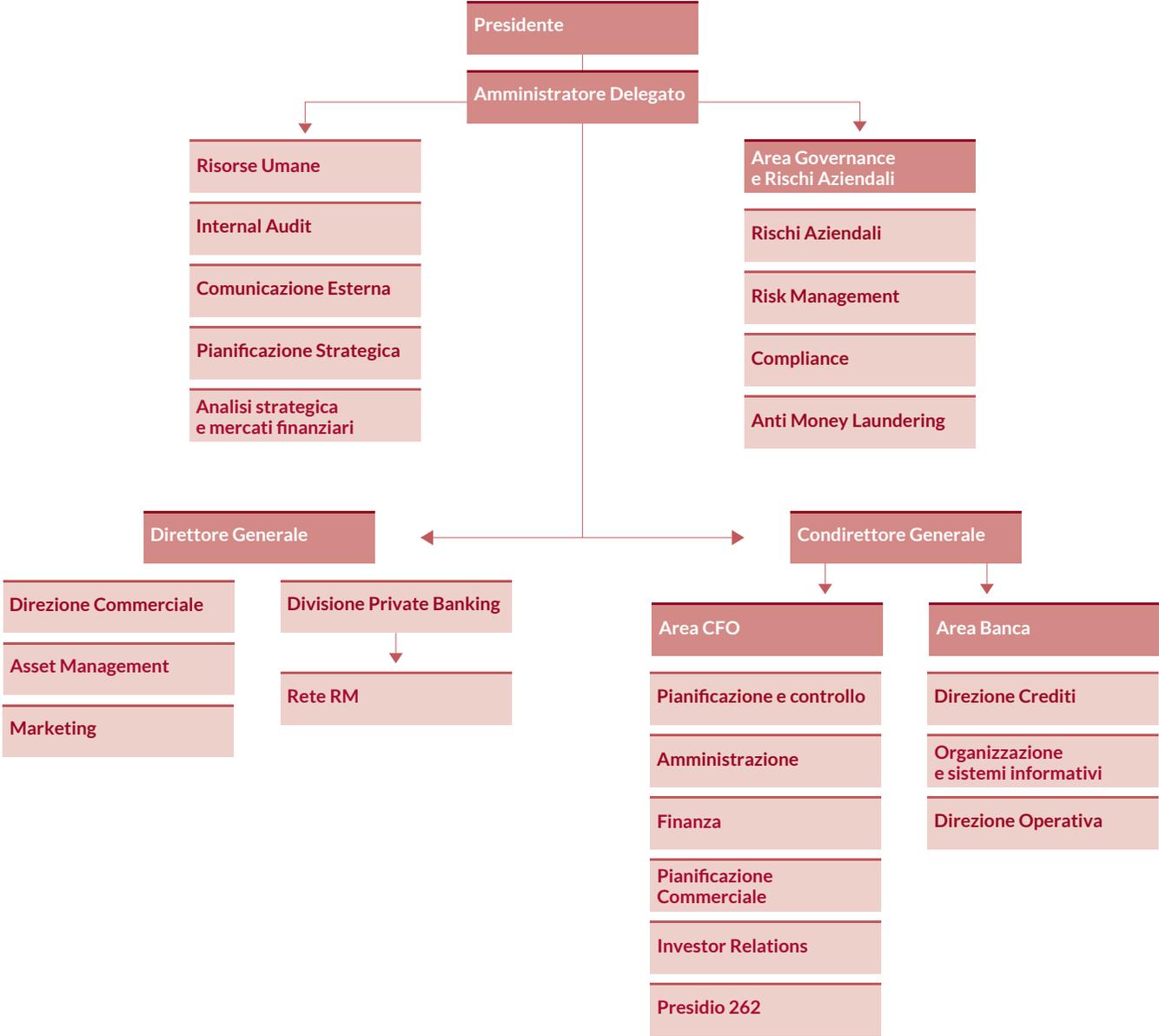
Società controllate:

- a. importanti operazioni societarie hanno coinvolto BG SGR. Nell'ambito delle attività di razionalizzazione del Gruppo Bancario si è provveduto nel primo semestre 2012 alla cessione del ramo d'azienda dei fondi di diritto italiano della società controllata BG SGR a favore di Generali Investments Italy SGR, mentre nella seconda parte dell'esercizio sono state concluse le attività che hanno condotto alla fusione per incorporazione della citata BG SGR in Banca Generali;
- b. per Generali Fund Management, l'attività sull'ambito organizzativo e applicativo si è concentrata sull'automazione dei processi operativi per lo svolgimento dei servizi di investimento e sulle soluzioni applicative di risk management;
- 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, un **Condirettore Generale** nonché l'alta dirigenza munita di poteri delegati, identificabile nei **Direttori Centrali** cui è affidata la responsabilità di una specifica area della Banca.

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



Il governo societario

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

Organi, comitati, assemblea

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

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

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

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

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

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

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

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

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

In ottemperanza alle indicazioni contenute nella Relazione redatta dal Consiglio di Amministrazione ai sensi del provvedimento della Banca d'Italia dell'11 gennaio 2012 e dell'art. 2 del Codice di Autodisciplina per le società quotate, relativa alla composizione quali-quantitativa ritenuta ottimale del Consiglio di Amministrazione, lo stesso si compone attualmente di 10 membri, di cui 2 soli amministratori esecutivi e 8 non esecutivi, di cui 6 indipendenti (ai sensi dell'articolo 37, comma 1, lettera d) del Regolamento adottato dalla Consob con delibera n. 16191 del 29 ottobre 2007 e successive modifiche e integrazioni).

La composizione anagrafica degli amministratori di Banca Generali è la seguente: 1 amministratore di età superiore ai 60 anni, 8 amministratori di età compresa tra i 41 e i 60 anni e 1 amministratore di età compresa fra i 30 e 40 anni. Inoltre Banca Generali ha volontariamente deciso che nella definizione ritenuta ottimale della composizione del Consiglio di Amministrazione doveva essere considerato anche un criterio di genere, prevedendo che almeno uno dei componenti il Consiglio di Amministrazione venisse individuato tra gli appartenenti al genere meno rappresentato. Ciò premesso, attualmente 1 amministratore di Banca Generali appartiene al genere meno rappresentato. A questo proposito si informa altresì che l'Assemblea dei Soci svoltasi lo scorso 24 aprile 2013 ha deliberato tra l'altro la modifica degli articoli 15 e 20 dello statuto sociale. Tali modifiche sono riconducibili all'entrata in vigore della legge 12 luglio 2011, n. 120 con la quale, analogamente a quanto avvenuto in altri ordinamenti

europei, sono state introdotte anche in Italia le c.d. "quote di genere" per la composizione del consiglio di amministrazione e del collegio sindacale delle società quotate. Per Banca Generali, le sopra menzionate modifiche statutarie avranno la prima concreta applicazione nel 2015, in occasione della nomina del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale.

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

Inoltre, considerato quanto indicato:

- dal criterio applicativo 1.C.1 lettera g) del Codice di Autodisciplina per le Società quotate (adottato da Banca Generali sin dall'ottobre 2006), che prevede che il Consiglio di Amministrazione effettui una volta all'anno una valutazione sul funzionamento del consiglio stesso e dei suoi comitati nonché sulla loro dimensione e composizione, tenendo anche conto di elementi quali le caratteristiche professionali, di esperienza, anche manageriale, e di genere dei suoi componenti, nonché della loro anzianità di carica;
 - dal Provvedimento del Governatore della Banca d'Italia del 4 marzo 2008 "Disposizioni di vigilanza in materia di organizzazione e governo societario delle banche" nelle linee applicative relative al punto 3. Composizione degli organi sociali, che prevede che l'idoneità degli esponenti a svolgere le proprie funzioni, sotto il profilo della professionalità, della disponibilità di tempo e, ove richiesta, dell'indipendenza, rientri nelle valutazioni di competenza dell'organo di appartenenza, che dovrà accertarla e assicurarla nel continuo e che il Consiglio sia tenuto ad accertare e valutare nel continuo il numero di incarichi di analoga natura ricoperti dai propri componenti, ponendo l'attenzione su quelli che richiedono un maggiore coinvolgimento nell'ordinaria attività aziendale;
- il Consiglio di Amministrazione di Banca Generali nel marzo 2013 ha effettuato la valutazione prevista dal Codice di Autodisciplina e dalle Disposizioni di Vigilanza, esprimendo un giudizio senza rilievi (i) sulle dimensioni e sul funzionamento del Consiglio di Amministrazione di Banca Generali S.p.A., sugli organi da

questo delegati, nonché sui Comitati Consiliari istituiti (ii) sulla idoneità degli esponenti a svolgere le proprie funzioni, sotto il profilo della professionalità, della disponibilità di tempo e, ove richiesta, dell'indipendenza (iii) e sull'adeguatezza e sull'efficacia delle disposizioni contenute nel Regolamento sul funzionamento del Consiglio di Amministrazione.

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

Conseguentemente, al Presidente del Consiglio di Amministrazione di Banca Generali, in aggiunta ai poteri allo stesso assegnati dalla legge e dallo Statuto sociale, anche ai sensi di quanto indicato nelle "Disposizioni di Vigilanza in materia di organizzazione e governo societario delle banche" di cui al Provvedimento di Banca d'Italia n. 264010 del 4 marzo 2008, che prevedono che il Presidente deve avere un ruolo non esecutivo e non svolgere, neppure di fatto, funzioni gestionali salva la facoltà di rivestire, in casi eccezionali, compiti di supplenza dei componenti esecutivi, sono stati attribuiti poteri inerenti al coordinamento delle attività degli organi sociali, di verifica dell'esecuzione delle deliberazioni dell'Assemblea dei Soci e del Consiglio di Amministrazione e delle determinazioni dell'Amministratore Delegato, di sorveglianza sull'andamento degli affari sociali e sulla loro rispondenza agli indirizzi strategici aziendali e di coordinamento delle strategie di comunicazione della Società.

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

I Comitati nominati hanno funzioni prettamente consultive e propositive.

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

Il Comitato Controllo e Rischi, composto da 4 amministratori non esecutivi e indipendenti, è invece l'organo preposto: ad assistere il Consiglio di Amministrazione nella determinazione delle linee di indirizzo del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nella verifica periodica della sua adeguatezza rispetto alle caratteristiche della banca e al profilo di rischio assunto

nonché del suo effettivo funzionamento, assicurando altresì che i principali rischi aziendali (creditizi, finanziari e operativi) siano identificati, adeguatamente misurati, gestiti e monitorati determinandone il grado di compatibilità con una gestione d'impresa coerente con gli obiettivi strategici individuati, in collegamento con le funzioni aziendali preposte; il Comitato Controllo e Rischi esprime inoltre il proprio parere in materia di operazioni con parti correlate e soggetti collegati, secondo le modalità e i termini stabiliti dalla Procedura approvata da Banca Generali in materia di operazioni con parti correlate e soggetti collegati, ai sensi della normativa e regolamentazione vigente, e assiste il Collegio Sindacale, in materia di revisione legale dei conti, in conformità alle disposizioni di cui al D. Lgs. 27 gennaio 2010 n. 39.

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

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

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

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

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

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

Proprio per meglio perseguire tale finalità, a partire dall'esercizio 2010, le politiche retributive sono state allineate alle raccomandazioni del Governatore della Banca d'Italia in materia di "sistemi di remunerazione e incentivazione" emanate con il Provvedimento n. 321560 del 28 ottobre 2009. In tale contesto

sono stati equiparati la componente variabile della retribuzione dei dirigenti e i piani di incentivazione dei manager di rete, al fine di garantire il massimo allineamento ai nuovi principi tra tutto il personale di rilievo operante all'interno del Gruppo Bancario.

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

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

Anche per l'esercizio 2012 le principali posizioni manageriali e professionali sono state valutate e "pesate" secondo il metodo dei punti HAY e questo ha reso possibile l'applicazione di efficaci meccanismi di monitoraggio delle dinamiche retributive, anche avuto riguardo ai mercati di riferimento.

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

Per l'Amministratore Delegato e Direttore Generale e per tutti i dirigenti viene utilizzato il meccanismo di Management by Objectives, coerente con il raggiungimento dei risultati economici e finanziari indicati dal budget per l'esercizio di riferimento e con indicatori volti ad apprezzare la ponderazione dei rischi aziendali. Il sistema di Management by Objectives è collegato al principio delle Balanced Scorecards. L'adozione di questo stru-

mento è tesa a tradurre le strategie del piano industriale di Gruppo in un insieme di obiettivi operativi capaci di influire in modo decisivo sulle performance globali del Gruppo.

La remunerazione degli amministratori investiti di particolari cariche e quella di coloro che sono membri di comitati consiliari

è stabilita dal Consiglio di Amministrazione, sentito il parere del Collegio Sindacale nell'ambito delle linee guida stabilite dalla sopra menzionata politica di remunerazione approvata dall'Assemblea degli Azionisti.

Gli organi per lo sviluppo della sostenibilità

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

Il Comitato per la Sostenibilità è l'organo decisionale che definisce e riesamina le politiche socio-ambientali a livello di Gruppo Bancario. A tale Comitato spetta tra l'altro definire le opportunità, i rischi, gli obiettivi comuni, i traguardi, le aree di miglioramento, i contenuti e le modalità di rendicontazione connesse alla sostenibilità. Il Comitato è composto dal Condirettore Generale, che lo convoca e lo presiede, dai Responsabili della Direzione

Amministrazione, della Direzione Marketing, della Direzione Operativa, della Direzione Risorse e del Servizio Comunicazione Esterna. È altresì prevista, in qualità di uditore, la partecipazione del Responsabile della Direzione Rischi Aziendali.

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

Sistema dei controlli interni

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

I tre livelli di controllo, gestione dei rischi e Presidio 262

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

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

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

- il primo, quello operativo, è effettuato dalle aree e unità organizzative aziendali produttive o di back office - con il supporto laddove previsto delle procedure informatiche - e si concretizza nei controlli gerarchici o di linea;
- il secondo è affidato a specifiche funzioni che hanno il compito di controllare il sistema di gestione dei rischi (Funzione di Risk Management), di prevenzione del rischio di non conformità alle norme in materia di prestazione dei servizi e di controllo dell'attività della rete distributiva (Funzione di Compliance) e di contrasto alla realizzazione di operazioni di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo (Funzione Anti Money Laundering);
- il terzo, di revisione interna, volto a individuare andamenti anomali, violazioni delle procedure e della regolamentazione nonché a valutare in modo indipendente la funzionalità e l'adeguatezza del complessivo sistema e delle procedure di controllo interno, assegnato alla Funzione di Internal Audit.

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 2012 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.

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

Strutture preposte al sistema dei controlli interni e gestione dei rischi

ORGANO	COMPITI
Consiglio di Amministrazione	è responsabile ultimo del sistema fissa le linee di indirizzo verifica periodicamente adeguatezza ed efficacia del sistema
Alta Direzione	attua le linee di indirizzo strategiche verifica nel continuo l'adeguatezza del sistema
Collegio sindacale	vigila sull'adeguatezza e conformità del sistema e sul suo concreto funzionamento
Comitato Controllo e Rischi	supporta con compiti istruttori, propositivi e consultivi il Consiglio di Amministrazione
Comitato Rischi	assicura presidio coordinato sul sistema di gestione e controllo dei rischi affronta specifiche tematiche operative con poteri deliberativi in merito alle misure di mitigazione dei rischi
Presidio 262	indirizza e coordina le attività di gestione del rischio amministrativo e contabile supporta il Dirigente preposto ex art. 154 T.U.F.
Risk Management	individua, misura, valuta e monitora tutte le tipologie di rischio a cui è esposto il Gruppo Bancario a eccezione del rischio di non conformità alle norme.
Compliance	valuta l'adeguatezza delle procedure e dei processi aziendali al fine di prevenire il rischio di non conformità alle norme; vigila sulle condotte concretamente poste in essere dalla rete distributiva
Anti Money Laundering	è deputata a prevenire e contrastare la realizzazione di operazioni di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo
Internal Audit	monitora e valuta l'efficacia e l'efficienza del Sistema dei Controlli Interni

ti 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.

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

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

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

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

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

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

In particolare la funzione di Internal Audit è responsabile di:

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

Il Gruppo Banca Generali è dotato di un sistema di gestione dei rischi avente lo scopo di identificare, valutare e controllare i rischi maggiormente significativi cui è esposto, cioè i rischi che, con le loro conseguenze, possono minarne la solvibilità o costituire un serio ostacolo alla realizzazione degli obiettivi aziendali. Detto sistema si propone di raggiungere e mantenere entro un livello accettabile i rischi identificati, nell'ottica di garantire, da un lato, l'ottimizzazione delle disponibilità patrimoniali necessarie per fronteggiare i rischi stessi e, dall'altro, il miglioramento della redditività del Gruppo tenendo conto degli stessi. In termini di adeguatezza patrimoniale, in accordo con quanto stabilito dal Comitato di Basilea (cd. Basilea2) e dalla normativa comunitaria, nonché in conformità con le disposizioni di vigilanza emanate dalla Banca d'Italia (cfr. Banca d'Italia, Circ. 263 del 27 dicembre 2006 "Nuove disposizioni di vigilanza prudenziale per le banche"), il Gruppo ha definito un processo interno (cd. ICAAP - Internal Capital Adequacy Assessment Process) di autonoma valutazione della propria adeguatezza patrimoniale, cioè dell'a-

deguatezza, 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 di rischi cui il Gruppo può essere esposto comprende:

- **rischio di credito:** il rischio di insolvenza della controparte, ovvero la probabilità che un debitore non adempia alle proprie obbligazioni o che ciò accada in ritardo rispetto alle scadenze prefissate. In particolare, per rischio di credito si intende la possibilità che una variazione inattesa del merito creditizio di una controparte, nei confronti della quale esiste un'esposizione, generi una corrispondente variazione inattesa del valore di mercato della posizione creditizia;
- **rischio di controparte:** rischio legato all'eventualità che la controparte di una transazione avente a oggetto determinati strumenti finanziari risulti inadempiente prima del regolamento della transazione stessa. Si tratta di una particolare fattispecie del rischio di credito, che genera una perdita se le transazioni poste in essere con una determinata controparte hanno un valore positivo al momento dell'insolvenza; tuttavia, a differenza del rischio di credito generato da un finanziamento, dove la probabilità di perdita è unilaterale, in quanto in capo alla sola banca erogante, il rischio di controparte crea, di regola, un rischio di perdita di tipo bilaterale;
- **rischio operativo:** rischio di subire perdite economiche derivanti dall'inadeguatezza o dalla disfunzione di procedure, risorse umane e sistemi interni, oppure da eventi esogeni. Rientrano in tale tipologia, tra l'altro, le perdite derivanti da frodi, errori umani, interruzioni dell'operatività, indisponibilità dei sistemi, inadempienze contrattuali, catastrofi naturali. Nel rischio operativo è compreso il rischio legale (ivi compreso il rischio di riciclaggio), mentre non sono inclusi quelli strategici e di reputazione;
- **rischio di mercato:** rischio di subire perdite a fronte di variazioni di valore di uno strumento o di un portafoglio di strumenti finanziari connesse a variazioni inattese delle condizioni di mercato (corsi azionari, tassi di interesse, tassi di cambio, prezzi delle merci, volatilità dei *risk factor*);
- **rischio di tasso di interesse sul portafoglio bancario:** rischio derivante da variazioni potenziali dei tassi di interesse. Tale rischio è generato dalle differenze nelle scadenze e nei tempi di ridefinizione del tasso di interesse delle attività e delle passività del Gruppo. In presenza di tali differenze, fluttuazioni dei tassi di interesse determinano sia una variazione

degli utili, e quindi del profitto atteso, sia una variazione del valore di mercato delle attività e delle passività e quindi del valore economico del patrimonio netto;

- **rischio di liquidità:** si manifesta sotto forma di inadempimento ai propri impegni di pagamento, che può essere causato da incapacità di reperire fondi (*funding liquidity risk*) ovvero dalla presenza di limiti allo smobilizzo delle attività (*market liquidity risk*). Nell'ambito dei rischi di liquidità si 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).

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 evidenzia-

re tali comportamenti illeciti, applicabili a tutte le unità organizzative interessate nonché portati a conoscenza di tutti i soggetti coinvolti.

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

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

A tale proposito, nelle società del Gruppo Bancario, è stato adottato e attuato, ai sensi del D.Lgs. n. 231/01 e successive modifiche, un modello di organizzazione e gestione che punta, tra l'altro, a prevenire i comportamenti contrari ai principi di correttezza, legalità e trasparenza nella gestione degli affari da parte dei collaboratori, anche al fine di evitare la configurazione della responsabilità amministrativa delle società per i reati commessi dai collaboratori nell'interesse o a vantaggio delle stesse. La corretta comprensione e divulgazione dei contenuti e dei principi informativi di tale modello è assicurata da specifiche iniziative di formazione, erogate in modalità e-learning a tutti i dipendenti e Promotori Finanziari. Nel 2012 non risultano episodi accertati che ricadono nell'applicazione della citata normativa.

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

Per quanto in particolare concerne la fattispecie del riciclaggio e finanziamento del terrorismo, si evidenzia che il Gruppo Bancario - in ottemperanza al Provvedimento di Banca d'Italia del 10 marzo 2011 in materia di organizzazione, procedure e controlli interni - ha istituito, a decorrere dal 1° settembre 2011, una Funzione Antiriciclaggio di Gruppo specificamente deputata al presidio del rischio in questione e ha promulgato in pari data la "Policy di gestione del rischio riciclaggio e di finanziamento del terrorismo" cui tutti i dipendenti e collaboratori devono attenersi. Il Gruppo Bancario si è dotato inoltre di normativa interna costantemente aggiornata nonché di appositi software/applicativi che concorrono a fornire gli strumenti per aumentare la conoscenza della propria clientela e il monitoraggio della sua operatività. Con l'obiettivo di valutare la conformità dei relativi processi a quanto previsto dalla normativa vigente, vengono effettuate verifiche periodiche da parte della citata funzione. Stante la centralità della formazione in materia al fine di una efficace prevenzione del rischio, la fruizione del corso antiriciclaggio on-line relativa all'anno 2012 da parte del personale dipendente e dei collaboratori di sede si assesta oltre il 96%, mentre per quanto concerne la Rete si assesta oltre il 97%. Nel corso del 2012 sono

stati effettuati ulteriori interventi formativi in aula destinati al personale dipendente di front office o comunque maggiormente interessato dalle attività di presidio dei fenomeni di riciclaggio e finanziamento del terrorismo, ad alcuni promotori finanziari e alle figure manageriali di Rete volti ad approfondire le tematiche relative all'individuazione e segnalazione di operazioni sospette e alla verifica rafforzata sulla clientela con maggior rischio di esposizione ai fenomeni indicati.

Nel 2012 il Gruppo 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 e un ottimo livello di servizio ai clienti nel caso di interruzioni accidentali dell'operatività dovuta a fattori endogeni o

esogeni di carattere eccezionale.

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

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

Si precisa che il presente documento fornisce di regola informazioni riferibili al 31 dicembre 2012. 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 sia nel previgente Codice Etico del Gruppo Generali, in vigore fino a dicembre 2012, che nel Codice Interno di Comportamento in vigore, recentemente aggiornato alle regole di condotta contenute nel Codice di Condotta del Gruppo Generali, che ha sostituito il Codice Etico in parola.

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

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

Nel 2012 non risultano pervenute alla funzione competente segnalazioni di violazione del previgente Codice Etico.

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

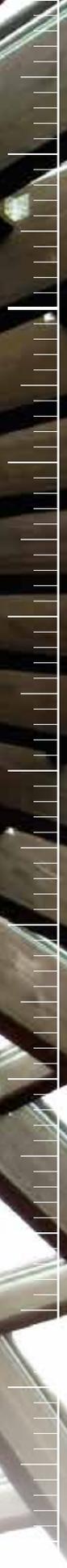
La formulazione del previgente Codice Etico, e ora del nuovo Codice Interno di Comportamento, sottintende l'esistenza di specifici codici che - nel rispetto delle normative, delle prassi e della cultura di ciascun Paese - disciplinano più dettagliatamente i rapporti con i principali interlocutori intrattenuti 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 in data 29 settembre 2010, 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 delle normative italiane di recepimento della Direttiva MiFID (con particolare riferimento al già citato Regolamento della Banca d'Italia e della Consob) e il cui ultimo aggiornamento è in vigore dall'8 maggio 2013. Tale Politica delinea la metodologia adottata ai fini dell'individuazione dei conflitti di interesse effettivi e potenziali, descrive le fattispecie generatrici di conflitto di interessi, definendo le relative misure di gestione e specifica il Modello organizzativo per la gestione dei conflitti d'interesse, la cui funzione è di garantire una gestione efficiente dei conflitti nel tempo. La politica in materia di conflitti d'interesse è approvata dal Consiglio di Amministrazione;
- c. il Codice Etico per i fornitori del Gruppo Generali, recepito da Banca Generali in data 25 luglio 2012, che delinea i principi di comportamento e le conseguenti condotte attese dai propri partner contrattuali (consulenti, fornitori ecc.) quando agiscono per conto del Gruppo.





2



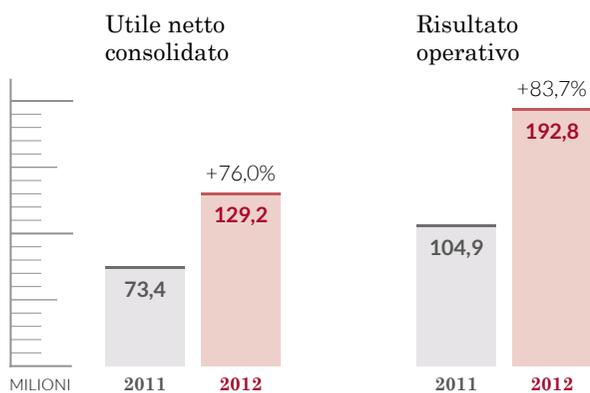
2

RENDICONTAZIONE ECONOMICA

Principali indicatori finanziari

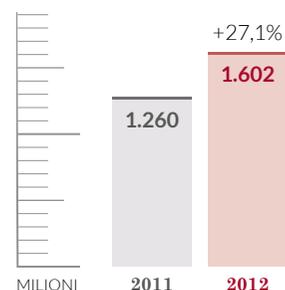
Indicatori reddituali consolidati

(MILIONI DI EURO)	31.12.2012	31.12.2011	VAR. %
Margine di interesse	111,6	49,1	127,4
Commissioni nette	214,1	188,0	13,9
Dividendi e risultato netto dell'attività finanziaria	12,4	6,7	84,7
Margine di intermediazione	338,0	243,7	38,7
Spese per il personale	-67,2	-64,8	3,7
Altre spese amministrative	-92,7	-78,6	17,9
Ammortamenti	-4,5	-4,1	9,8
Altri proventi e oneri di gestione	19,1	8,7	120,9
Costi operativi netti	-145,2	-138,8	4,6
Risultato operativo	192,8	104,9	83,7
Accantonamenti	-18,6	-10,1	84,9
Rettifiche di valore	-4,3	-6,0	-28,3
Utile ante imposte	169,9	88,9	91,1
Utile netto	129,2	73,4	76,0
Cost income ratio	41,6%	55,3%	-24,7
EBTDA	197,3	109,0	81,0
ROE	58,26%	38,93%	49,7
EPS - earning per share (euro)	1,154	0,657	75,6



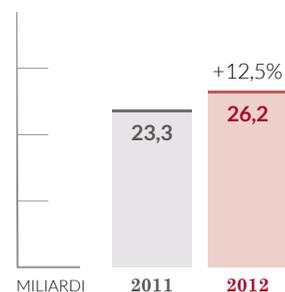
Raccolta netta

DATI ASSORETI (MILIONI DI EURO)	31.12.2012	31.12.2011	VAR. %
Fondi Comuni e Sicav	444	-11	4.136,4
Gestioni patrimoniali	68	-177	138,4
Assicurazioni / Fondi pensione	1.115	713	56,4
Titoli / Conti correnti	-25	735	-103,4
Totale	1.602	1.260	27,1



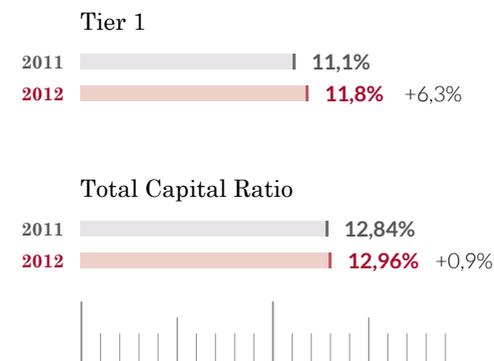
Asset Under Management & Custody (AUM/C)

DATI ASSORETI (MILIARDI DI EURO)	31.12.2012	31.12.2011	VAR. %
Fondi Comuni e Sicav	6,8	5,9	15,6
Gestioni patrimoniali	3,1	2,8	10,3
Assicurazioni / Fondi pensione	8,5	7,3	16,0
Titoli / Conti correnti	7,8	7,2	7,3
Totale	26,2	23,2	12,5



Indici di solvibilità

(MILIONI DI EURO)	31.12.2012	31.12.2011	VAR. %
Patrimonio netto	395,1	262,4	50,6
Patrimonio di vigilanza	276,5	236,5	16,9
Excess capital	105,8	89,1	18,7
Tier 1 Ratio (patrimonio base/attività di rischio ponderate)	11,83%	11,12%	6,3
Totale capital ratio (patrimonio di vigilanza/attività di rischio ponderate)	12,96%	12,84%	0,9



Indici di efficienza del personale

(MILIONI DI EURO)	31.12.2012	31.12.2011	VAR. %
Numero dipendenti	785	767	2,3
Numero promotori finanziari	1.453	1.471	-1,2
Margine di intermediazione / numero di dipendenti	0,4	0,3	35,5
Asset under management (AUM) / numero promotori	18,0	15,8	13,9

La performance economica del 2012

Il Gruppo Banca Generali ha chiuso l'esercizio 2012 con un utile netto di 129,2 milioni di euro, con un incremento di circa 55,8 milioni di euro rispetto al risultato dell'esercizio 2011 (+76,0%), attestandosi così al massimo livello finora raggiunto nella storia di Banca Generali.

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

Il margine di intermediazione cresce in misura significativa rispetto al 31 dicembre 2011, passando dai 243,7 milioni del 2011 ai 338 milioni del 2012 (+38,7%), a seguito di un forte incremento delle commissioni nette (+13,9%, pari a +26,1 milioni di euro), di una rilevante crescita del margine di interesse per 62,5 milioni di euro (+127,4%) derivante dall'andamento del mercato dei tassi di interesse e dalle operazioni di LTRO effettuate, e infine di un buon risultato ottenuto nell'ambito della gestione degli investimenti in titoli di proprietà che rispetto all'esercizio precedente segna un incremento di 5,7 milioni di euro.

Le spese amministrative al 31 dicembre 2012 si sono attestate a 159,8 milioni di euro, in aumento dell'11,5% rispetto all'esercizio 2011 con le spese del personale che passano dai 64,8 milioni del 2011 ai 67,2 milioni di euro del 2012 (+3,7%), mentre le altre spese amministrative si attestano a fine anno a 92,7 milioni di euro in crescita del 17,9% rispetto ai 78,6 milioni di euro dell'esercizio precedente, per effetto principalmente dell'incremento degli oneri per la nuova imposta di bollo che trova tuttavia contropartita nella simmetrica crescita dei recuperi di imposta a

carico della clientela rilevati tra gli altri proventi; al netto di tale componente le altre spese amministrative sarebbero cresciute del 6,8%.

Gli accantonamenti netti ammontano a circa 18,6 milioni di euro, in crescita dell'84,9% rispetto al dato dell'esercizio 2011, e si riferiscono principalmente agli accantonamenti inerenti alla rete distributiva e in minor misura per il personale e il contenzioso.

Il totale complessivo di asset under management intermediati dal Gruppo per conto della clientela e raccolti per il tramite della rete dei promotori finanziari al 31 dicembre 2012 ammonta a 26,2 miliardi di euro a fronte dei 23,3 miliardi di euro dell'esercizio 2011; inoltre, in aggiunta al suddetto ammontare, al 31 dicembre 2012 si rilevano circa 1,5 miliardi di euro depositati in risparmio amministrato da società del Gruppo Assicurazioni Generali e 6,4 miliardi di euro di fondi comuni/sicav e gpf/gpm gestiti e distribuiti direttamente dalle società di gestione o da soggetti terzi al Gruppo bancario, per un totale complessivo pari a 34,1 miliardi di euro rispetto ai 31,5 miliardi di euro di fine 2011.

Nell'ambito del mercato della distribuzione dei prodotti finanziari tramite la rete dei promotori finanziari, secondo i dati Assoreti, il Gruppo Banca Generali con 26,2 miliardi di asset under management si posiziona tra i primi posti del mercato, come pure in termini di raccolta netta con circa 1,6 miliardi di euro nel 2012.

Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione

Metodologia di calcolo

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

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

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

Grande attenzione viene riservata anche ai bisogni della colletti-

vità/ambiente sia attraverso iniziative di beneficenza sia mediante l'impegno in opere di carattere sociale e culturale.

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

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

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

La distribuzione del valore aggiunto

Il Gruppo Banca Generali ha conseguito nel 2012 ricavi netti per 573,5 milioni di euro, in crescita di quasi il 30% rispetto al 2011, principalmente per effetto della rilevante crescita di interessi attivi e commissioni. La dinamica dei consumi ha registrato una espansione di 27,2 milioni rispetto all'esercizio precedente (+19,9%) per effetto della significativa espansione degli interessi passivi.

Il VAG lordo è stato di 410 milioni di euro e è ripartito come segue:

- Risorse Umane (dipendenti e altri collaboratori): 16,38% circa del VAG lordo prodotto, per un totale di 67,2 milioni di euro (20,87% nel 2011).
- Promotori Finanziari: 36,5% del VAG Lordo prodotto, per un totale di 149,7 milioni di euro (45,53% nel 2011).
- Sistema Stato: 13,5% circa del VAG lordo (7,33% nel 2011), pari a 55,4 milioni.
- Il 7,82% del VAG (5,19% del 2011), pari a 32,1 milioni, trattenuto dal Sistema Impresa sotto forma di utili non distribuiti e di ammortamenti. L'importo è da considerare come investimento che le altre categorie di stakeholder effettuano ogni anno al fine di mantenere in efficienza e permettere lo sviluppo del complesso aziendale.
- Azionisti: 25,73% del VAG Lordo rispetto al 21,06% nel 2011, pur mantenendo un adeguato livello di patrimonializzazione della banca. Circa 3,9 milioni di euro costituiscono l'attribuzione agli azionisti terzi del Gruppo dell'utile di loro pertinenza.

Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto Globale

VOCI DI BILANCIO (MIGLIAIA DI EURO)	2012	2011
10. Interessi attivi e proventi assimilati	157.392	79.231
40. Commissioni attive	384.633	350.722
70. Dividendi e proventi simili	739	92.259
80. Risultato netto dell'attività di negoziazione	8.485	-87.593
90. Risultato netto dell'attività di copertura	-937	-
100. Utile (perdita) da cessione o riacquisto di:	4.067	2.022
a. crediti	-4.311	893
b. attività finanziarie disponibili per la vendita	7.549	1.330
c. attività finanziarie detenute sino alla scadenza	829	-201
220. Altri oneri/proventi di gestione	19.139	8.666
A. Totale ricavi netti	573.518	445.307
20. Interessi passivi e oneri assimilati	-45.840	-30.172
50. Commissioni passive ⁽¹⁾	-20.900	-21.450
Altre spese amministrative ⁽²⁾	-74.315	-69.083
130. Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	-4.284	-5.979
a. crediti	-3.572	-2.163
b. attività finanziarie disponibili per la vendita	-1.016	-3.980
c. attività finanziarie detenute sino alla scadenza	304	164
190. Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	-18.613	-10.068
B. Totale consumi	-163.952	-136.752
C. Risultato netto della gestione assicurativa	-	-
D. Valore aggiunto caratteristico lordo	409.566	308.555
270. Utili (perdite) da cessione di investimenti	-4	-1
310. Utile dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	451	1.835
E. Valore Aggiunto Globale Lordo	410.013	310.389
Ammortamenti	-4.493	-4.091
F. Valore Aggiunto Globale Netto	405.520	306.298
180.a Spese per il personale ⁽³⁾	-216.829	-206.090
180.b Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse ⁽⁴⁾	-18.162	-9.396
180.b Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità ⁽⁴⁾	-174	-84
G. Risultato prima delle imposte	170.355	90.728
290. Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	-37.276	-13.354
330. Utile di esercizio di pertinenza di terzi	-3.867	-3.955
H. Risultato d'esercizio di pertinenza della capogruppo	129.212	73.419

(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

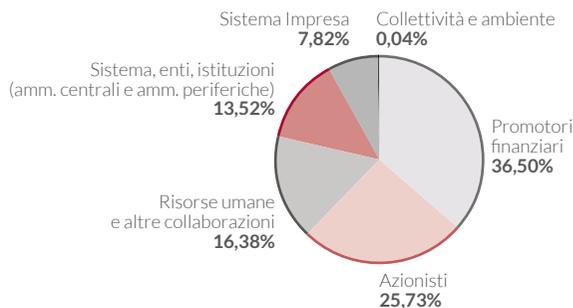
(4) Dato esposto a voce propria nello schema di determinazione del Valore Aggiunto.

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

VOCI DI BILANCIO (MIGLIAIA DI EURO)	2012	2011	VARIAZIONE
A. Totale ricavi netti	573.518	445.307	128.211
B. Totale consumi	-163.952	-136.752	-27.200
C. Risultato netto della gestione assicurativa	-	-	-
D. Valore aggiunto caratteristico lordo	409.566	308.555	101.011
E. Valore aggiunto globale lordo	410.013	310.389	99.624
Ripartito tra:			
1. Azionisti	105.502	65.370	40.132
Soci privati	101.635	61.415	40.220
Utile di esercizio di pertinenza di terzi	3.867	3.955	-88
2. Risorse umane	216.829	206.090	10.739
Costo lavoratori subordinati, spese per contratti a tempo indeterminato e determinato	65.727	62.033	3.694
Costo promotori finanziari	149.668	141.310	8.358
Costo altre collaborazioni	1.434	2.747	-1.313
3. Sistema, enti, istituzioni (amministrazioni centrali e amministrazioni periferiche)	55.438	22.750	32.688
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	18.162	9.396	8.766
Imposte sul reddito dell'esercizio	37.276	13.354	23.922
4. Collettività e ambiente	174	84	90
Elargizioni e liberalità	174	84	90
5. Sistema Impresa	32.070	16.095	15.975
Variazione riserve	27.577	12.004	15.573
Ammortamenti	4.493	4.091	402
Valore Aggiunto Globale Lordo	410.013	310.389	99.624

Ripartizione del Valore Aggiunto Globale

	2012	2011
Azionisti	25,73%	21,06%
Risorse Umane	52,88%	66,40%
Risorse Umane e altre collaborazioni	16,38%	20,87%
Promotori finanziari	36,50%	45,53%
Sistema, enti, istituzioni (amm. centrali e amm. periferiche)	13,52%	7,33%
Collettività e ambiente	0,04%	0,03%
Sistema Impresa	7,82%	5,19%
	100,00%	100,0%







3



3

RELAZIONE SOCIALE

Gli stakeholder

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

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

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

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

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

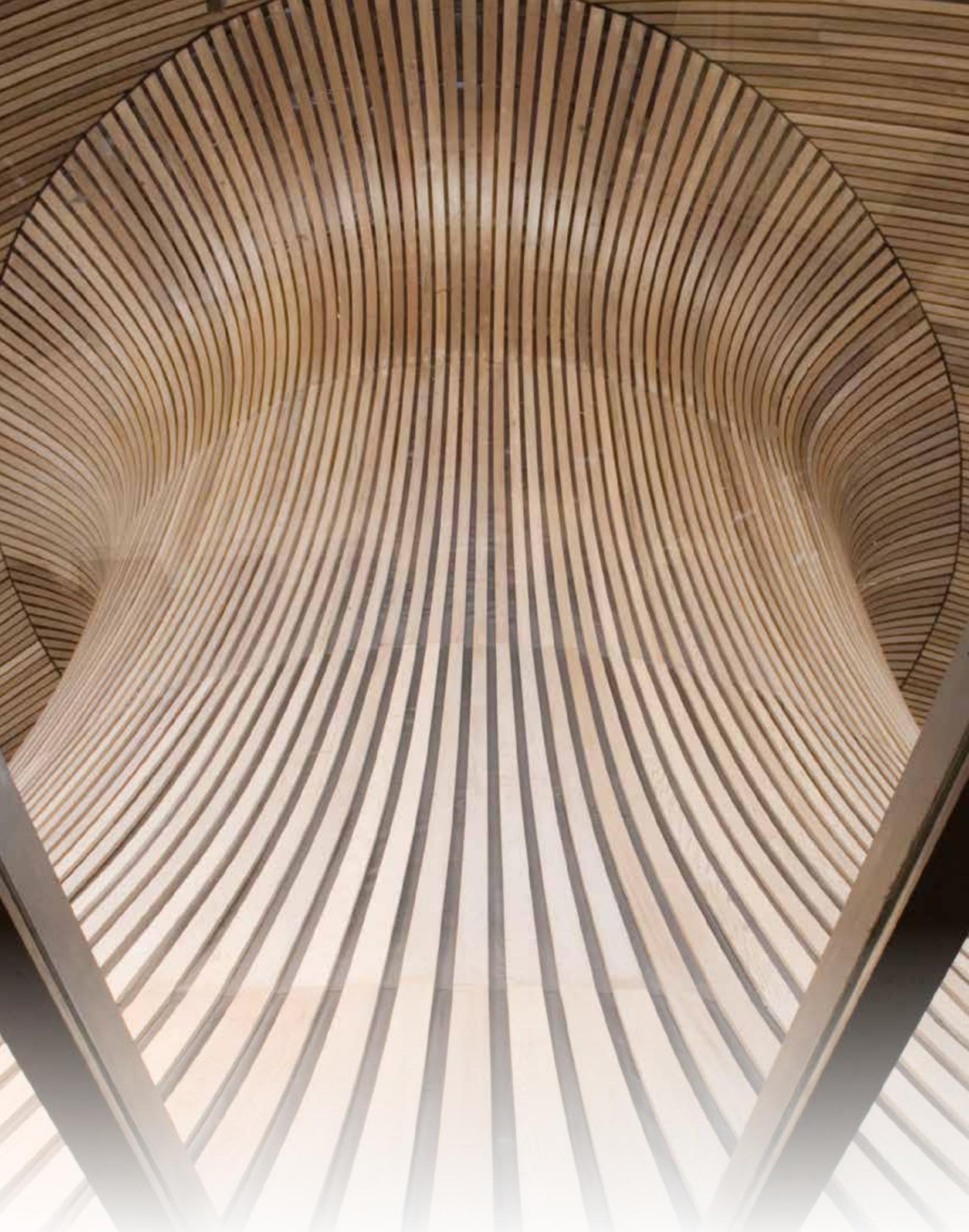
Infatti sono proseguite le attività di dialogo diretto con le singole categorie di stakeholder; in particolare, i dipendenti sono stati coinvolti con indagini di clima, focus group, forum tematici di discussione.

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

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

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

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





3.1 I CLIENTI

1. Caratteristiche della clientela

Dimensione e caratteristiche della clientela

Nel 2012 Banca Generali annovera oltre 235.000 clienti, in leggera flessione (-3%) rispetto al 2011, a causa della riduzione del numero di clienti residuali, cioè di quella fascia di clientela con un patrimonio molto limitato investito nel Gruppo. L'Asset Under Management complessivamente gestito dalla

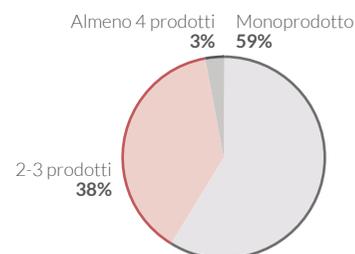
Banca è infatti aumentato del 12%, nonostante l'attuale contesto economico, caratterizzato da una crisi generalizzata e dalla forte volatilità dei mercati finanziari che disincentivano gli investimenti.

Numero clienti e distribuzione per fasce patrimoniali

	2011	2012	VAR. %
N° clienti	235.468	241.896	- 3
Asset under management (euro/m)	26,1	23,3	+12

Distribuzione clienti per numero prodotti sottoscritti con il Gruppo Bancario

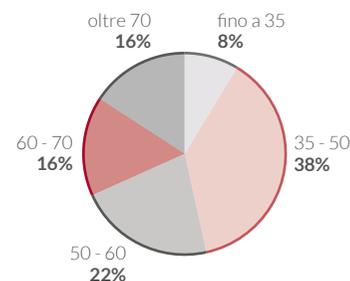
	2011	%	2012	%
Monoprodotto	146.751	60%	138.649	59%
2-3 prodotti	88.981	37%	89.813	38%
Almeno 4	6.164	3%	7.006	3%
Totale	241.896	100%	235.468	100%



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

Distribuzione clienti per fascia d'età

ETÀ (ANNI)	2011	%	2012	%
fino a 35	18.042	8%	20.093	8%
35 - 50	90.291	38%	87.783	38%
50 - 60	52.988	22%	50.312	22%
60 - 70	38.403	16%	36.851	16%
oltre 70	38.864	16%	36.664	16%
Totale*	238.588	100%	231.703	100%



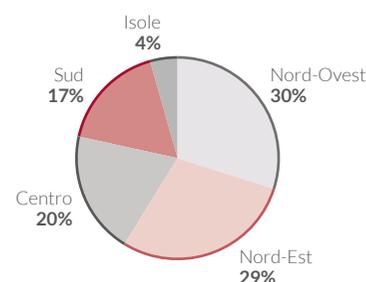
* Il totale clienti non corrisponde a quello indicato nelle tabelle precedenti, perché per alcuni clienti il dato relativo alla fascia d'età non è disponibile.

Nel corso del 2012 c'è stato un leggero incremento del segmento giovani, grazie anche alle iniziative sviluppate nel corso dell'anno per questa tipologia di clientela, con particolare riferimento ai figli dei clienti di Banca Generali; per maggiori informazioni si rimanda ai capitoli "Sviluppo di servizi bancari per le famiglie

e le categorie sociali più deboli" e "Vicinanza ai clienti". Rimane netta la prevalenza di clientela compresa nella fascia dai 35 ai 60, ovvero la popolazione che produce reddito, oltre ad avere disponibilità patrimoniali (mobiliari e immobiliari).

Distribuzione clienti per area geografica

ZONA	2011	%	2012	%
Nord-Ovest	101.380	42%	70.209	30%
Nord-Est	40.315	17%	67.802	29%
Centro	47.752	20%	46.170	20%
Sud	40.924	17%	40.285	17%
Isole	10.824	4%	10.300	4%
Totale*	241.195	100%	234.766	100%



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

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

Distribuzione clienti per sesso d'appartenenza

SESSO	2011	%	2012	%
Femminile	94.692	40%	93.435	40%
Maschile	143.860	60%	138.234	60%
Totale*	238.552	100%	231.669	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

Invariata la suddivisione della clientela: 60% è rappresentato da uomini e il 40% da donne. Il dato è sostanzialmente in linea con la distribuzione della ricchezza in Italia e dei clienti delle Istituzioni

finanziarie: nel 2012, i sottoscrittori di fondi e Sicav in Italia erano per il 56% uomini e 44% donne (dati Assogestioni).

2. Relazioni con la clientela

Innovazione, capacità di adattamento, vicinanza e dialogo con i clienti, comunicazione: questi sono alcuni elementi che caratterizzano Banca Generali.

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 Promotori Finanziari e Private Banker su tutto il territorio.
- Responsabilità sociale d'impresa: il Gruppo vuole contribuire in modo concreto a uno sviluppo economico e sociale basato sul rispetto dei diritti umani fondamentali e del lavoro e sulla tutela ambientale, promuovendo la cultura della sostenibilità nell'ambito di tutte le proprie sfere d'influenza, in particolare presso il Personale, i clienti e fornitori.
- Dati personali e privacy: i dati personali sono trattati in modo corretto nel rispetto dei diritti in materia di privacy, assicurandone l'inaccessibilità ai terzi, se non per giustificati motivi aziendali o in presenza di apposito mandato esterno.
- Conflitti d'interesse: il Gruppo ha adottato una specifica policy interna per evitare i conflitti d'interesse e, qualora ciò non fosse possibile, per gestirli in modo da non negare pregiudizio al Gruppo e alla clientela.
- Libera concorrenza e Antitrust: il Gruppo riconosce la libera concorrenza quale fattore fondamentale per lo sviluppo degli affari e dei risultati aziendali.
- Informativa Finanziaria: il Gruppo da sempre punta su un'informativa finanziaria completa e accurata relativa ai prodotti e ai servizi offerti affinché i clienti possano prendere decisioni consapevoli.
- Lotta alla corruzione e alla concussione: il Gruppo condanna e contrasta la corruzione e la concussione in ogni forma.
- Antiriciclaggio: il Gruppo è impegnato nella lotta 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 2012 l'innovazione dei prodotti e servizi del Gruppo Banca Generali ha riservato particolare attenzione alle seguenti tematiche:

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

- il continuo sviluppo di BG Selection Sicav, la piattaforma di fondi di fondi di Generali Fund Management (GFM), da oltre 4 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 2012 sono stati lanciati tre nuovi comparti di BG Selection, per un totale di 41 comparti differenziati per strategia di investimento, asset class e profilo di rischio, con possibilità di investimento in un'unica soluzione o in un piano di accumulo;
- il riposizionamento strategico di BG Sicav, la soluzione di risparmio gestito di Generali Fund Management (GFM) per l'investimento in titoli, che nel 2012 è stata oggetto sia di operazioni di restyling della gamma attuale sia di importanti sforzi nell'attività di selezione di primari gestori internazionali, per innovare l'offerta obbligatoria in particolare verso strategie globali e in grado di garantire al cliente la massima flessibilità;
- il continuo arricchimento dell'offerta *multibrand* con il lancio di circa 100 nuovi comparti di gestori terzi, per un totale di oltre 1.200 prodotti gestiti da 24 Società italiane ed estere.

Protezione degli investimenti delle famiglie, attraverso:

- la protezione del capitale investito alla scadenza, sia con la

unit linked BG Evolution che con la gestione patrimoniale BG Target. L'offerta prevede un asset allocation multimanager e la possibilità per il cliente di aderire per periodi variabili sulla base dei diversi obiettivi d'investimento (da un minimo di 5 a un massimo di 23 anni);

- la garanzia del capitale investito attraverso l'investimento nelle Gestioni Separate del Gruppo Generali, anche quando il cliente abbia la necessità di disinvestire prima della scadenza. A tal proposito è opportuno evidenziare due iniziative di grande successo a favore dei clienti nel 2012: il nuovo prodotto "BG Più Italia", polizza tradizionale a premio unico caratterizzata da una rilevante connotazione degli investimenti verso i titoli governativi italiani, nella doppia versione a cedola e a capitalizzazione, e la promozione «BG New Security», che ha offerto per tutto il 2012 un extra rendimento dello 0,50% per i primi 12 mesi sulla Gestione Separata Ri-Alto;
- 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 Generali per la protezione dell'abitazione e della vita familiare con garanzia di copertura in caso di danni causati a terzi, danni al fabbricato e al suo contenuto;
- la protezione del futuro dei figli con la polizza BG 18 anni, che consente di creare con un piano di risparmio. Accanto all'opzione "Borsa di Studio", che consente l'erogazione dilazionata del capitale per finanziare gli anni di studio o la riscossione del capitale quale valido sostegno per l'acquisto della prima auto, della prima casa o per l'avvio professionale, nel 2012 è stato introdotto anche il bonus fedeltà del 5% riconosciuto alla scadenza del contratto.

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

- l'offerta di conti correnti con condizioni a hoc per associazioni che raggruppano famiglie di disabili (es. Onlus e l'Anatrocolo) o che sostengono la ricerca scientifica sulle malattie più rare (es. AISM - Associazione Italiana Sclerosi Multipla), la semplificazione della gamma dei conti correnti con l'obiettivo, avere prodotti diversificati per le diverse esigenze (es.

famiglia, giovani, pensionati) e garantire servizi sempre più completi;

- l'offerta del "Conto di Base" con operatività limitata per pagamenti tramite bonifico e carta di debito, in linea con le iniziative assunte dal Governo in tema di limitazione dell'uso di contante e promozione degli strumenti elettronici di pagamento;
- l'offerta di mutui e prestiti di primarie istituzioni finanziarie terze per favorire e tutelare l'investimento immobiliare residenziale dei propri clienti;
- la proposta di carte prepagate senza spese di conto corrente destinate in particolare alla categoria dei giovani con l'iniziativa "Un Campione per amico" (per maggiori informazioni in merito si rimanda al Capitolo Comunità);
- l'offerta di una nuova carta di credito con tecnologia Mastercard Pay Pass, che permette di effettuare acquisti inferiori a 25 euro in totale sicurezza e con la massima semplicità.

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

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

liquidità del prodotto in oggetto e viene riassunta per mezzo di un indice (numerico) sintetico di rischio (ISR);

- la proposta ai propri clienti di prodotti di investimento il cui profilo di rischio-rendimento è coerente con il profilo finanziario dei clienti stessi. La valutazione dell'adeguatezza e appropriatezza è effettuata attraverso una procedura informatica di supporto appositamente sviluppata, che è stata ulteriormente implementata prevedendo tra l'altro specifici controlli per la distribuzione dei cosiddetti prodotti illiquidi (cioè quei prodotti che presentano un "rischio di liquidità"¹ quali a 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;
- il lancio di Fep on Tablet, un innovativo strumento di relazione con il Cliente, a conferma della volontà di Banca Generali di essere sempre al passo con lo sviluppo tecnologico e per rispondere alla crescente domanda di servizi in mobilità da parte dei clienti. Fep on Tablet è infatti una APP per dispositivi Tablet, con la quale i clienti possono consultare insieme al Promotore Finanziario e Private Banker di Banca Generali la propria posizione e, grazie a sviluppi che si concluderanno nel 2013, anche firmare direttamente sul tablet i contratti, con l'introduzione della firma digitale grafometrica;
- l'ulteriore sviluppo di BG Advisory, il servizio di consulenza finanziaria evoluta di Banca Generali. Lanciata nel 2008, la piattaforma ha l'obiettivo di supportare i Promotori Finanziari e i Private Banker di Banca Generali nell'attività di analisi dei bisogni e nella costruzione e monitoraggio periodico del portafoglio finanziario dei propri clienti e prospect. Nel corso del 2012 l'attività si è focalizzata principalmente sulla formazione alla rete di vendita, sia in aula che a distanza, grazie all'introduzione dei "Webinar".

¹ Definizione tratta dalla Comunicazione Consob n. 9019104 del 2 marzo 2009 "Il dovere dell'intermediario di comportarsi con correttezza e trasparenza in sede di distribuzione di prodotti finanziari illiquidi" (Per prodotti illiquidi si intendono quelli che determinano per l'investitore ostacoli o limitazioni allo smobilizzo entro un lasso di tempo ragionevole, a condizioni di prezzo significative, ossia tali da riflettere, direttamente o indirettamente, una pluralità di interessi in acquisto e in vendita). A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, si fa riferimento alle obbligazioni bancarie, alle polizze assicurative e ai derivati negoziati over the counter, che per ragioni di diritto o di fatto si connotano come prodotti con specifico "rischio di liquidità", determinato dall'impossibilità giuridica o dalla limitazione fattuale al disinvestimento.

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

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

- la revisione del Welcome Kit per i clienti che aprono un rapporto di conto corrente con la banca. Il Kit prevede una Guida ai Servizi migliorata nella grafica e coerente con l'obiettivo di rendere sempre più facili e immediate le informazioni;
- la revisione delle comunicazioni ai clienti successive all'apertura dei rapporti, rendendo più chiara e immediata la lettura delle stesse, con un lay-out coerente a quello sviluppato l'anno precedente per gli estratti conto;
- il restyling della presentazione dell'offerta nel sito internet di Banca Generali, con un format totalmente rinnovato sia nei contenuti, più semplici e chiari, sia nella grafica e layout, passando da un approccio prettamente istituzionale a uno commerciale più orientato al cliente finale. I contenuti sono stati rivisti usando un linguaggio più vicino al cliente, la ricerca delle informazioni è stata semplificata permettendo di avere sempre tutto a portata di click.

Attenzione a tematiche relative all'ambiente e alla salute dei cittadini, attraverso:

- l'offerta di prodotti "socialmente responsabili"² (ovvero fondi di investimento e sicav che investono solo in società e imprese che soddisfano determinati requisiti etici, sociali e di governance). Nel 2012 sono 29 i comparti di Sicav terze, che investono nelle aziende eccellenti per corporate governance e rispetto ambientale, o che investono nella "green economy";
- la disponibilità di una tariffa agevolata per i non fumatori 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;
- il lancio della promozione "Scegli Doc@nline: Banca Generali ti premia" con l'obiettivo di incentivare la clientela all'utilizzo del servizio di gestione dei documenti informativi direttamente via internet, con evidenti vantaggi in termini di impatto ambientale, derivanti dal non utilizzo della carta.

Vicinanza ai clienti

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

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

Nel corso del 2012 sono stati effettuati alcuni restyling nei contenuti e nella grafica della parte informativa del sito internet, con un format innovativo per promuovere meglio i prodotti ed essere più vicini ai nostri clienti. Sono state introdotte nuove funzionalità per semplificare l'utilizzo del conto corrente via internet, quali la gestione dei bonifici e dei pagamenti in generale, una serie di strumenti di trading on-line evoluti, e infine un'informazione più completa sulle news dei mercati finanziari. Il canale Mobile è sta-

to notevolmente potenziato con il lancio di due nuove APP per cellulari Smartphone IOS e Android, ampliando di conseguenza le possibilità per i clienti di accedere sempre e ovunque al proprio servizio di Home Banking e Trading OnLine.

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 2012 ottime prestazioni. Il numero di chiamate accolte dai sistemi di risposta automatici (IVR) sono state 476.035. Di queste, il 63% sono state soddisfatte dai servizi automatici mentre per il restante 37% i clienti hanno richiesto l'assistenza di un operatore. I tempi di risposta delle 173.969 chiamate accolte dagli operatori si sono attestati intorno ai 34 secondi nell'anno (30 secondi nel 2011), con una percentuale di chiamate perse inferiore del 2% (in linea con il 2011), delle quali circa lo 0,5% abbandonate prima di 10 secondi.

Educazione finanziaria

Banca Generali contribuisce fattivamente alla trasparenza e chiarezza nella comunicazione ai clienti e ai consumatori in merito all'offerta di prodotti finanziari e più in generale in ambito economico-finanziario, impegnandosi direttamente nei progetti di educazione finanziaria e di comunicazione promossi dal Consorzio Patti Chiari, cui ha aderito fin dal 2005. Nell'ambito di tale collaborazione è stata promossa l'iniziativa "Impegni per la qualità", che ha coinvolto a partire dal 2010 tutta la rete distributiva del Gruppo Bancario in attività di formazione. Il piano formativo ha superato in modalità e-learning oltre 2.200 ore/uomo erogate, garantendo l'aggiornamento costante alla rete di Promotori Finanziari, Private Banker e Relationship Manager, affinché essi stessi possano essere portavoce verso la clientela finale dei progetti e obiettivi perseguiti dal Consorzio.

Sempre in relazione all'iniziativa "Impegni per la qualità" Banca

Generali ha infine implementato il nuovo servizio "Cambio banca", garantendo alla clientela finale il trasferimento automatico e in tempi certi delle utenze bancarie tra istituti finanziari, secondo quanto richiesto dal Consorzio Patti Chiari a tutela dei clienti.

Banca Generali promuove inoltre su tutto il territorio italiano i cosiddetti "Aperitivi finanziari", incontri gratuiti aperti a tutti i clienti e consumatori o pubblico in genere, organizzati in collaborazione con la propria rete e con primarie società di asset management, al fine di illustrare gli scenari macro-economici e la situazione dei mercati finanziari, nonché lo sviluppo e l'innovazione delle soluzioni di investimento. Oltre 1.600 clienti e prospect hanno partecipato agli eventi organizzati in tutta Italia da Banca Generali con interventi di asset manager ed esperti finanziari di primaria importanza.

Dialogo con la clientela

Customer satisfaction

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

Dato il modello di business della Banca, il principale canale per

la raccolta delle opinioni dei clienti è rappresentato dalla rete di Promotori Finanziari e Private Banker, che ogni anno sono coinvolti a vari livelli in attività mirate alla rilevazione del livello di soddisfazione.

Con il supporto infatti di una primaria società esterna, Eurisko,

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

I dati relativi al 2012, espressione delle interviste telefoniche a 150 Promotori Finanziari e Private Banker di Banca Generali, hanno confermato il livello generale di soddisfazione della rete con una valutazione media complessiva elevata a dimostrazione dell'attenzione riservata alla clientela.

A seguito dei risultati dell'indagine on-line effettuata nel corso del 2011 su un campione di 9.000 clienti con l'obiettivo di misurare il grado di soddisfazione della clientela sui servizi internet, nel 2012 è stata rilasciata la nuova versione aggiornata del sito

internet con nuovi servizi e funzionalità. Per maggiori informazioni si rimanda al capitolo "Vicinanza ai clienti".

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 2012 non si sono registrati casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti a comunicazioni di marketing delle società del Gruppo.

3. Sicurezza e privacy

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

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

Tutti i dipendenti e le reti di vendita sono informati sui principi di base e sui loro doveri in relazione alla protezione dei dati trattati. Le modalità di formazione, informazione e aggiornamento sono molteplici: manuali di istruzione, newsletter, corsi autodidattici in modalità e-learning e di approfondimento in aula, specifiche sezioni privacy presenti sui siti intranet, costantemente aggiornate. Nell'ottica di garantire un adeguato livello di sicurezza sull'integrità dei dati, l'affidabilità delle informazioni e la segretezza delle stesse, il sistema informativo del Gruppo Bancario è sotto presidio costante e si avvale di un piano di disaster recovery volto a garantire la continuità operativa anche nei casi di elevata instabilità ambientale.

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

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.

Per quanto riguarda specificamente il sistema di Home Banking, per il sito clienti sono state adottate le più avanzate soluzioni tecnologiche e i migliori sistemi di salvaguardia dei dati per garantire un alto livello di sicurezza. A ogni accesso alla piattaforma operativa del sito si attiva un collegamento tra il PC del cliente e il sistema banca, garantito dall'utilizzo di un protocollo anti-intercettazioni con chiavi crittografiche fino a 256 bit e certificato Global Trust. Sempre per il sito clienti, già dal 2010, sono stati attivati specifici servizi volti a prevenire operazioni informatiche fraudolente.

Per gli accessi della clientela tramite i canali telematici (internet e call center) è stato adottato un sistema a doppio livello di codici che prevede l'utilizzo di un codice identificativo e una password personalizzabile abbinata a una security card con terne dinamiche per la conferma delle operazioni dispositive. 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.

- Richiesta di cancellazione dei dati o trasformazione in forma anonima: richieste che rendono inutilizzabili i dati per fini che non siano strettamente strumentali al rapporto in essere con la banca.
- Segnalazioni all'Autorità Garante/richieste dal Garante: ricorsi all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali o all'Autorità Giudiziaria Ordinaria e/o di richieste di informazioni pervenute alle società da parte dell'Autorità Garante.

Le segnalazioni relative a richieste formulate ai sensi dell'esercizio dei diritti di cui all'art.7 del Codice Privacy pervenute nel corso del 2012 sono di seguito dettagliate:

SEGNALAZIONI PER TIPOLOGIA DI RICHIESTA	NUMERO
Richieste di accesso ai dati	1
Richieste di cancellazione dei dati	3
Opposizione al trattamento dei dati	85
Reclamo	3
Revoche commerciali	343
Totale	435

Nel corso del 2012, per l'intero Gruppo Banca Generali, risultano pervenuti alla funzione competente n. 3 reclami in materia privacy. Tutti i reclami sono stati respinti. Con riferimento a uno dei reclami Banca Generali ha informato del riscontro l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali, essendo tale reclamo indirizzato, per conoscenza, anche a tale Autorità.



4. Contenzioso

Al 31 dicembre 2012 il Gruppo risultava coinvolto in 120 vertenze legali attive o passive generate dall'attività bancaria a fronte delle numero 146 vertenze in essere al 31 dicembre 2011. 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 modifiche";
8. D.Lgs. n. 385 del 1° settembre 1993 - Testo Unico Bancario;
9. Regolamento Consob n. 16763 del 29 dicembre 2008;
10. D.Lgs. n. 28 del 4 marzo 2010 e Regolamento esecutivo del Ministero della Giustizia n. 180 del 18 ottobre 2010.

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

Nel corso dell'anno 2012 sono pervenuti 293 reclami da parte dei clienti del Gruppo Bancario (rispetto ai 332 dell'esercizio 2011), di cui 174 relativi ai servizi di investimento e accessori e 119 relativi a operazioni e servizi bancari e finanziari.

Il tempo medio complessivo di evasione dei reclami (consumatori e investitori) è stato pari a n. 40 giorni. Si precisa che il tempo

medio di evasione dei soli reclami investitori è stato pari a n. 53 giorni, mentre il tempo medio di evasione dei soli reclami consumatori è stato pari a n. 22 giorni.

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

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

Nell'anno 2012, sono stati presentati all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF) 4 ricorsi. Uno di tali ricorsi è stato accolto dall'Arbitro Bancario Finanziario. Un altro ricorso è stato invece respinto dall'Arbitro Bancario e Finanziario. Risulta ancora pendente la decisione relativa ai restanti 2 ricorsi.

Tutti i ricorsi sottoposti alla decisione del Collegio riguardavano contestazioni sulla esecuzione di operazioni bancarie. In particolare: un ricorso risultava vertere sulla errata esecuzione di un bonifico; un ricorso risultava avere a oggetto la tempistica di chiusura dei rapporti di conto corrente bancario e di dossier titoli, un ricorso aveva a oggetto il disconoscimento di operazioni di bonifico disposte attraverso il sistema di internet banking (c.d. "phishing"); un ricorso verteva sulla tempistica di esecuzione delle operazioni di trasferimento e liquidazione di posizioni bancarie e finanziarie cadute in successione. Il ricorso accolto riguardava la tempistica di chiusura dei rapporti di conto corrente bancario e di dossier titoli. Per effetto dell'accoglimento la Banca ha provveduto alla refusione di euro 22,10 a favore del cliente.

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

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

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

Il servizio di conciliazione è invece specializzato nella mediazione nel campo delle controversie relative a operazioni bancarie e finanziarie e può attivare su tutto il territorio nazionale una procedura da concludere entro quattro mesi. Tale attività di mediazione è svolta da un terzo imparziale e 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 2012 sono stati presentati 4 ricorsi all'Ombudsman - Giurì bancario da parte di clienti della Banca. Uno di tali ricorsi è stato accolto mentre altri due sono stati respinti. Un ricorso risulta in fase di definizione. Le controversie sottoposte al giudizio del Collegio riguardavano contestazioni sollevate su prodotti finanziari.

Infine, nell'anno sono state presentate alla Banca 28 istanze di mediazione. Le suddette istanze hanno avuto a oggetto contestazioni relative: i) all'operato dei promotori finanziari (24 casi); ii) alla corretta esecuzione di ordini impartiti dalla clientela (2 casi); iii) alla tempistica di esecuzione delle operazioni di trasferimento e liquidazione di posizioni bancarie e finanziarie cadute in successione (1 caso); iv) alla refusione di importi prelevati da terzi a seguito del furto della carta bancomat.

6. Stakeholder engagement

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

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

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

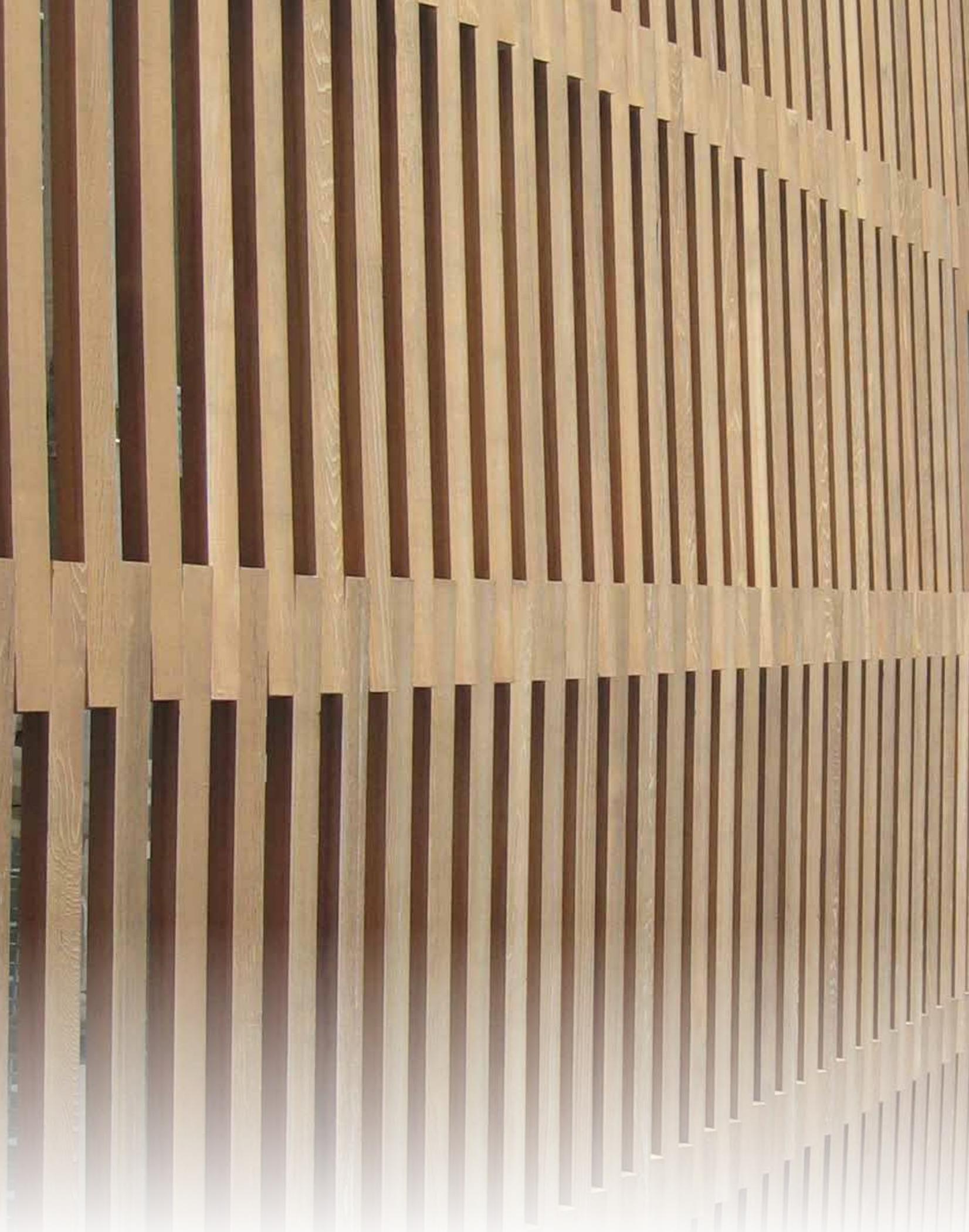
Il sostegno agli imprenditori, spesso anche persone fisiche, vuole essere un riconoscimento dell'importanza del ruolo della piccola e media impresa nell'ossatura economica del nostro Paese. Al piccolo e medio imprenditore italiano riconosciamo la grande capacità di sapersi muovere con tenacia, dinamismo e creatività in un contesto competitivo sempre più globale. Per poter sviluppare il suo potenziale, l'imprenditore ha necessariamente bisogno del sostegno degli istituti di credito. Ci è sembrato pertanto importante, in un momento in cui le esigenze di capitale hanno spesso costretto gli istituti tradizionali a rivedere le proprie politiche di credito, supportare quegli imprenditori, nostri clienti, con solide storie di crescita aziendale alle spalle, che ne hanno fatto richiesta. Nel corso del 2012, proporzionalmente alle proprie dimensioni, Banca Generali ha emesso nuove linee di credito per circa 300 milioni di euro, a supporto di imprenditori e indirettamente di tutti le famiglie di lavoratori che a essi fanno riferimento. Sebbene piccolo, siamo fiduciosi che questo possa essere un segnale di fiducia nei confronti del rilancio dell'economia italiana e soprattutto nel sistema delle piccole e medie aziende italiane.

Nel corso del 2012 sono inoltre state confermate e rilanciate diverse iniziative legate al tema della protezione e del benessere delle famiglie attraverso una ampia serie di prodotti assicurativi (la protezione in caso di decesso del capofamiglia, l'assicurazione per la protezione dell'abitazione familiare) e servizi bancari, tra

cui vogliamo segnalare in particolare l'offerta di conti correnti con condizioni a hoc per associazioni che raggruppano famiglie con disabili o che sostengono la ricerca scientifica sulle malattie più rare. Abbiamo inoltre promosso l'offerta di mutui e prestiti di primarie istituzioni finanziarie terze per favorire l'investimento immobiliare, in particolare con una promozione sui mutui a tasso fisso per l'acquisto della casa. Per rispondere alla crescente mobilità delle famiglie, nel 2012 sono state lanciate due App per consultare ed eseguire operazioni da Smartphone. Infine, in ottica di protezione degli investimenti delle famiglie, è continuata l'offerta di prodotti con protezione del capitale investito a scadenza, sia come polizza unit-linked che come gestione di portafoglio e di polizze assicurative con garanzia del capitale anche in caso di disinvestimento prima della scadenza, quali in particolare "BG Più Italia".

Per le giovani generazioni abbiamo sviluppato in questi ultimi due anni delle soluzioni mirate alla protezione del risparmio e del benessere familiare, in linea con la nostra attività aziendale. Nello specifico sono stati realizzati dei prodotti di risparmio dedicati ai giovani, quali la Polizza 18 anni, che consente di creare, con un piano di risparmio, un capitale destinato ai figli e alla realizzazione dei progetti per il loro futuro. Abbiamo inoltre promosso il conto deposito BG 10+ che consente ai giovani di avere un conto su cui far confluire i propri risparmi, con la supervisione di un adulto che di fatto lo gestisce.

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



3.2

LA RETE DISTRIBUTIVA

1. Caratteristiche fondamentali

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

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

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

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

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

2. Dimensione e composizione

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

- i Promotori Finanziari, più votati a relazionarsi con clientela affluente;
- i Private Banker (legati alla società da contratti di lavoro sia autonomo -259- che dipendente -57 Relationship Manager-) inseriti nella divisione Private Banking, specializzati nella relazione con clientela private.

TIPOLOGIA DI COLLABORATORI	2011	2012
Divisione Promotori Finanziari	1.154	1.137
Divisione Private Banking	317	316
Totale Banca Generali	1.471	1.453

Il processo di sviluppo qualitativo della rete anche nel 2012 è testimoniato dal consolidamento del numero dei Private Banker a fronte di una lieve riduzione del numero degli altri Promotori Finanziari.

In particolare nel 2012 sono entrati a far parte delle strutture di Banca Generali 53 nuovi professionisti, attentamente selezionati, con solida esperienza del settore o bancaria che, avvantaggiandosi della vastissima gamma di opportunità d'investimento offerte dalla banca, hanno potuto soddisfare più compiutamente

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

Patrimoni gestiti

Anche nel 2012 si è registrato un andamento dei mercati finanziari estremamente volatile, su cui hanno influito gli effetti cumulati della crisi economica, delle borse e dei debiti sovrani, benché, soprattutto nella seconda parte dell'anno, si sia poi assistito a un processo di relativa stabilizzazione. Proprio in contingenze così

difficili si sono manifestate le potenzialità di un'offerta in grado di coniugare attenta considerazione delle istanze della clientela e lungimiranza nell'interpretazione dei fenomeni economico-finanziari, consentendo la realizzazione di risultati molto positivi, ai vertici del mercato delle reti di Promotori Finanziari.

PATRIMONI E CLIENTI	2011	2012	€/000
Numero medio clienti per Promotore Finanziario (PF) / Private Banker (PB)	164	162	
Media patrimonio per PF/PB (euro/000)	15.809	18.007	2011 15.809 2012 18.007
Media Raccolta Netta per PF/PB (euro)	856.516	1.102.328	2011 857 2012 1.102

Proprio in considerazione del contesto di mercato sopra descritto, gli eccellenti valori che si evidenziano dai dati vanno particolarmente valorizzati e sono da considerarsi sintomo evidente

anche della crescita qualitativa della rete, condizione necessaria per una effettiva soddisfazione della clientela di riferimento, alla base 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	2011	2012
Manager 1° livello	21	20
Manager 2° livello	52	49
Executive Manager	60	53
Promotori Finanziari e Private Banker	1.338	1.331
Totale Gruppo Banca Generali	1.471	1.453

In Banca Generali, il numero di Manager in senso stretto (Manager di 1° e 2° livello, cioè coloro che sono posti più propriamente a riferimento delle figure professionali dedicate esclusivamente alla relazione con la clientela) non raggiunge il 5% sul totale della rete, contro il 25%-30% delle reti tradizionali, caratterizzate ancora da un elevato ricorso a strutture piramidali classiche, con forte spinta alla crescita quantitativa ed elevato turnover.

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

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

Essa è dunque uno dei possibili terminali dell'attività, non il principale stante l'elevata valorizzazione e professionalizzazione dei colleghi a diretto contatto con la clientela, e vi si accede in funzione della quantità e qualità del lavoro svolto, dei risultati conseguiti, dal possesso di specifiche competenze, nonché da una forte dimensione di servizio, oltre che di guida e indirizzo.

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

4. Ripartizione geografica, per sesso e per anzianità

La rete distributiva ha una presenza capillare sul territorio nazionale, con una maggior concentrazione, pari ai 2/3 dell'organico, nelle regioni del Centro-Nord rispetto al Centro-Sud, in coerenza con la distribuzione della ricchezza nazionale. La relativamente modesta presenza femminile, pari al 14,5% del totale, è in parte attribuibile al fatto che la professione di Promotore Finanziario ha visto un significativo aumento del numero di accessi da

parte di donne solo in anni recenti. Logico pertanto una presenza ridotta in una rete caratterizzata da un tasso di maturità professionale elevato. Per altro la minor presenza femminile riflette i dati di settore che sono solo lievemente superiori (16%).

Un rapporto medio di collaborazione superiore a 12 anni, posto anche in relazione alla "gioventù" della Società, testimonia la stabilità della rete e il suo modesto turnover.

REGIONE	PF	PB	TOT.	% SU TOT.	% DONNE	ETÀ MEDIA			ANZIANITÀ MEDIA *		
						M	F	TOT.	M	F	TOT.
Piemonte	80	48	128	8,8%	20,3%	50,2	46,7	49,5	10,5	9,6	10,3
Valle d'Aosta		2	2	0,1%	0,0%	48,3		48,3	6,7		6,7
Lombardia	194	84	278	19,1%	16,2%	50,6	47,8	50,2	11,9	10,5	11,7
Trentino A. Adige	11		11	0,8%	9,1%	55,1	35,7	53,3	12,0	0,5	10,9
Veneto	120	24	144	9,9%	5,6%	50,4	48,8	50,3	12,2	11,0	12,1
Friuli Ven. Giulia	54	6	60	4,1%	11,7%	49,4	52,4	49,8	12,4	7,8	11,8
Liguria	46	50	96	6,6%	16,7%	53,6	52,4	53,4	11,9	11,4	11,8
Emilia Romagna	146	30	176	12,1%	21,0%	51,8	48,9	51,2	13,6	11,0	13,0
Toscana	65	24	89	6,1%	10,1%	51,5	50,1	51,3	12,0	11,7	12,0
Umbria	22		22	1,5%	9,1%	50,7	45,6	50,2	18,1	8,6	17,3
Marche	44		44	3,0%	11,4%	47,5	45,9	47,3	14,2	16,9	14,5
Lazio	78	27	105	7,2%	24,8%	50,1	48,3	49,7	13,2	14,9	13,6
Abruzzo	20		20	1,4%	5,0%	53,0	59,6	53,3	13,6	11,9	13,6
Campania	119	10	129	8,9%	4,7%	47,8	43,0	47,6	12,3	12,2	12,3
Puglia	65	6	71	4,9%	15,5%	49,1	45,2	48,5	12,9	11,0	12,6
Basilicata	1		1	0,1%	0,0%	47,3		47,3	4,8		4,8
Calabria	20	4	24	1,7%	16,7%	45,9	51,3	46,8	12,1	14,9	12,6
Sicilia	41		41	2,8%	7,3%	46,8	47,7	46,9	12,0	15,6	12,3
Sardegna	11	1	12	0,8%	33,3%	48,1	48,8	48,3	13,9	12,7	13,5
	1.137	316	1.453	100,0%	14,5%	50,3	48,3	50,0	12,4	11,4	12,3

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

5. Multicanalità del servizio

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

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

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

31.12.2012	SUCCURSALI			UFFICI			TOTALE COMPLESSIVO
	PF	PB	SUCCURSALI TOTALE	PF	PB	UFFICI TOTALE	
Abruzzo	1		1	1		1	2
Calabria	1		1	2	1	3	4
Campania	3	1	4	10	2	12	16
Emilia Romagna	4	1	5	14	3	17	22
Friuli	2		2	3	1	4	6
Lazio	2	1	3	3	1	4	7
Liguria	3	1	4	8	4	12	16
Lombardia	4	2	6	14	5	19	25
Marche				3		3	3
Piemonte	3	1	4	6	8	14	18
Puglia	2		2	6	2	8	10
Sardegna				1		1	1
Sicilia	1		1	4		4	5
Toscana	2	1	3	10	1	11	14
Trentino				3		3	3
Umbria	1		1	2		2	3
Valle d'Aosta					1	1	1
Veneto	5	1	6	13	2	15	21
Totale complessivo	34	9	43	103	31	134	177

Supporti all'attività dei Consulenti/Private Banker



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

6. Politica delle vendite

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

La gestione della relazione con il cliente è un aspetto cruciale ai fini della sua soddisfazione e in questo ambito, come più volte ricordato, i Promotori Finanziari delle varie reti (inclusi dunque Private Banker e Relationship Manager) hanno un ruolo chiave nelle fasi di promozione e distribuzione dei prodotti, le quali avvengono all'interno di un contesto consulenziale, per garantire il quale sono stati predisposti specifici percorsi di formazione (di cui anche alla sezione successiva) che includono attività in aula e in modalità e-learning e sono stati implementati strumenti di comunicazione dedicati, 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 e approfondita della normativa MIFID (ossia il Market in Financial Instruments Directive, è una direttiva comunitaria finalizzata all'armonizzazione delle norme che disciplinano l'attività degli intermediari e dei mercati finanziari), con la connessa compilazione dei questionari informativi e il vaglio sistematico e automatizzato delle soluzioni proposte, fornisce le linee guida all'attività di intermediazione e di consulenza realizzata dai Promotori Finanziari verso la clientela.

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

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, a 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, a esempio attraverso l'acquisizione di nuova clientela o lo sviluppo di quella esistente, a tutela di un servizio autenticamente finalizzato a soddisfare le esigenze riscontrate. Inoltre l'erogazione di incentivi è condizionata al soddisfacimento di requisiti generali nel rapporto con la clientela di professionalità, correttezza, contenimento dei rischi e diversificazione degli investimenti. A essi si aggiungono requisiti specifici, quali la non sottoposizione a provvedimenti disciplinari e il raggiungimento di alcuni ratio patrimoniali da parte della banca, a tutela di una più generale coerenza tra risultati dei singoli e risultati collettivi.

Il Piano Formativo 2012, che raccoglie e sintetizza tutti gli interventi formativi previsti per l'intero anno, in termini di linee guide,

Area Formazione Tecnico-Commerciale

L'attività di formazione Tecnico-Commerciale delle Reti è proseguita nel 2012 con interventi formativi su larga scala, riguardanti le principali novità all'interno dei comparti del prodotto di punta BG Selection.

A inizio anno, in occasione dell'annuale Road Show, sono stati presentati i nuovi comparti. A settembre, durante l'evento istituzionale della Banca che ha coinvolto circa 500 Promotori Finanziari e Private Banker, sono state erogate altre 3 giornate di formazione con la collaborazione delle nostre principali Società Prodotto Terze, con l'obiettivo di riprendere gli aspetti tecnici del prodotto stesso, analizzare gli scenari di mercato e gli aspetti commerciali e di servizio alla Clientela.

Nell'ottica di garantire un continuo aggiornamento sulle novità contenute nell'ultima manovra finanziaria è stato dedicato

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, come per il 2011, le seguenti aree:

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

A partire da ottobre, inoltre, Banca Generali ha arricchito la sua offerta formativa attraverso il lancio di un portale di formazione post aula: BG Academy. Un nuovo spazio riservato all'intera Rete Banca Generali, dedicato all'approfondimento dei contenuti d'aula, all'interazione e alla condivisione di esperienze di successo.

a circa 370 Promotori Finanziari e circa 200 Private Banker un importante incontro di formazione sulla tematica della fiscalità, tenuto dai referenti interni di Banca Generali. Sono state approfondite le ultime novità fiscali relative alla tassazione degli strumenti finanziari con particolare attenzione al decreto "Salva Italia" e alla procedura di affrancamento.

Per approfondire la conoscenza e l'utilizzo in un'ottica più commerciale della piattaforma BG Advisory, sviluppata in collaborazione con Morningstar Italy e a supporto del servizio di consulenza, è stato erogato, nel primo semestre e su tutto il territorio, il corso "Advisory 2012", con l'obiettivo di presentare le principali opportunità commerciali legate al servizio di consulenza finanziaria. Il corso ha coinvolto circa 250 Promotori Finanziari e Private Banker (120 per BG e 130 per BG PB).

Area Formazione Manageriale-Comportamentale

Durante il primo semestre 2012, è stata posta una particolare attenzione alla formazione manageriale offrendo ai 7 Area Manager della Rete Banca Generali l'opportunità di partecipare a un innovativo progetto formativo progettato insieme alla società Logotel.

L'obiettivo principale è stato quello di accompagnarli in un processo di crescita, di consapevolezza e di responsabilità del ruolo manageriale, attraverso un percorso formativo di 9 giornate sull'Essere e sul Fare il "Business Driver".

L'attività di formazione della Rete distributiva di Banca Generali è stata inoltre caratterizzata dall'avvio di un importante progetto

dal titolo "L'organizzazione di eventi di Marketing sul territorio", ideato e progettato insieme alla società Newton Management Innovation.

L'intervento formativo, focalizzato sull'organizzazione degli eventi, che ha coinvolto tutti i 43 District Manager e circa 210 promotori selezionati su tutto il territorio, si ricollega al tema della Crescita iniziato nel 2010 con il percorso di formazione "Sviluppo Nuovi Clienti", e ha avuto come obiettivo quello di presentare e condividere un unico metodo strutturato Banca Generali per la pianificazione, organizzazione e riuscita di un evento di successo.

Area Formazione Elettiva

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

È proseguito anche nel 2012 il percorso di eccellenza "Sede - Rete", nato nel 2009, con l'obiettivo di una sempre maggior integrazione e conoscenza reciproca tra la Sede e la Rete, per un miglioramento continuo dei processi aziendali e quindi dei livelli di servizio offerti alla clientela.

È importante sottolineare come, anche e soprattutto attraverso la raccolta di feedback dai partecipanti nelle varie edizioni, il percorso si arricchisca continuamente di contenuti e spunti utili per il lavoro quotidiano sia dei promotori finanziari che dei dipen-

denti coinvolti.

A partire da ottobre, è stato avviato il corso "L'Economia Sperimentale", finalizzato a introdurre i principali temi dell'economia e della finanza comportamentale. L'obiettivo è stato quello di comprendere, con l'aiuto del Prof. Legrenzi dell'Università di Ca' Foscari, come i "comportamenti umani", in un contesto economico-finanziario, siano ben più complessi e differenti rispetto a quanto previsto dalle classiche teorie economiche. Il corso è stato inoltre caratterizzato da una partecipazione attiva a esperimenti selezionati e dalla discussione e condivisione in aula delle esperienze dirette dei partecipanti. Il corso ha coinvolto circa 200 tra Promotori Finanziari e Private Banker.

Area Formazione Obbligatoria Abilitante

Nel corso del 2012 si conferma l'utilizzo della piattaforma e-learning Simulware Sep3 per l'erogazione della formazione obbligatoria "on-line" alla Rete di Banca Generali, mediante la quale i Promotori Finanziari e Private Banker hanno potuto aggiornarsi in modalità di auto-formazione on-line, in particolare sulla normativa ISVAP per un totale di 36.662 ore complessive.

Inoltre, Banca Generali ha reso disponibile la fruizione del corso ABI Formazione "Antiriciclaggio e terrorismo internazionale", al fine di garantire a tutta la Rete un'adeguata formazione richiesta dalle novità introdotte del D.Lgs 231 del 21/11/2007 e dalle ulteriori precisazioni del Provvedimento di Banca d'Italia del 10 marzo 2011.

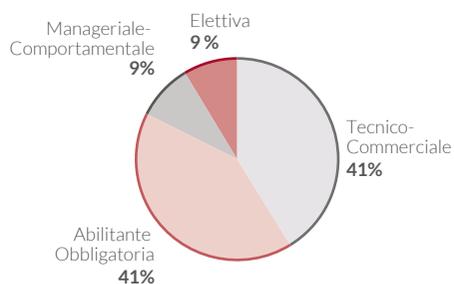
Di seguito il riepilogo del numero di partecipanti, ore uomo e giornate uomo suddivisi per tipologia di formazione:

TIPOLOGIA CORSO - FORMAZIONE IN AULA	N° PARTECIPANTI			ORE UOMO TOTALI			GIORNATE UOMO TOTALI		
	2011	2012	VAR. %	2011	2012	VAR. %	2011	2012	VAR. %
Tecnico-Commerciale	1.492	1.469	-2	58.944	42.886	-27	7.368	5.361	-27
Manageriale-Comportamentale	133	308	132	1.768	7.937	349	221	992	349
Elettiva	377	320	-15	4.808	2.744	-43	601	343	-43
Abilitante Obbligatoria	1.492	1.469	-2	29.375	36.662	25	3.672	4.583	25
Totale	-	-	-	94.895	90.229	-5	11.862	11.279	-5

Sono proseguite infine le attività di formazione legate a €FPA, la prima organizzazione non governativa (a livello europeo) che mantiene in maniera continuativa standard pertinenti e di elevata qualità per quanto attiene programmi didattici, esami ed etica nel settore del financial advising a livello Europeo. Banca Generali, che aderisce al progetto fin dall'avvio nel 2004, conta nel

2012, 242 tra Promotori Finanziari e Private Banker certificati EFA (European Financial Advisor), cui sono stati messi a disposizione corsi di formazione per un totale di 44 ore in modalità A e 8 ore in modalità B ai fini del mantenimento annuale della qualifica (che ne richiede un minimo di 20 in totale nell'anno).

Formazione: ore uomo totali effettuate



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 2012 erano in essere 93 posizioni controverse che hanno generato altrettante vertenze, considerando sia quelle attive (53) sia quelle passive (40).

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

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

9. Dialogo con le reti di vendita

Banca Generali mette a disposizione della rete dei Promotori Finanziari e dei Private Banker vari strumenti per agevolare il dialogo e consentire una comunicazione puntuale e aggiornata con le strutture direzionali dedicate all'organizzazione e alla gestione della rete produttiva.

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

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

La rete di vendita di Banca Generali possono accedere a una specifica intranet aziendale (in aggiunta a quella che prevede la pubblicazione delle informazioni utili per i dipendenti), munita di

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

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

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

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

Coinvolgimento dei collaboratori

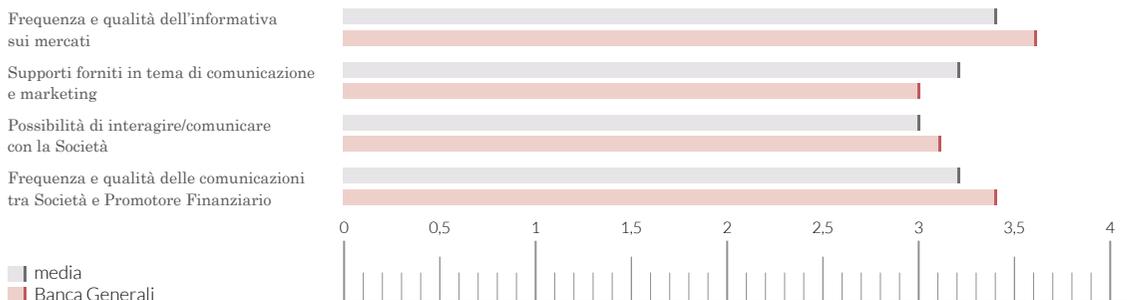
Una delle iniziative più significative relativamente al dialogo con la rete è costituita da un'ampia indagine statistica a essa rivolta. Infatti ogni anno una società di ricerca indipendente (GfK Eurisko) conduce una specifica ricerca nei confronti di un panel di società che rappresentano la componente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

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

specifiche iniziative o caratteristiche della società. Inoltre queste indagini, riferite a un mercato molto "mobile" e competitivo, consentono anche di identificare "dal basso" quei segmenti d'attività in cui può essere opportuno o necessario investire e migliorare. Questa costante attenzione applicata dalla Banca negli ultimi anni l'ha portata a essere ai vertici del mercato di riferimento relativamente al grado di soddisfazione dei suoi operatori. L'analisi che segue, riferita al 2012, 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

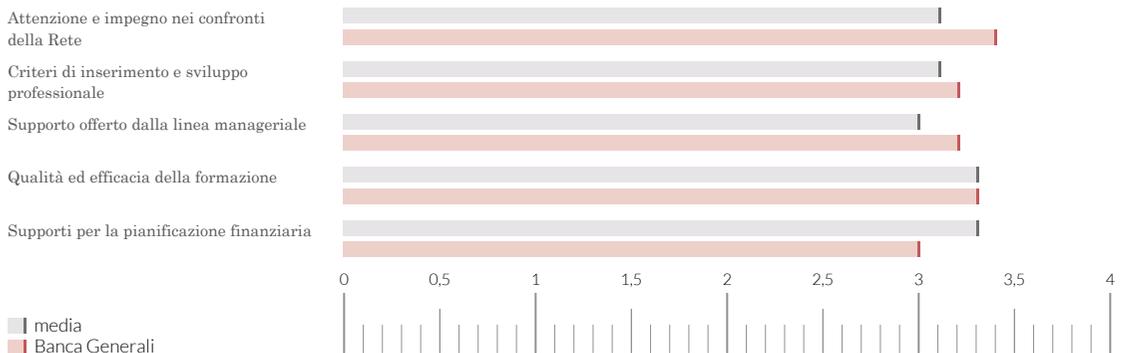
Comunicazione



La comunicazione è percepita come tema ben presidiato, con valori pari o superiori alla media.

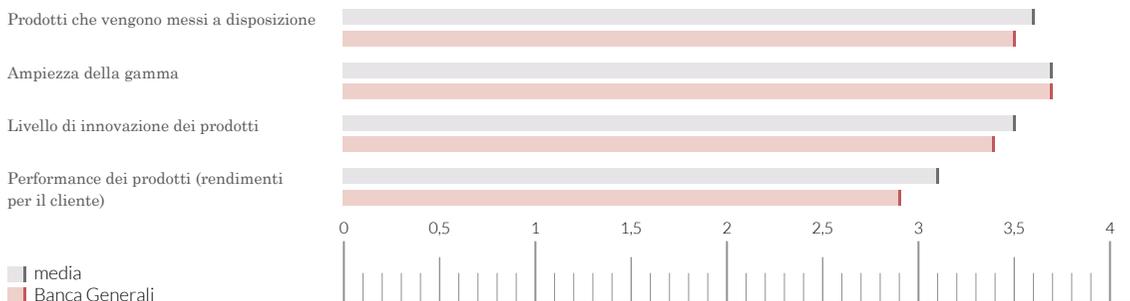
L'unico elemento di minor rilievo (supporti di marketing) gode comunque di un buon punteggio.

Sviluppo professionale



Benché Banca Generali già registri valutazioni ai vertici del mercato nei confronti dei temi trattati in questo capitolo d'indagine, alcune componenti segnalano un ulteriore miglioramento rispetto al 2011. Anche in questo caso, l'unico elemento che segna un apprezzamento inferiore alla media (supporti per la pianificazione finanziaria) presenta comunque un buon livello di apprezzamento. 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.

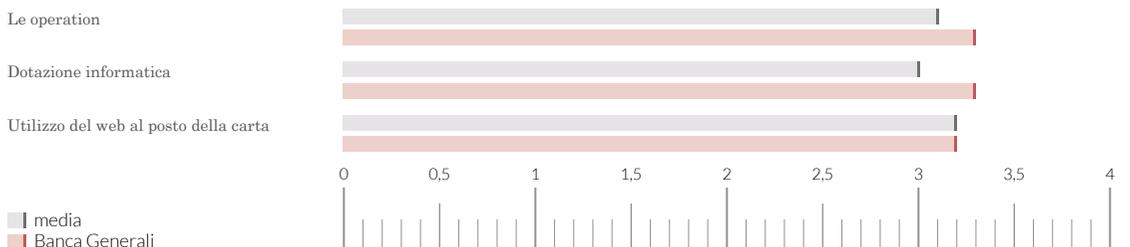
Prodotti



In generale si osserva che, a fronte di una soddisfazione complessiva molto alta (3,5 circa su una scala crescente da 1 a 4), Banca Generali è assolutamente 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 "critici" in questi anni - e registra quindi una valutazione generalmente meno favorevole, ma comunque soddisfacente.

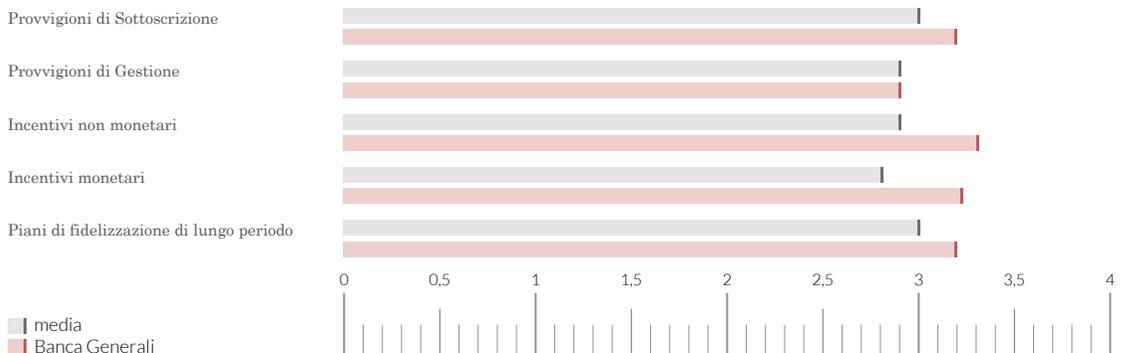
Supporti operativi



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

cesso denominato "Gestione Integrata Contratti" ha consentito di semplificare e automatizzare in modo decisivo i processi burocratici legati al processamento dei rapporti contrattuali con la clientela), sia la dotazione informatica della rete con conseguente miglioramento di tutti i processi connessi.

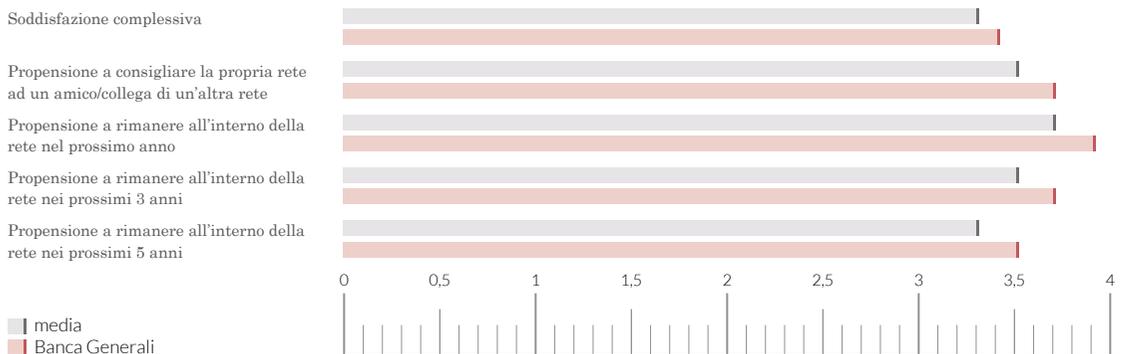
Remunerazione



Sul versante remunerativo si conferma anche nel 2012 l'ottima valutazione rispetto alla media, nonostante la remunerazione economica standard offerta rientri assolutamente nei parametri di mercato. Infatti essa per un verso è influenzata da integrazioni

economiche e non legate a parametri meritocratici ben apprezzati dalla rete e per un altro è dovuta a una valutazione che valorizza il più generale sistema di servizi e supporti offerti ai Promotori Finanziari.

Indice di fedeltà



Le indagini evidenziano, in conseguenza di una soddisfazione complessiva importante nel suo valore assoluto (punteggio 3,4) e superiore alla media delle migliori società del mercato, un indice di fedeltà verso la Banca altissimo (punteggio tra 3,5 e 3,9) e decisamente superiore al valore di riferimento, nonostante la "mobilità" tipica di questo mercato. Ma ancora più probante è la

propensione a consigliare la scelta di Banca Generali ad amici/colleghi di altre società. Anche qui il valore è ai massimi livelli assoluti e relativi, e può essere considerato il vero indicatore sintetico della soddisfazione della rete dei Promotori Finanziari e Private Banker nei confronti del rapporto lavorativo instauratosi con la Banca.





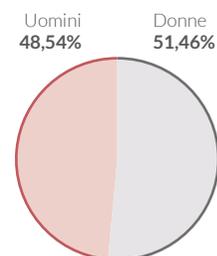
3.3

RISORSE UMANE

1. Dimensioni e caratteristiche dell'organico

Organico

	2011			2012		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Banca Generali	365	321	683	387	353	740
Bg Sgr	19	20	39	0	0	0
Bg Fiduciaria	3	6	9	4	5	9
Generfid	4	0	4	4	0	4
Gfm	9	20	29	9	23	32
Totale Gruppo	400	367	767	404	381	785

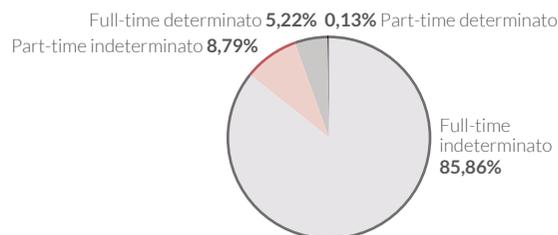
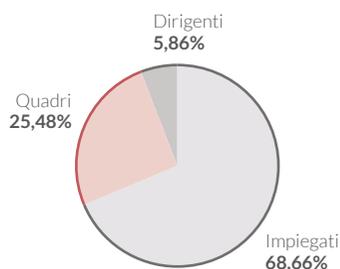


Nonostante il perdurare del quadro economico attuale il Gruppo Banca Generali nell'esercizio 2012 ha incrementato l'organico di 18 risorse principalmente a seguito del consolidamento di personale a tempo determinato destinato prevalentemente al rafforzamento delle strutture a supporto del business.

Il personale di BG SGR a seguito di fusione per incorporazione, con decorrenza 01.09.2012, è passato in Banca Generali.

	2011			2012			VAR. %
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	
Abruzzo	2	0	2	2	0	2	0
Calabria	1	1	2	1	1	2	0
Campania	6	7	13	5	8	13	0
Emilia Romagna	4	7	11	6	7	13	18
Friuli Venezia Giulia	166	147	313	161	152	313	0
Lazio	9	14	23	11	13	24	4
Liguria	3	5	8	4	5	9	13
Lombardia	176	149	325	181	154	335	3
Piemonte	9	7	16	9	7	16	0
Puglia	2	1	3	3	1	4	33
Sicilia	1	0	1	1	0	1	0
Toscana	2	3	5	2	3	5	0
Umbria	0	1	1	0	1	1	0
Veneto	10	5	15	9	6	15	0
Italia	391	347	738	395	358	753	2
Lussemburgo	9	20	29	9	23	32	10

Analizzando la distribuzione geografica dell'organico si registra un incremento sia in Italia che in Lussemburgo.



Organico per livello

	DIRIGENTI		QUADRI		IMPIEGATI				TOTALE		DI CUI PERSONALE DI VENDITA	
	2011	2012	2011	2012	2011	DI CUI TD	2012	DI CUI TD	2011	2012	2011	2012
	51	46	185	200	531	51	539	41	767	785	58	58
Incidenza %	6,6	5,9	24,1	25,5	69,2	6,6	68,6	5,2	100	100	7,6	7,4

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

A fronte di una leggera flessione dei dirigenti (-0,7%) si registra un incremento dei quadri direttivi (1,4%) anche in relazione ai percorsi di crescita professionale. Complessivamente si registra un lieve incremento dei dirigenti e dei quadri direttivi (+0,7%)

contro una piccola flessione degli impiegati (-0,6%).

In relazione agli impiegati, pur registrando una minima flessione a livello percentuale, si segnala un incremento in termini assoluti legato al consolidamento di personale a tempo determinato. Nell'esercizio in esame il numero delle risorse a tempo determinato ha registrato una riduzione pari all'1,4%.

Donne per livello

	DIRIGENTI		QUADRI		IMPIEGATI				TOTALE		DI CUI PERSONALE DI VENDITA	
	2011	2012	2011	2012	2011	DI CUI TD	2012	DI CUI TD	2011	2012	2011	2012
	10	10	65	71	325	26	323	18	400	404	14	15
Incidenza %	2,5	2,5	16,3	17,5	81,3	6,5	80,0	4,5	100	100	3,5	3,7

Le donne rappresentano in media il 51,5% dell'organico complessivo del Gruppo, in lieve flessione rispetto all'anno precedente (52,2%).

Risulta invece in aumento la percentuale delle donne che riveste posizioni di responsabilità (dirigenti e quadri) che risulta pari al 32,8%, in aumento di 1 punto percentuale rispetto al 31,8% del 2011.

La presenza femminile interessa tutti i livelli, anche se la parte preponderante delle donne (80%) continua a essere inquadrata

nel livello impiegatizio.

Nei call center la presenza femminile rimane preponderante pur avendo registrato una riduzione rispetto lo scorso esercizio (61,6%, 71,3% nel 2011). Tale riduzione di personale femminile è dovuta principalmente al passaggio in altre funzioni aziendali, in un'ottica di sviluppo professionale, dei profili che nel tempo hanno maturato maggiori competenze e che al contempo hanno richiesto di potersi esprimere professionalmente in altre aree dell'azienda.

Organico per tipo di contratto

	FULL-TIME TI		FULL-TIME TD		PART-TIME TI		PART-TIME TD		TOTALE	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
	648	674	40	41	68	69	11	1	767	785
Incidenza %	84,5	85,9	5,2	5,2	8,9	8,8	1,4	0,1	100	100

- Risulta in aumento la percentuale dell'organico del Gruppo assunto a tempo indeterminato che passa, infatti, dal 93,4% del 2011 al 94,6% del 2012.
- I dipendenti part-time sono 70, pari all' 8,9% del totale (10,3% nel 2011). La riduzione del personale part-time si riferisce prevalentemente al personale a tempo determinato,

con particolare riferimento al personale assunto in sostituzione di risorse assenti per maternità/congedi. A scegliere il part-time sono prevalentemente donne, maggiormente coinvolte nella gestione e nella cura della famiglia: nel 2012 le donne rappresentano il 100% dei lavoratori part-time (92,4% nel 2011).

- Le società del Gruppo fanno ricorso, per periodi limitati, anche a lavoratori interinali o a progetto (4 al 31.12.2012, pari allo 0,5% dell'organico, in riduzione rispetto all'1,8% dell'anno precedente), per far fronte a picchi di lavoro o progetti specifici.
- Anche nel 2012 le società del Gruppo hanno favorito l'accesso dei giovani al mondo del lavoro attraverso l'avvio di progetti formativi (stage). Al 31.12.2012 risultavano in for-

mazione nr. 9 stagisti (di cui nr. 3 donne e nr. 6 uomini).

- Nel 2012 il numero degli addetti ai call center raggiunge 73 unità, pari al 9,3% dell'organico totale e al 13,5% del livello impiegatizio.

Prosegue la tendenza all'aumento dei dipendenti del Gruppo Bancario in possesso di titoli di studio a livello universitario e post-universitario (50,4% nel 2012 vs. 48% nel 2011).

Organico femminile per tipo di contratto

	FULL-TIME TI		FULL-TIME TD		PART-TIME TI		PART-TIME TD		TOTALE	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
	308	316	19	18	66	69	7	1	400	404
Incidenza %	77	78,2	4,8	4,5	16,5	17,1	1,8	0,2	100	100

- Il 95,3% dell'organico femminile del Gruppo è assunto a tempo indeterminato (93,5% nel 2011).
- Le dipendenti part-time sono 70, pari al 17,3% del totale donne (18,3% nel 2011). Tale riduzione si riferisce sostanzialmente al personale assunto in sostituzione di risorse assenti

per maternità/congedi.

- La scelta prevalentemente femminile del part-time si rileva anche dall'incremento dello 0,6% delle donne part-time a tempo indeterminato.

Retribuzione donne/uomini

	DIRIGENTI		QUADRI		IMPIEGATI	
	RETRIBUZIONE COMPLESSIVA*	RETRIBUZIONE BASE**	RETRIBUZIONE COMPLESSIVA*	RETRIBUZIONE BASE**	RETRIBUZIONE COMPLESSIVA*	RETRIBUZIONE BASE**
Italia	0,77	0,86	0,86	0,92	0,88	0,96
Lussemburgo	0,99	0,97	1,57	1,32	0,87	0,88

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

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

Con riferimento al 2012, in tabella si evidenzia il rapporto tra la retribuzione complessiva annua lorda delle donne rispetto a quella degli uomini e il rapporto tra la retribuzione base annua lorda delle donne rispetto a quella degli uomini per i diversi livelli di inquadramento. Pur rilevando che nella maggior parte dei casi la retribuzione annua lorda delle donne risulta inferiore rispetto a quella degli uomini, si è registrato un complessivo avvicinamento delle retribuzioni in tutti i livelli considerati. Lo scostamento fra le retribuzioni è dovuto principalmente al fatto che sono più numerose degli uomini le donne che usufruiscono dei congedi previsti dalla legge a seguito della nascita dei figli o prediligono contratti di lavoro part-time per meglio conciliare gli impegni della vita familiare con quelli lavorativi. Inoltre, in generale, la differenza è minore a livello di retribuzione base, ma cresce qualora

si considerino le varie componenti di retribuzione aggiuntiva.

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

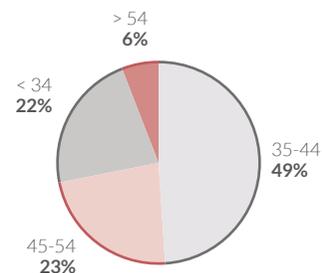
Nei quadri, la retribuzione complessiva degli uomini in Italia è superiore a quella delle donne in quanto in questa categoria è presente la maggior parte del personale di vendita di Banca Generali, in numero elevato uomini, che usufruisce di un sistema premiante di MBO. In Lussemburgo la differenza è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

Negli impiegati la presenza di contratti part-time (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.

Organico per fascia d'età

	FINO A 34		35-44		45-54		OLTRE 54		TOTALE	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
	216	177	349	383	165	179	37	46	767	785
Incidenza %	28,2	22,5	45,5	48,8	21,5	22,8	4,8	5,9	100	100



La fascia più numerosa continua a essere quella dei lavoratori aventi una fascia di età fra 35 e 44 anni (48,8% vs 45,5% nel 2011), in crescita rispetto l'anno precedente anche a seguito del passaggio in questa categoria di parte del personale dalla fascia di età di classe inferiore.

Complessivamente, circa il 71% del personale ha meno di 45 anni, con un'età media di 40 anni. La fascia meno numerosa è quella relativa ai dipendenti di età superiore a 54 anni (5,9%) in crescita rispetto l'anno precedente (4,8% nel 2011).

Organico femminile per fascia d'età

	FINO A 34		35-44		45-54		OLTRE 54		TOTALE	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
	120	89	200	222	72	81	8	12	400	404
Incidenza %	30	22,0	50	55	18	20	2	3	100	100

La distribuzione di età delle donne ricalca quella dell'organico complessivo. La fascia più numerosa è quella delle donne aventi un'età compresa fra 35 e 44 anni, nella quale si colloca più della

metà della popolazione femminile (55%). Complessivamente, il 77% delle donne ha meno di 45 anni. Le donne con un'età superiore ai 54 anni rappresentano il 3% della popolazione femminile.

Turnover

	PERSONALE AL 31.12.2011	CESSAZIONI	ASSUNZIONI	PERSONALE AL 31.12.2012
	767	80	98	785
di cui donne	400	42	46	404

Il turnover include oltre alle assunzioni e alle cessazioni dei contratti a termine anche i trasferimenti da e verso le altre società del Gruppo Generali.

Nel turnover del Gruppo Banca Generali il 52,5% delle cessazioni e il 46,9% delle assunzioni hanno riguardato personale femminile.

Nel 2012 il tasso di turnover complessivo, calcolato come (assunzioni + cessazioni)/[(organico a inizio anno + organico a fine

anno)/2], è pari a 0,23, come nell'anno precedente.

Il turnover riferibile al Lussemburgo ha riguardato nel 2012: il 5,1% delle assunzioni e il 2,5% delle cessazioni.

Nel 2012 le cessazioni avvenute nello stesso anno dell'assunzione riguardano nr. 25 lavoratori (di cui 15 donne). Si tratta di nr. 24 (di cui nr. 14 donne) impiegati con contratto a tempo determinato di breve periodo e di nr. 1 cessazione di un quadro (donna) a tempo indeterminato passato ad altra società del Gruppo.

Numero di cessazioni per fascia d'età e sesso

	FINO A 34 ANNI	DA 35 A 54 ANNI	OLTRE 54 ANNI	TOTALE
	46	29	5	80
di cui donne	26	16	0	42

- Nel turnover si considera anche il personale con contratto a tempo determinato (comprese le sostituzioni per maternità). In particolare, l'incidenza di quest'ultimo sul numero di cessazioni nell'anno è del 61,2% e si riferisce principalmente a uscite per scadenza del contratto di giovani di età inferiore ai 35 anni.
- Le cessazioni di personale con contratto a tempo indeterminato incidono per il 38,8% sul totale.
- Il tasso di turnover negativo, calcolato come numero totale di cessazioni nel 2012 (organico complessivo a inizio anno x 100), è pari al 10,4%, in calo rispetto l'esercizio precedente (11,9%).
- Il 56,3% delle cessazioni ha riguardato la già citata scadenza dei contratti a termine, il 22,5% è riconducibile a passaggi ad altre società del Gruppo e il restante 21,2% è dovuto a dimissioni, che includono anche le cessazioni per pensionamento di anzianità (2,5%).
- L'incidenza delle uscite decresce all'aumentare dell'età: si passa dal 57,5% 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 6,3% 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
	66	31	1	98
di cui donne	29	17	0	46

- 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 69,4% e si riferisce principalmente a giovani di età inferiore ai 35 anni.
- Le assunzioni di personale con contratto a tempo indeterminato incidono per il 30,6% sul totale.
- Il tasso di turnover positivo, calcolato come numero totale di assunzioni sull'organico complessivo a inizio anno x 100, è pari al 12,8%, in aumento rispetto l'esercizio precedente (11,3%).
- Il 46,9% delle assunzioni ha riguardato donne. Di queste la maggior parte ha un'età inferiore a 35 anni.

Organico per anzianità di servizio

	< 10 ANNI		> 10 ANNI		TOTALE		ANZIANITÀ MEDIA DI SERVIZIO	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Totale	652	540	115	245	767	785	6	7
Incidenza %	85	68,8	15	31,2	100	100		

La maggioranza dei collaboratori continua ad avere un'anzianità di servizio inferiore ai 10 anni in relazione al fatto che la Società ha iniziato a operare solo 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, disponibile sull'Intranet Aziendale. Il documento corrispettivo adottato nel Gruppo Banca Generali è il Codice Interno di Comportamento, approvato dal CdA in data 7 maggio 2013.

Il personale viene assunto con regolare contratto di lavoro, non essendo tollerata alcuna forma di lavoro irregolare, di sfruttamento, di lavoro forzato o minorile. Alla costituzione e nel corso dello svolgimento del rapporto di lavoro, i collaboratori ricevono

chiare e specifiche informazioni sugli aspetti normativi e retributivi. Inoltre, per tutta la durata del rapporto di lavoro, ricevono indicazioni che consentono loro di comprendere la natura del proprio incarico e di svolgerlo adeguatamente. La Carta Sociale Europea del Gruppo Generali ribadisce il riconoscimento dei diritti fondamentali dei lavoratori, fissando inoltre gli obiettivi di sviluppo delle tematiche relative alla tutela delle risorse umane e delle rappresentanze dei lavoratori del Gruppo.

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

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

Politiche di selezione e assunzione

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

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

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

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

Per la selezione di dirigenti ed esperti di settore, previo scouting infragruppo, si ricorre a società specializzate in Head Hunting e alla pubblicazione di annunci su giornali e siti internet finanziari. Il processo di selezione prevede una valutazione con prove attitudinali individuali e di gruppo nonché colloqui con valutatori certificati del Gruppo Generali (assessment center), oltre a un colloquio individuale finale con i manager di linea.

Le conoscenze e competenze richieste e ricercate prevedono:

una buona preparazione accademica, con voto di laurea elevato e/o una consolidata esperienza in aziende del settore; buona conoscenza delle lingue straniere; buone capacità di analisi e problem solving; team working; flessibilità e capacità di adattamento; leadership organizzativa. Il master di specializzazione costituisce titolo preferenziale per le posizioni ad alto valore aggiunto.

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

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

Per i neoassunti sono organizzati programmi di formazione orientati sia a favorire l'integrazione in azienda che la conoscenza del business aziendale.

Tra i fattori chiave che inducono i giovani di talento a lavorare per il Gruppo Banca Generali ci sono: gli incentivi finanziari, i benefit aggiuntivi, la reputazione, l'etica e la cultura, l'innovazione, la creatività, le politiche di conciliazione vita lavorativa/vita familiare, la mobilità, la crescita dinamica attraverso la formazione, le

opportunità di carriera, gli obiettivi chiari, la sicurezza del lavoro e la positiva atmosfera sul posto di lavoro.

A partire dal 2011 è stato sviluppato uno specifico piano dedicato al Talent Pool basato sulla valorizzazione del merito e sullo sviluppo di conoscenze e competenze. Tale piano di sviluppo del Talent Pool si affianca a iniziative di alta formazione (es. master di specializzazione in Italia e all'estero, corsi di approfondimento

presso prestigiosi enti di formazione, programmi di coaching), mobilità nazionale e internazionale ed eventi culturali, sportivi, esperienziali organizzati dalla banca.

Nessun lavoratore 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 tra Retribuzione Annua Lorda (RAL) più ulteriori benefici previsti dalla contrattazione aziendale (assistenza sanitaria, previdenza integrativa e buoni pasto) e sola RAL è pari al 112%.

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

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

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

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

Per maggiori e più approfondite informazioni sulle politiche retributive del top management si rimanda alla Relazione Finanziaria annuale e al documento Relazione sulla remunerazione: politiche in materia di remunerazione del gruppo bancario e

resoconto sull'applicazione delle politiche stesse nell'esercizio 2012 pubblicato a seguito dell'Assemblea degli Azionisti dell'aprile 2013.

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

Benefit

Sono previsti, per il personale sia a full time che a part-time, benefit e sistemi di incentivazione aggiuntivi, finalizzati a valorizzare, su base meritocratica, performance e raggiungimento di obiettivi specifici.

Il contratto integrativo del Gruppo Banca Generali - applicato a tutti i dipendenti del Gruppo Banca Generali Italia e appartenenti alla categoria dei Quadri Direttivi e degli Impiegati - è scaduto il 31 dicembre 2011 ma viene tutt'ora applicato in regime di c.d. ultrattività sino al prossimo rinnovo. In particolare, il contratto integrativo prevede i seguenti istituti collettivi aventi valenza economica:

- previdenza complementare: in attuazione delle disposizioni legislative che, dal 1993, hanno dato sempre maggior rilievo alla previdenza complementare accanto a quella obbligatoria, i dipendenti hanno titolo ad aderire a fondi pensione aziendali godendo di un contributo a carico del datore di lavoro pari al 4,1% dall'1 gennaio 2010 delle voci retributive riconducibili al CCNL;
- assistenza sanitaria: con trattamenti differenziati tra la categoria delle aree professionali (impiegati) e dei quadri direttivi, è attiva una serie di garanzie sanitarie (il cui premio è pagato solo dal datore di lavoro) che copre in maniera significativa le seguenti prestazioni: grandi interventi, ricoveri, visite specialistiche, accertamenti diagnostici, spese dentistiche, lenti, medicinali (questi ultimi solo per i quadri direttivi). Tali garanzie sono estese, con specifiche regole, anche ai familiari a carico del dipendente e, a talune condizioni, anche a quelli non a carico. Esiste, inoltre, la possibilità per il dipendente di estendere tali garanzie in termini di prestazioni/massimali,

con pagamento di un premio aggiuntivo a suo carico. Sempre a integrale carico dell'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 sarà oggetto - dall'esercizio 2012 in poi - di nuova contrattazione sindacale poiché a esso non è estensibile il principio di ultrattività sopra ricordato.
- agevolazioni sui prodotti di risparmio gestito e assicurativo: sono previste agevolazioni sulla sottoscrizione dei prodotti di risparmio gestito e assicurativo che consistono nella riduzione o nell'abbattimento delle commissioni di sottoscrizione o di gestione o sui premi normalmente previsti.

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

Nel 2012 sono state offerte altre due partecipazioni all'Executive Master in Corporate Finance & Banking di SDA Bocconi. Le

partecipazioni sono state assegnate a seguito di un articolato processo di selezione che ha preso avvio dalla pubblicazione di un bando pubblico. Sempre nel 2012 è stata rinnovata la partecipazione di alcuni manager all'Executive Development Programme ISTUD.

Attività di socializzazione e ricreazione

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

In quest'ambito la tradizionale Festa del Bambino, organizzata dal Gruppo Generali, rappresenta uno dei momenti più significativi. Infatti è offerta ai genitori coinvolti l'opportunità di devolvere in beneficenza, in tutto o in parte, le somme destinate dall'Azienda ai regali per i loro figli. La generosità dei dipendenti del Gruppo Banca Generali ha consentito di devolvere un importante contributo a tre ONLUS che operano a favore dei bambini in difficoltà.

Anche la celebrazione dei dipendenti che hanno raggiunto importanti traguardi di anzianità aziendale e quelli che sono andati in quiescenza nell'anno trascorso è ormai diventata un appuntamento istituzionale, festeggiato durante l'incontro di fine anno tra il vertice e i collaboratori della banca.

Orgoglio di appartenenza al Gruppo Generali ma anche i valori della squadra e della coesione espressi dalla pratica sportiva sono i motivi ispiratori del Torneo Coppa Generali di calcio. Banca Generali ha voluto rimarcare la sua piena adesione a questi valori presentando nell'edizione 2012 ben 2 squadre, composte sia da dipendenti che da Promotori Finanziari della rete di vendita.

Processi di valutazione delle risorse umane

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

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

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

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, considerato 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 2012 Banca Generali ha inviato il rapporto biennale 2010-2011 sulle Pari Opportunità (Uomo/Donna) alle Consigliere Regionali di Parità della Lombardia e del Friuli Venezia Giulia nonché alle rappresentanze sindacali aziendali.

Nel 2012 il numero delle donne dirigenti e quadri direttivi rappresentano il 32,8% del totale delle due categorie, con un aumento di 1 punto percentuale rispetto all'anno precedente.

Gli organici del Gruppo Banca Generali sono composti per la quasi totalità da personale italiano. In ogni caso, ai dipendenti di qualsiasi nazionalità vengono offerte pari opportunità di crescita

professionale e di carriera, anche grazie a politiche che favoriscono la mobilità infragrupo. Nelle società del Gruppo Banca Generali il 97,8% dei dirigenti è locale.

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

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

In termini generali, gli edifici ove hanno sede le società del Gruppo sono oggetto di costante verifica per la più puntuale messa a norma rispetto a vincoli architettonici e a postazioni di lavoro. Le principali sedi di lavoro hanno nelle immediate vicinanze parcheggi riservati ai disabili. Nel cortile interno della sede di Trieste di Banca Generali sono stati riservati 2 posti auto a dipendenti con capacità motoria sensibilmente ridotta.

Al 31 dicembre 2012 i disabili in forza nel Gruppo Bancario erano 37, di cui 20 donne (pari al 54% del totale disabili). Prevalentemente a seguito del passaggio in altre società del Gruppo Assicurazioni Generali tale categoria ha registrato una riduzione di risorse rispetto l'anno scorso. In relazione a ciò è già stato avviato l'inserimento di nuovo personale rientrante in questa categoria di lavoratori.

Politiche di conciliazione vita lavorativa-vita familiare

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

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

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

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

Tale unità organizzativa copre dalle 8,00 alle 22,00 da lunedì al

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

Ogni dipendente addetto a tale unità organizzativa ha un orario settimanale a full time di 36 ore e, nell'ambito delle fasce orarie sopra ricordate di copertura del servizio, viene impiegato in turni a rotazione settimanale (che a breve saranno mensili, così consentendo anche una miglior pianificazione delle attività extralavorative). I turni - circa una trentina - sono organizzati per consentire sia un miglior presidio del servizio che la possibilità per i dipendenti di seguire diversi aspetti operativi e di business. In considerazione delle caratteristiche della popolazione aziendale in termini di genere ed età, già nel 2005 è stato definito con le organizzazioni sindacali un dettagliato accordo per la concessione del part-time legato alla nascita o all'adozione di figli. In generale, in azienda c'è un'accentuata sensibilità verso le richieste di part-time/riduzione di orario/flessibilità per gravi motivi personali e familiari. Tali previsioni sono state ribadite in occasione

del rinnovo del contratto integrativo del Gruppo Banca Generali e sono tutt'ora vigenti in regime di ultrattività.

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

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

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

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 a es: congedo per matrimonio, permesso retribuito di tre giorni per decesso di un familiare, gravidanza e allattamento, congedo di maternità/paternità, permesso non retribuito per malattie dei figli, visite mediche e cure, permessi per assistenza a familiari in stato di handicap grave.

Con riferimento al congedo parentale, oltre al congedo obbligatorio spettante al personale femminile, la totalità dei dipendenti,

indipendentemente dal sesso, ha la possibilità di usufruire di congedi parentali.

Nel corso del 2012 nr. 81 dipendenti hanno usufruito di congedi parentali di cui nr. 79 donne (nr. 1 in Lussemburgo) e nr. 2 uomini. Delle 81 persone che nel corso del 2012 hanno usufruito di congedi parentali, al 31.12.2012:

- n. 48 persone (fra cui i 1 uomo e nr. 1 donna in Lussemburgo), terminato il loro congedo, sono regolarmente rientrati in forza;
- n. 30 persone (di cui nr. 29 donne e nr. 1 uomo) stanno ancora usufruendo di congedi parentali;
- n. 1 donna è passata in altra società del Gruppo Assicurazioni Generali;
- n. 2 donne hanno cessato il loro rapporto di lavoro a seguito di sopravvenuta scadenza del contratto di lavoro.

Ad eccezione di nr. 1 passaggio in società del Gruppo Assicurazioni Generali, di nr. 3 cessazioni per dimissioni volontarie (di cui nr. 2 relative a personale femminile) e nr. 1 cessazione a seguito di sopravvenuta scadenza del contratto di lavoro, la totalità dei dipendenti che è rientrata in forza dopo un congedo parentale risulta ancora in forza dopo 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 2012 il tasso di assenteismo è stato pari al 2,00% (2,70% nel 2011), così ripartito:

- 0,10% (0,45% nel 2011) 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);
- 1,83% per malattia (2,22% nel 2011) e 0,07% per infortunio (0,03% nel 2011).

4. Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro

Il Gruppo Banca Generali considera l'integrità fisica dei propri collaboratori un valore primario; per tutelarla, garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale in ambienti di

lavoro sicuri e salubri, conformi alle norme vigenti in materia di sicurezza e salute.

Strutture e compiti

La funzione Prevenzione Rischi Gruppo Italia di Generali Corporate Services ha la responsabilità e la competenza per individuare e valutare tutti i rischi presenti nelle sedi del Gruppo Generali sulla base della conoscenza dell'organizzazione aziendale. Tale funzione, perciò, ha il compito di proporre le adeguate misure preventive e protettive per il miglioramento della sicurezza e della salute dei lavoratori, così come prescritto dal D. Lgs. n. 81/2008, meglio noto come Testo Unico per la sicurezza sul lavoro.

In rappresentanza dei lavoratori di Banca Generali sono stati nominati 4 RLS.

I rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS) per le aziende del Gruppo Bancario sono stati formati e coinvolti dall'azienda e dalla capogruppo sui temi e per gli aspetti previsti dal D.Lgs. 81/2008; è continuata anche nel 2012 la formazione specifica per i preposti individuati sulle sedi periferiche del Gruppo Bancario.

Nelle sedi direzionali a Milano e a Trieste sono presenti le "squadre di emergenza", composte da un numero - proporzionato alla dimensione delle diverse sedi - di colleghi volontari opportunamente formati e addestrati sia al primo soccorso sia all'antincendio oltre che all'utilizzo del defibrillatore semiautomatico. In considerazione del numero di risorse presenti, anche nella sede della Filiale Private di Bergamo è stata costituita la Squadra di Emergenza.

Tutte le sedi sia direzionali che succursali/filiali sono dotate di cassette o di pacchetti di medicazione e inoltre sono state acquistate per le sedi direzionali di Milano e Trieste apposite sedie di evacuazione da utilizzare - nel caso in cui l'emergenza segnalata obblighi il personale a lasciare l'immobile - per agevolare l'uscita dei colleghi disabili.

Viene periodicamente monitorata l'attività dei medici competenti nominati sul territorio che hanno l'obbligo di effettuare i sopralluoghi nelle sedi di lavoro sia presso le sedi centrali/direzionali che presso le u.o. periferiche; le eventuali segnalazioni di azioni di miglioramento vengono affrontate.

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

Per i lavoratori che operano presso le Succursali bancarie è pre-

visto 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'ottobre scorso il 100% dei dipendenti che operano nelle succursali e nelle filiali private con gestione di cassa ha ricevuto il volume "Antirapina" (Edizione 2012) e tutti i nuovi addetti al Servizio Succursali hanno frequentato il corso formativo in e-learning.

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

Sicurezza fisica

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

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

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

Nel secondo semestre 2012, sono stati installati 15 dispositivi "Cash-in/Cash-out" a supporto dell'attività del cassiere che di fatto escludono il cosiddetto "cassetto cassiere", dove si deposita il contante necessario per la gestione della cassa e, di norma, luogo subito aggredibile in caso di rapina.

Per il 2013 sono previste ulteriori 6 installazioni.

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 antimalore" collegato a una centrale di sorveglianza e di Pronto Intervento, alla quale è stato formalizzato un protocollo operativo per la gestione dell'emergenza.

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

Programmi

Nel 2012, il 31,87% del personale è stato sottoposto alla visita di sorveglianza sanitaria secondo il protocollo previsto dalla normativa vigente; tali controlli comprendono in particolare il controllo oculistico e quello dell'apparato muscolo-scheletrico in applicazione del protocollo sanitario addetti ai videoterminali. Sono state complessivamente effettuate 240 visite mediche (tra preventive e periodiche) a dipendenti e collaboratori del Gruppo Bancario. I risultati derivanti da tali visite confermano una elevata prevalenza di giudizi di idoneità senza alcuna prescrizione e/o limitazione; il dato complessivo rivela la sostanziale assenza di disturbi astenopici e una ridotta presenza di disturbi cervicali e di disturbi agli arti superiori.

Anche nel 2012 l'azienda ha messo gratuitamente a disposizione dei dipendenti delle sedi di Milano e di Trieste che volontariamente hanno aderito la possibilità di effettuare nel periodo invernale previsto dal Ministero della Salute la profilassi antinfluenzale.

Nel corso del 2012 sono continuati i programmi di formazione sui temi della sicurezza. Sono stati erogati due corsi di recupero in e-learning sulle tematiche generali della legge 81/2008 e sul-

l'"Utilizzo dei videoterminali" al fine di raggiungere tutti i dipendenti che, nelle precedenti edizioni, non avevano potuto completare la formazione.

La formazione in aula, che ha visto il coinvolgimento di 118 persone, si è articolata in corsi per gli addetti al primo soccorso (310 ore), addetti all'antincendio (52 ore) preposti alla sicurezza (90 ore), addetto al servizio sicurezza e protezione (ASSP) (80 ore), riaddestramento addetti alle squadre di emergenza (112 ore) e per l'utilizzo dei defibrillatori (336 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 2012 per la tutela della salute e sicurezza dei lavoratori - comprendendo in questa voce i costi per la sorveglianza sanitaria (visite e sopralluoghi), i costi di formazione in aula, i costi per le dotazioni delle squadre di emergenza ecc. - ammonta a circa 80.000 Euro.

Nel 2012 si sono verificati in tutto 4 infortuni (3 in itinere e 1 sul luogo di lavoro), nessuno dei quali ha causato morte, invalidità gravi o permanenti o malattie professionali ai lavoratori coinvolti.

Gli infortuni verificatisi nel 2012, tutti avvenuti in Italia, hanno riguardato nr. 2 donne (fra cui nr. 1 sul luogo di lavoro) e nr. 2 uomini.

Nel 2012 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 0,070% (0,030% nel 2011), mentre quello relativo ai soli infortuni sul posto di lavoro (esclusi, quindi, gli incidenti in itinere) è pari al 0,007% nel 2012 (0,002% nel 2011).

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 2012 il tasso di sindacalizzazione (percentuale dipendenti iscritti a sigle sindacali rispetto ai dipendenti totali perimetro Italia) era pari al 39%. Al 95,9% dei dipendenti si applica la legislazione sociale e nazionale e le previsioni del CCNL Credito ovvero Dirigenti Credito e Dirigenti Commercio. L'unica eccezione riguarda i dipendenti di Generali Fund Management.

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

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

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

Per quanto riguarda le ricadute sui dipendenti, le suddette operazioni societarie sono state gestite anche nel rispetto dei principi enunciati dal Codice di Condotta del Gruppo Generali e dalla Carta Sociale Europea in precedenza ricordati e mediante le

prassi gestionali adottate a livello di Gruppo Generali. In particolare, in presenza di una significativa riorganizzazione aziendale con tensioni occupazionali, si è concordato con le organizzazioni sindacali di ridurre i conseguenti impatti mediante incentivazioni consensuali all'esodo per i dipendenti prossimi alla pensione, blocco del turnover, mobilità interna tra mansioni professionalmente equivalenti e ricollocazione presso altre aziende del Gruppo Generali.

Come già anticipato, il contratto integrativo per i dipendenti del Gruppo Banca Generali (area Italia) è scaduto il 31 dicembre 2011 ma è tutt'ora vigente in regime di ultrattività - salvo quanto riguarda il c.d. premio di risultato, che sarà oggetto di nuova contrattazione. 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. Il rinnovo di tale contratto integrativo, che comunque riguarderà gli anni 2012-2014, sarà oggetto di nuova contrattazione sindacale alla luce della presentazione della relativa piattaforma da parte delle Organizzazioni Sindacali Aziendali.

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

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 collettiva nazionale.

Contenzioso dipendenti

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

Delle 9 posizioni di dipendenti di Banca Generali S.p.A. risultanti a contenzioso nel 2012, la maggioranza delle quali è peraltro riferita a rapporti di lavoro già chiusi, 4 riguardano posizioni dirigenziali, mentre 5 riguardano posizioni relative a quadri o impiegati. Le tipologie di controversie pendenti in contenzioso

sono riconducibili a motivazioni di varia natura a 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, 7 su 9 posizioni sono state attivate a iniziativa del dipendente e la Società, dovendo resistere ai ricorsi giudiziari, ha sempre valutato l'opportunità di una soluzione conciliativa delle controversie a fronte, tuttavia, di una coerente e fondata difesa delle ragioni aziendali.

L'entità dell'importo richiesto dalle controparti è pari complessivamente a 1,4 milioni di euro, di cui 800.000 euro riferiti a una sola posizione.

6. La formazione 2012 in cifre

L'attività di formazione svolta dal Gruppo Banca Generali nel 2012 si può sinteticamente riassumere in oltre 18.400 ore erogate, con un coinvolgimento dell'84% del personale dipendente.

Numero medio di ore di formazione per livello di lavoratori

	2011	2012
Dirigenti	8,56	16,70
Quadri direttivi	25,48	17,64
Impiegati	21,57	21,30
Forza vendita dipendente	94,40	86,68

Numero medio di ore di formazione per genere

	2011	2012
Femmine	22,0	18,6
Maschi	33,4	33,4

Investimenti in formazione

	2011	2012
Spesa media annua per collaboratore	1.114,92	804,85
Ore medie di formazione per collaboratore	27,37	25,65
Investimenti in formazione/retribuzioni	1,34%	0,95%
Costo medio orario della formazione (euro)	40,74	31,38

Anche nel 2012 l'impegno e l'attenzione del Gruppo Banca Generali sulla formazione sono stati rilevanti sia in termini di collaboratori coinvolti nei programmi formativi che di risorse economiche investite. Il continuo aggiornamento professionale e manageriale ci consente di dare un'attenzione al cliente qualitativamente eccellente, in linea con gli standard di servizio che la banca si è data.

Come negli altri anni, il Gruppo Banca Generali ha progettato e

sviluppato percorsi formativi appositamente studiati per le specificità del business creditizio, con progetti rivolti sia ai dipendenti sia alla rete di vendita dipendente (Relationship Manager). Sono stati progettati corsi manageriali e seminari di aggiornamento tecnico e professionale specialistici erogati da primarie società di consulenza esperte del settore e dalle più prestigiose istituzioni universitarie.

Tra i nuovi corsi proposti nel 2012, si segnala una ripresa dei temi della comunicazione in azienda, affrontati negli scorsi anni partendo da un corso sull'utilizzo appropriato della posta elettronica aziendale per passare a un progetto dedicato alla comunicazione scritta efficace, per arrivare alla gestione efficace delle riunioni. Nel 2012 sono stati erogati due corsi sulle operazioni bancarie indirizzati a popolazioni differenti: uno, a docenza interna, dal taglio più operativo e destinato a risorse neo inserite, l'altro, condotto da un docente universitario, dedicato a collaboratori già esperti.

Attraverso la formazione in modalità e-learning è continuato l'aggiornamento normativo di legge, in particolare rispetto al D.L. 231/01, la Trasparenza bancaria e l'Antiriciclaggio. Specificamente per il personale delle Succursali sono stati erogati corsi web based sulle tematiche dell'Antirapina e della gestione del contante. Oltre ai corsi in e-learning, sono stati proposti corsi in aula sulle Parti Correlate e Soggetti Rilevanti e sull'Antiriciclaggio e la rafforzata verifica.

Per alcune risorse selezionate sono stati attivati percorsi di alta formazione e/o master post laurea presso importanti istituzioni accademiche. Inoltre sono continuati i percorsi di business coaching rivolti a figure chiave, per sostenere le competenze manageriali strategiche richieste dal ruolo.

Continua la formazione rivolta ai Relationship Manager della Divisione Private che nel 2012 hanno partecipato ad approfondimenti tecnici di tipo finanziario e fiscale e, inoltre, a corsi relazionali sullo sviluppo di nuova clientela e sulla negoziazione. Nel 2012 si è concluso un articolato progetto di formazione manageriale per Capi Team dei Relationship Manager, iniziato l'anno precedente.

Procedono in modo costante i corsi in aula sulla sicurezza in azienda in ottemperanza del D.Lgs 81/08. In particolare nel 2012 tutti gli addetti delle squadre di emergenza sono stati coinvolti in un corso di aggiornamento su nuovi strumenti di soccorso.

7. Coinvolgimento dei collaboratori

A sostegno del dialogo e della comunicazione interna con tutti i dipendenti del Gruppo si utilizzano i canali informativi dedicati, quali il Portale HR, le newsletter e il Bollettino, che raccolgono e

diffondono le notizie su eventi e progetti del Gruppo Banca Generali e di tutte le altre compagnie del Gruppo Assicurativo.

Indagini e altre forme di dialogo

Uno dei principali canali di dialogo e comunicazione che la banca adotta per ascoltare la voce dei propri collaboratori è la creazione di momenti di incontro per affrontare temi relativi alla vita aziendale. Periodicamente vengono organizzati focus group per la rilevazione del clima interno e anche per la progettazione dei principali programmi formativi.

Altro importante momento di dialogo è l'incontro di fine anno tra i vertici del Gruppo Bancario e tutti i dipendenti in due meeting (a Milano e a Trieste). Durante questi incontri l'Amministratore Delegato traccia un bilancio dell'anno trascorso e delinea le principali strategie e progetti per quello successivo, anche grazie a interventi di esperti esterni e di testimonial protagonisti degli eventi di promozione dello sport tra i giovani che la banca sostiene da anni sul territorio.

Nel 2012, in accordo con le politiche sulla sostenibilità del Gruppo Generali, è stata anche lanciata una campagna di sensibilizzazione ai temi ambientali chiamata "Anche al lavoro pensa all'ambiente". Attraverso una serie di iniziative concrete come, a esempio, la corretta differenziazione dei rifiuti oppure la gestione oculata delle trasferte in termini di sostenibilità ambientale, si intende promuovere una coscienza dell'impatto che ciascuno di noi ha sull'ambiente anche e soprattutto nello svolgimento dell'attività lavorativa.

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.





3.4

AZIONISTI E INVESTITORI

1. Introduzione

L'attività di Banca Generali nei confronti dei propri azionisti, privati e istituzionali, si conferma ispirata a tre linee guida fondamentali: innanzitutto l'impegno a creare valore per gli azionisti indipendentemente dal contesto di mercato.

Questo concretamente significa perseguire un modello di business improntato alla crescita della professionalità interna, alla costante innovazione di prodotto e, non da ultima, alla sostenibilità delle voci di ricavo.

La seconda linea guida ispiratrice è costituita dall'impegno alla remunerazione del capitale dei nostri azionisti, che si è concretizzato in questi anni nella distribuzione di una consistente porzione di utili (mediamente l'80%) in dividendi, conquistando una presenza stabile ai vertici delle classifiche dei titoli ad alto rendimento del mercato italiano.

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

Questi principi hanno come denominatore comune la sostenibilità dei risultati nel medio-lungo termine, un risultato che gli azionisti riconoscono alla Banca e che si riflette nel costante incremento delle quotazioni fin dall'IPO e attraverso un rapporto sempre più stabile e duraturo.

2. L'azionariato

Il capitale sociale di Banca Generali al 31 dicembre 2012 risultava costituito da 112.937.722 azioni ordinarie del valore unitario di un euro. Nel corso dell'esercizio sono state emesse 1.261.539 azioni di nuova emissione attraverso l'esercizio delle opzioni relative ai piani di stock option riservati ai Promotori Finanziari.

Capitale sociale deliberato al 31.12.2012

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

*al netto delle azioni proprie.

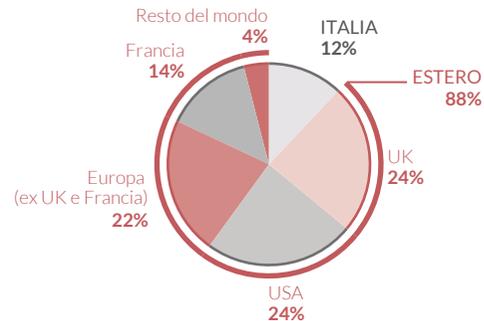
Al 31 dicembre 2012, il capitale della Banca risultava detenuto al 64,7% dal Gruppo Assicurazioni Generali e il restante 35,3% era costituito da flottante¹. La presenza di azionisti istituzionali sul totale del flottante era pari al 61% del totale che si confronta con

il 65% dello scorso anno. Nell'ambito degli azionisti istituzionali è salita l'incidenza della presenza estera, passata dall'81% del 2011 all'88% del 2012.

Ripartizione geografica degli investitori istituzionali di Banca Generali

(alla data del pagamento del dividendo 2012)

	2011	2012
Italia	19%	12%
Estero	81%	88%
di cui UK	31%	24%
di cui USA	20%	24%
di cui Europa (ex UK e Francia)	14%	22%
di cui Francia	13%	14%
di cui Resto del mondo	3%	4%



¹ Si segnala che in data 4 aprile 2013 Assicurazioni Generali ha effettuato il collocamento di 13.666.593 azioni di Banca Generali equivalenti a circa il 12% del capitale sociale della Banca presso investitori istituzionali. A seguito di questa operazione il flottante di Banca Generali è salito al 48,5%. Il Gruppo Assicurazioni Generali continua a detenere la partecipazione di controllo pari al 51,5% del capitale sociale di Banca Generali.

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

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



Il 2012 è stato un anno ricco di soddisfazioni per gli azionisti di Banca Generali: il prezzo del titolo nel corso dell'anno è quasi raddoppiato, passando dai 7,245 euro degli inizi di gennaio ai 12,91 euro di fine dicembre, mettendo a segno un rialzo del

79,3%. A fine dicembre il prezzo del titolo ha raggiunto il valore di 13,00 euro che rappresenta il livello massimo assoluto dai tempi della quotazione.

Riepilogo quotazioni del titolo Banca Generali

	2008	2009	2010	2011	2012
Massimo	6,780	8,738	9,650	11,560	13,000
Minimo	2,777	2,070	6,800	6,265	6,540
Medio	4,652	7,400	8,359	8,798	9,640
Fine periodo	2,777	8,456	9,060	7,200	12,910
Capitalizzazione (€m)	312	941	1.009	804	1.458

L'andamento delle quotazioni è risultato volatile nella prima parte dell'anno, in linea con l'andamento dei mercati finanziari: dapprima ha beneficiato dell'euforia per le operazioni di LTRO e successivamente ha risentito delle tensioni legate alla crisi dell'euro e al peggioramento macroeconomico. Da fine maggio, l'apprezzamento del titolo è stato continuo sino alla fine dell'anno.

La performance di Banca Generali è risultata positiva anche in termini relativi, sia rispetto alla dinamica del mercato azionario italiano (FTSE MIB +7,8% e FTSE Mid-Cap -0,4%) che degli indici settoriali di riferimento, ovvero il settore bancario italiano (FTSE Italia All Share Banks -0,02%) e il settore bancario europeo (DJ EuroStoxx 600 +12%).

Andamento dei principali indici di borsa

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

I volumi negoziati nel corso del 2012 sono stati pari a 4,38 milioni in media su base mensile (210.334 pezzi su base giornaliera), con un picco di 6,03 milioni nel mese di maggio e un minimo di 2,06 milioni di pezzi nel mese di agosto.

Sulla base degli utili realizzati nel 2012, l'Assemblea degli Azio-

nisti ha approvato la distribuzione di un dividendo di 0,90 euro per azione (0,55 euro nell'esercizio precedente) equivalente a un monte dividendi di 102,5 euro milioni. Il rendimento implicito dell'azione (dividend yield) si è attestato al 6,4%, sulla base del prezzo alla vigilia della presentazione della proposta di dividendo al CDA (7 marzo 2013).

Dividendi erogati

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

Fonte: dati societari, Bloomberg.

NOTE

(1) dividendi erogati / utile d'esercizio.

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

(3) dividendo unitario / prezzo medio.

DIVIDENDO UNITARIO PER AZIONE 2012

EURO



4. L'attività di investor relations

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

Nello specifico nel corso del 2012, oltre alle conference call trimestrali per l'analisi dei risultati reddituali e finanziari, il vertice aziendale della banca si è confrontato in maniera assidua con gli investitori: circa 200 incontri con investitori istituzionali e ana-

listi buy-side di oltre 80 primarie case di investimento in occasione di road-shows presso le principali piazze finanziarie internazionali, attraverso la partecipazioni a conferenze settoriali e attraverso l'incontro di investitori in sede.

Attività di engagement con gli investitori istituzionali

	2008	2009	2010	2011	2012
Presentazioni	12	9	5	8	6
Presentazioni istituzionali (Analyst Meetings)	4	4	4	4	4
Presentazioni a conferenze settoriali (Sector Conferences)	8	5	1	4	2
Road shows		10	9	10	9
di cui Italia		4	4	2	4
di cui Estero		6	5	8	5
N° incontri effettuati	84	113	109	158	143
N° case d'investimento/analisi incontrate	62	78	83	94	83
N° investitori incontrati	89	139	140	213	187
Copertura Brokers					
N° analisti buy-side che coprono il titolo BG	10	10	10	11	9
N° report e note giornaliere pubblicate	85	108	85	110	116

A questi si sono aggiunti gli incontri con analisti Sell-side di primarie case di brokers italiani ed esteri. Si ricorda che a fine 2012 le raccomandazioni degli analisti vedono una netta prevalenza di

buy/outperform pari al 67% delle coperture totali seguite dal restante 37% di raccomandazioni neutrali (hold/neutral). Non sono presenti raccomandazioni negative (sell/outperform).





3.5

FORNITORI

1. Politiche d'acquisto

Il Gruppo Banca Generali nel corso del 2012 ha intrattenuto rapporti con 1.835 fornitori per un fatturato di oltre 116 milioni di euro. Rispetto al 2011 si riscontra una crescita di circa 350 fornitori attivi, la spesa complessiva sostenuta, invece, rispetto al 2011, ha registrato un aumento di oltre il 16%.

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

In conformità con i menzionati principi del Gruppo Generali, il

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

	2011	2012
N° Fornitori	1.484	1.835
Spesa per fornitori (*)	99.949	116.289

(*) spesa in migliaia di euro.

2. Pratiche d'acquisto

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

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

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

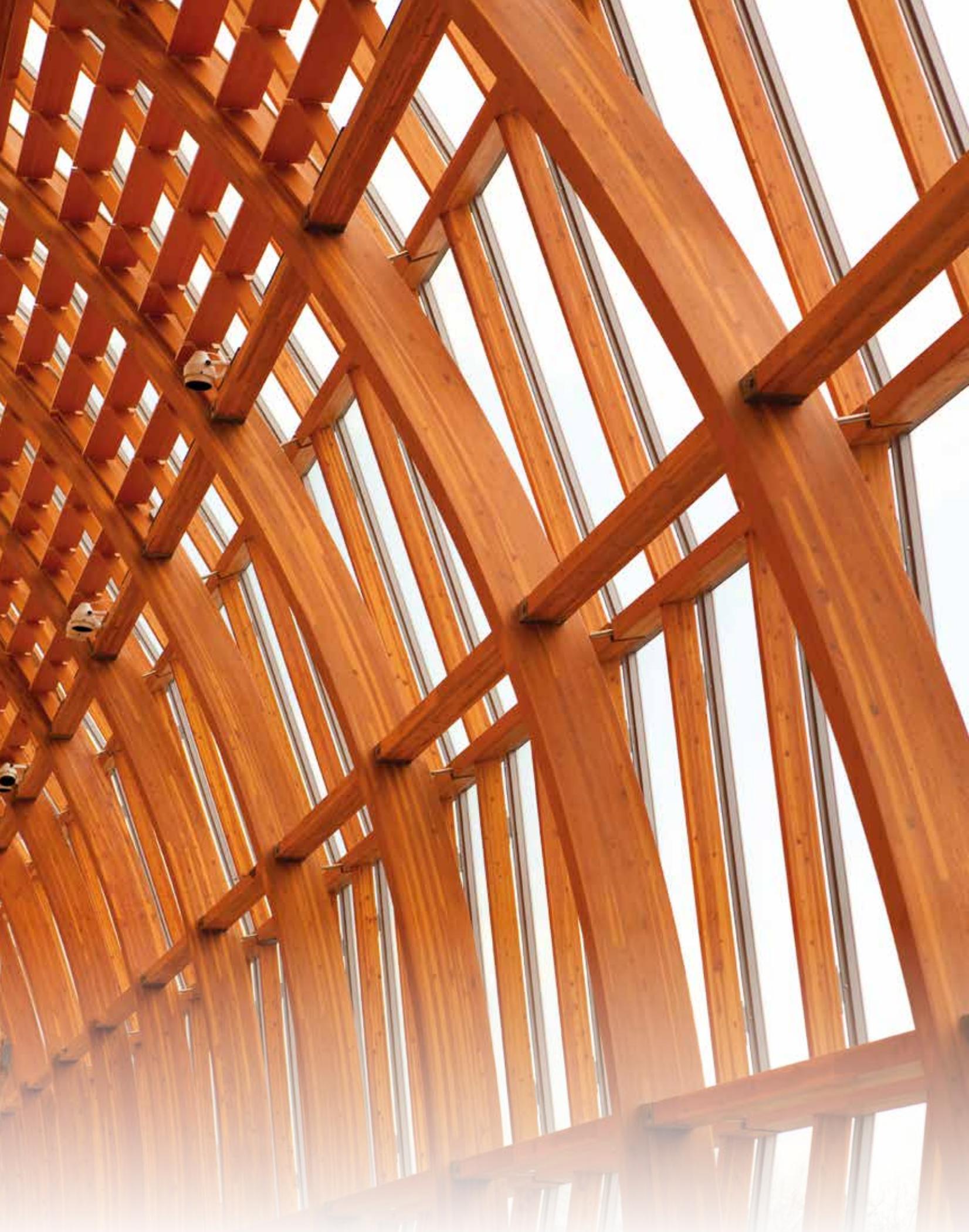
La spesa 2012 per fornitori nazionali è stata pari a 111,3 milioni di euro (95,62% del totale), mentre la spesa per fornitori esteri si è limitata a 5,1 milioni di euro (4,38% del totale).

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

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

Ripartizione dei fornitori per area geografica

REGIONE	2011	2012
Abruzzo	8	10
Basilicata	3	2
Calabria	19	22
Campania	453	80
Emilia Romagna	117	131
Friuli Venezia Giulia	107	134
Lazio	121	159
Liguria	73	55
Lombardia	519	652
Marche	18	16
Molise	1	0
Piemonte	122	125
Puglia	29	29
Sardegna	5	5
Sicilia	35	31
Toscana	79	93
Trentino Alto Adige	10	21
Umbria	10	11
Valle d'Aosta	8	8
Veneto	99	100
Totale Italia	1.436	1.684
Totale estero	48	151
Totale	1.484	1.835





3.6 COMUNITÀ

1. Rapporti con la comunità

Banca Generali considera lo sviluppo di politiche a sostegno delle comunità con cui interagisce uno dei fattori cardine del suo modello di business. Investire nella valorizzazione e nella crescita delle realtà territoriali circostanti, in particolare, sono considerati elementi prioritari di attività.

La comunicazione dei valori aziendali è avvenuta principalmente attraverso eventi, sponsorizzazioni, donazioni, campagne, collaborazioni con enti e associazioni a cui si sono affiancate le sempre più numerose iniziative di marketing locale organizzate dalla Rete.

Il Trade Marketing è l'ufficio che gestisce lo sviluppo e l'organizzazione delle iniziative, interfacciandosi con tutte le divisioni e funzioni aziendali al fine di coordinare e rendere omogenei i processi di intervento nei confronti della collettività.

Le aree di intervento nell'ambito delle quali Banca Generali ha orientato la propria attività sono principalmente quattro:

- **Area sociale:** comprende le iniziative volte alla valorizzazione della comunità e alla cura dei suoi molteplici aspetti: dall'attenzione verso le persone in difficoltà al sostegno di ricerca e formazione.
- **Area volontariato:** racchiude le attività che il personale della Banca intraprende a favore della comunità, concretizzandosi sia in raccolta fondi sia nell'adesione ad attività di volontariato.
- **Area sport:** include le attività sportive sia a livello 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 corso del 2012 Banca Generali ha rafforzato il proprio rapporto con le "no profit" grazie alla comprovata solidarietà dei dipendenti e della Rete, che hanno dedicato parte della loro giornata lavorativa per raccogliere fondi e per supportare le associazioni nella realizzazione di progetti di beneficenza. Complessivamente il contributo che la Banca ha destinato nel corso del 2012 alle Onlus è stato pari a circa 145.000 euro.

Di grande rilievo è stato il rafforzamento del legame della Banca con la Fondazione Francesca Rava - N.P.H. Italia, un solido e proficuo rapporto che prosegue da diversi anni. Nel corso del 2012 Banca Generali ha promosso una raccolta fondi grazie alla quale è stato possibile inviare un container carico di beni di prima necessità, come latte in polvere, olio e biscotti, e capi di abbigliamento per i bambini della scuola St. François di Haiti e degli Slums. L'attività di beneficenza, in linea con i programmi di

distribuzione alimentare portati avanti già da tempo, ha avuto l'obiettivo di aiutare la popolazione dell'isola gravemente colpita dal terremoto del 2010.

Il progetto, infatti, si è sviluppato come seguito dell'iniziativa, nata nel 2010, che ha visto Banca Generali coinvolta in prima linea nella costruzione della scuola St. François per dare la possibilità a circa 400 bambini di studiare in un ambiente accogliente con i banchi e le sedie, il materiale didattico e le divise.

La Banca ha inoltre assicurato il proprio sostegno alla Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori - LILT - che da molti anni opera nel campo della prevenzione, della diagnosi precoce, della promozione della ricerca, dell'educazione sanitaria e dell'assistenza ai pazienti.

In particolare, nel corso del 2012, Banca Generali ha sostenuto la realizzazione di un concerto presso il teatro "La Scala" di Milano, evento finalizzato principalmente alla raccolta fondi per garantire assistenza domiciliare ai pazienti oncologici. L'attività si concretizza sia in aiuti materiali che in supporto psico-sociale da parte di risorse volontarie e professionali qualificate.

Il concerto ha permesso inoltre di raccogliere fondi da destinare alla ricerca scientifica, all'educazione sanitaria, alla diagnosi precoce e alla prevenzione, temi fondamentali per dare forza alla lotta contro il cancro.

Inoltre Banca Generali è stata ancora una volta al fianco di AISM - Associazione Italiana Sclerosi Multipla - in occasione della vendita natalizia delle spezie. L'iniziativa ha avuto come obiettivo la raccolta di contributi da devolvere in favore della ricerca e è stata possibile grazie al coinvolgimento dei dipendenti e della Rete. I colleghi, infatti, hanno dedicato 20 ore di volontariato alla vendita delle spezie, rendendo il Natale un'importante occasione per aiutare in modo concreto la promozione e il finanziamento della ricerca, che la Onlus porta avanti da anni.

In ambito sportivo Banca Generali si è fatta portavoce dei valori positivi dello sport promuovendo per il terzo anno consecutivo "Un Campione per amico".

La manifestazione itinerante, nel corso del 2012, ha toccato 10 delle principali piazze italiane, coinvolgendo in attività ludico-

CONTRIBUTI EROGATI NEL 2012

EURO



sportive oltre 10.000 bambini e ragazzi provenienti dalle scuole sul territorio. I giovani hanno potuto trascorrere giornate all'aperto, al fianco di importanti figure del panorama sportivo italiano. L'esperienza del gioco e dell'attività fisica vissute insieme a professionisti ha permesso di apprendere, oltre alle regole e alla tecnica, anche i sani valori della competizione. In particolare, l'iniziativa ha promosso principi come il rispetto, la disciplina e la correttezza, ma soprattutto l'integrazione: l'edizione 2012 di "Un Campione per amico", infatti, ha dato la possibilità a tutti i partecipanti di cimentarsi nelle varie attività, senza alcuna distinzione di abilità.

Sempre in campo sportivo, l'Istituto ha continuato a sostenere la campionessa olimpica Federica Brignone. La Banca ha sponsorizzato la giovane atleta durante la stagione invernale della Coppa del Mondo di Sci, evidenziando come lo sport incarni valori posi-

tivi saldamente ancorati ai principi di Banca Generali.

Banca Generali ha dimostrato il proprio impegno anche nel mondo dell'arte e della cultura sostenendo, in qualità di main sponsor, la mostra dell'artista Alberto De Braud intitolata "Fine del gioco" e organizzata presso il Museo Diocesano di Milano.

I progetti sostenuti da Banca Generali sono numerosi ed eterogenei: dal sostegno di singole iniziative a operazioni più complesse e sviluppate nel corso degli anni, tutte accomunate dalla grande attenzione che i dipendenti e la Rete rivolgono all'aspetto sociale e di volontariato che l'Istituto porta avanti sempre con maggiore coinvolgimento.

Infine, il finanziamento che Banca Generali dedica alle attività didattiche e sportive di diversi enti sia a livello nazionale che locale è il sintomo del forte interesse che ogni giorno viene rivolto verso progetti di assistenza e beneficenza.





3.7 AMBIENTE

1. Politica ambientale

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

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

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

Nell'ambito del SGA è stata definita la Politica ambientale che definisce gli obiettivi e gli impegni che orientano le scelte e le azioni del Gruppo allo scopo di contribuire positivamente a uno sviluppo sostenibile. Gli obiettivi individuati si riferiscono sia agli impatti ambientali diretti, riconducibili alle attività assicurative e finanziarie del Gruppo, sia agli impatti indiretti, collegati alle

attività di approvvigionamento, di progettazione e distribuzione di prodotti assicurativi e finanziari e all'attività istituzionale di investimento.

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

Tali immobili rappresentano la sede di lavoro di 545 dipendenti per una copertura pari al 69% in termini di organico del Gruppo Banca Generali.

Allo scopo di attuare e mantenere attivi gli obiettivi contenuti nella Politica ambientale, anche il Gruppo Banca Generali si è allineato agli obiettivi e target di Gruppo per il miglioramento ambientale. I valori iniziali del Gruppo Banca Generali, cui fanno riferimento i target fissati, sono quelli rilevati al 31.12.2010. Nella tabella sottostante è disponibile una sintesi riguardante gli obiettivi e i target di Gruppo relativi agli impatti ambientali diretti.

Obiettivi e target di Gruppo per il miglioramento ambientale

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

Per ulteriori approfondimenti sul Sistema di Gestione Ambientale (SGA) si può accedere al seguente indirizzo web:

<http://www.generalicom.com/generalicom/sezione.do?idItem=142301&idSezione=142300>

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

mentare nel Gruppo un sistema di gestione ambientale.

Nel 2012 l'implementazione del Sistema è continuata con l'avvio dell'audit da parte del servizio Revisione Interna di Gruppo che ha verificato il corretto e completo recepimento delle prescrizioni contenute nelle procedure di Gruppo, anche attraverso l'esecuzione di verifiche sull'esistenza di adeguati processi e disposizioni operative; in tale ambito, sono stati oggetto di analisi anche i processi implementati per la raccolta dei dati e delle informazioni necessarie per il monitoraggio dei risultati raggiunti a fronte degli obiettivi del SGA prefissati. È stata inoltre verificata l'esistenza e l'effettività del processo di recepimento degli obiettivi del SGA definiti a livello di Gruppo, in particolare per quanto riguarda la fase di definizione delle azioni da intraprendere per il conseguimento degli stessi.

La corretta implementazione del SGA e lo specifico raggiungimento degli obiettivi sono garantiti da periodici monitoraggi e da un sistema di informativa che prevede report semestrali e un rapporto annuale denominato Inventario delle emissioni di gas a

effetto serra (GHG) del Gruppo Generali in cui, con riferimento al SGA, sono quantificate, analizzate e rendicontate in modo chiaro, dettagliato e trasparente le emissioni di GHG del Gruppo. Il Gruppo ha ottenuto dall'Organismo di Certificazione RINA Ser-

vices 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 2011 e 2012.

ASPETTI AMBIENTALI DIRETTI	OBIETTIVO	TARGET/TEMPISTICA	INDICATORE
Energia	Ottimizzazione dei consumi di energia elettrica	Riduzione dei consumi di energia elettrica pro capite del 5% entro il 2012	Consumo annuo di energia elettrica pro capite
Carta	Ottimizzazione dei consumi di carta	Riduzione del consumo totale di carta del 5% entro il 2012	Consumo annuo totale di carta
Acqua	Ottimizzazione del consumo di acqua	Riduzione del consumo di acqua pro capite del 5% entro il 2012	Consumo annuo di acqua pro capite
Rifiuti	Ottimizzazione della gestione dei rifiuti	Incremento della quota di rifiuti raccolti con modalità differenziata del 10% entro il 2012	% rifiuti raccolti con modalità differenziata su totale rifiuti
Emissioni gas a effetto serra	Riduzione delle emissioni in atmosfera da Scope1 e Scope2	Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra da Scope1 (combustibili per il riscaldamento e chilometri percorsi dalla flotta aziendale) e Scope2 (energia elettrica e teleriscaldamento) del 10% entro il 2012	Emissioni annue di CO ₂ e da Scope1 e Scope2

2. Tutela dell'ambiente

Impatti ambientali diretti

Energia

Nel 2012 le sedi del Gruppo Banca Generali incluse nel SGA hanno consumato complessivamente 12,75 Tera Joule (TJ) di energia con una riduzione del 3,02% rispetto all'anno precedente. Anche il consumo pro capite ha confermato tale andamento registrando un calo più vistoso pari al 4,09%.

Nel triennio 2010-2012 la riduzione del consumo di energia, espressa in Tera Joule (TJ), è stata pari a 0,76 TJ (-5,59%) mentre a livello pro capite la variazione percentuale si è assestata a un -8,5%.

Consumo energia Tera Joule - Consumo pro capite

	2010	2011	2012	VAR.% 2010/2012
Consumo	13,51	13,15	12,75	-5,59
Consumo pro capite	0,026	0,024	0,023	-8,5

Il 56% dei consumi è rappresentato dal consumo diretto di energia da gas naturale, utilizzato per riscaldare gli ambienti di lavoro mentre il restante 44% è costituito dal consumo di energia elettrica. I consumi in termini pro capite calcolati come rapporto tra il consumo complessivo e il numero totale di dipendenti che lavorano nelle sedi monitorate nel SGA sono stati pari a 0,023 Te-

rajoule (TJ). Al momento, il Gruppo Banca Generali non produce autonomamente energia, che viene dunque acquistata dai fornitori o direttamente dai produttori. L'energia elettrica è utilizzata principalmente per l'illuminazione, il funzionamento dei macchinari e il condizionamento.

Consumo energia elettrica Consumo in kWh

	2010	2011	2012	VAR.% 2011/2012	VAR.% 2010/2012
Consumo totale di energia elettrica	1.611.922	1.597.893	1.559.962	-2,37	-3,22
Consumo di energia elettrica pro capite	2.931	2.965	2.862	-3,45	-2,34
Consumo totale di energia elettrica da fonti rinnovabili	567.397	562.458	1.559.962	177,35	174,93
Consumo totale di energia elettrica da fonti non rinnovabili	1.044.526	1.035.435	-	-100,00	-100

Il consumo di energia elettrica per le sedi incluse nel SGA nel corso del 2012 ha registrato, rispetto all'anno precedente, un contenimento dei valori del 3,22% che, in termini assoluti, rappresentano una riduzione di 37.931 kilowatt ora. Rispetto all'anno 2010, invece, i valori hanno registrato una contrazione del 3,22% che, in termini assoluti, rappresentano una riduzione di 51.960 kilowatt ora. Da segnalare che, nel corso del 2012, la quota di

energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili ha raggiunto l'obiettivo del 100%.

La riduzione dei consumi è da attribuire principalmente a un efficientamento degli orari di funzionamento degli impianti, effettuato in corso d'anno, senza che vi sia stato un peggioramento delle condizioni microclimatiche per i dipendenti.

ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI NEL 2012



CONSUMO ENERGIA PRO-CAPITE 2010-2012

Consumo gas naturale Consumo in m³

	2010	2011	2012	VAR.% 2011/2012	VAR.% 2010/2012
Consumo di gas naturale (metano)	197.511,4	189.642,8	182.951,2	-3,53	-7,37
Consumo di gas naturale pro capite	359,1	351,8	335,7	-4,59	-6,52

Per quanto riguarda il consumo di energia termica, nel 2012 presso le sedi monitorate nel SGA, sono stati consumati 182.951 metri cubi di gas naturale. Rispetto all'anno precedente si è registrata una contrazione dei consumi di gas naturale del 3,53%. Rispetto al 2010, invece, i valori hanno registrato una contrazione del 7,37% per oltre 14.560 metri cubi consumati in meno. Anche la riduzione del consumo pro capite ha registrato nel triennio in questione una flessione pari al 6,52%.

Si precisa inoltre che per il riscaldamento delle sedi in questione

non è utilizzato nessun altro combustibile come a esempio il gasolio che è più inquinante e come la sede di Trieste utilizzi la fonte di gas naturale anche per il necessario raffrescamento estivo (c.d. sistema a travi fredde).

Anche in questo caso, la riduzione dei consumi è da attribuire principalmente a un efficientamento degli orari di funzionamento degli impianti, effettuato in corso d'anno, senza che vi sia stato un peggioramento delle condizioni microclimatiche per i dipendenti.

Gestione degli edifici e delle strutture aziendali

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

Principali azioni intraprese per il miglioramento energetico:

- Presenza di dispositivi per accensione/spegnimento automa-

tico dei corpi illuminanti.

- 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.

Consumo di carta Consumo in quintali

	2010	2011	2012	VAR.% 2011/2012	VAR.% 2010/2012
Consumo totale di carta (carta bianca+carta stampata)	363,4	369,1	431,6	16,94	18,76
Consumo di carta bianca	232,0	229,6	347,2	51,20	49,66
Consumo di carta bianca ecologica ECF/TCF carta certificata FSC/PEFC	232,0	229,6	347,0	51,11	49,57
Consumo di carta stampata	131,4	139,4	83,8	-39,88	-36,20

Nel 2012 sono stati consumati complessivamente 432 quintali di carta (+16,94%) rispetto al 2011. I consumi totali comprendono circa 347 quintali di carta bianca (80,4%) e 84 quintali di carta stampata (19,4%), cioè di carta acquistata dai fornitori per la stampa di documenti contrattuali, materiali pubblicitari, bilanci ecc. La carta bianca e stampata utilizzata dal Gruppo Banca Generali è solo di tipo ecologico e certificata FSC-Forest Stewardship Council, cioè proveniente da foreste gestite in modo sostenibile.

Il sensibile incremento di consumo di carta bianca è dovuto principalmente a due fattori non strettamente correlati all'effettivo consumo ma che a livello statistico hanno inciso negativamente. A fine 2012, per motivazioni di tipo economico si è privilegiato l'acquisto di un consistente numero di risme di carta bianca con lo scopo di costituire una scorta di magazzino per l'anno a venire. La seconda motivazione deriva invece dall'introduzione di un più accurato sistema di rilevazione delle movimentazioni in generale della carta che probabilmente ha fatto emergere alcuni consumi

VOLUMI DI ACQUA CONSUMATI 2012 VS 2011



non correttamente tracciati negli anni precedenti.

Il consumo di carta stampata invece ha subito, rispetto all'anno precedente, una decisa riduzione, dovuta principalmente all'estensione di supporti informativi per l'attività di vendita delle nostre strutture commerciali che limitano alla stampa solo la parte contrattuale strettamente necessaria.

Principali azioni intraprese per il miglioramento della gestione della carta:

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

fax, fotocopiatrici e scanner, a uno a "isole multifunzionali" i cui benefici in termini di consumo si prevede che possano realizzarsi nel corso del 2013.

- 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 sui clienti accedendo on-line al portale dedicato.
- Per la trasmissione delle comunicazioni cartacee tra uffici e sedi della banca si utilizza un contenitore riutilizzabile per più di 30 volte.

Consumo di toner Consumo in quintali

	2011	2012	VAR.% 2011/2012
Consumo totale di toner	18,00	11,47	-36,28
di cui "compatibile/green"	2,00	2,90	45,00

Nel 2012, le società del Gruppo Banca Generali hanno acquistato 11,47 quintali di toner, di cui il 25,28% del tipo "compatibile/green".

Rispetto all'anno precedente si sono ridotti notevolmente i consumi, grazie anche alla diminuzione del numero di stampanti "personali" a seguito dell'introduzione delle "isole multifunzionali di stampa", citate nei paragrafi precedenti.

È stato altresì premiante l'estensione del catalogo "green" messo

a disposizione dagli Acquisti di Gruppo Generali che ha permesso un notevole incremento, rispetto all'anno precedente, della quota di acquisto per toner di tipo "compatibile/green".

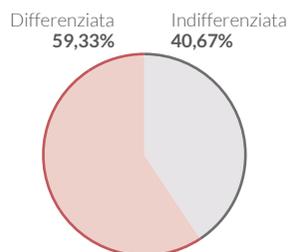
Si segnala altresì che detto catalogo con prodotti "green" messo a disposizione dagli Acquisti di Gruppo Generali comprende, oltre ai suddetti toner, anche numerosi prodotti di cancelleria a basso impatto ambientale.

Consumo di acqua Consumo in m³

	2010	2011	2012	VAR.% 2011/2012	VAR.% 2010/2012
Consumo totale di acqua	11.928	10.533	9.314	-11,5	-21,92
Consumo di acqua pro capite	22	20	17	-12,54	-21,21
di cui proveniente da condotto comunale/statale	11.928	10.533	9.314	-11,58	-21,92

Rispetto all'anno precedente, i consumi di acqua si sono notevolmente ridotti attestandosi sotto i 10 mila metri cubi con un risparmio di 1.220 metri cubi, pari al -11,58%, confermando così il trend ribassista degli anni precedenti. L'ultimo triennio infatti ha registrato un calo dei consumi pari a 2.614 metri cubi pari allo -21,92%.

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 Consumo in quintali

	2010	2011	2012	VAR.% 2011/2012	VAR.% 2010/2012
Carta-cartone	421,0	315,0	214,7	-31,84	-49,00
Plastica o alluminio	25,0	16,0	20,9	30,80	-16,29
Rifiuti IT (computer ecc.)	4,0	2,0	-	-100,00	-100,00
Cartucce toner esauste destinate allo smaltimento finale	11,0	5,3	9,9	84,72	-10,33
Cartucce toner esauste destinate al riciclo	6,0	5,7	8,2	43,55	37,3
Altro (vetro)	0,7	0,0	1,2	n.p.	74,86
Totale rifiuti raccolti con modalità differenziata	467,7	344,1	254,9	-25,90	-45,49
Totale rifiuti raccolti con modalità indifferenziata	5,0	4,9	174,7	n.s.	n.s.

Nel 2012 il Gruppo Banca Generali ha prodotto complessivamente 429,6 quintali di rifiuti, di cui 254,9 (59%) raccolti con modalità differenziata e 174,7 quintali inceneriti o portati in discarica. A questo proposito si precisa che l'importante quantità di rifiuti "indifferenziati" registrata nell'anno 2012 deriva dallo sgombero di alcuni magazzini, all'interno dei quali erano stati riposti da diversi anni arredi e materiale vario che via via diventava obsoleto o non riutilizzabile. Si tratta quindi di un picco di produzione di rifiuti di tipo straordinario.

Per quanto riguarda la raccolta con modalità differenziata si precisa che si tratta di carta e cartone, plastica e alluminio, rifiuti IT

e toner.

La parte preponderante dei rifiuti raccolti con modalità differenziata è costituita da carta e cartone (84% dei rifiuti differenziati). I rifiuti dei toner e quelli considerati pericolosi (tubi al neon, batterie ecc.) vengono raccolti e smaltiti separatamente in modo appropriato, secondo le normative vigenti, tramite ditte specializzate e con la tenuta dei registri e della documentazione obbligatoria.

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

Emissioni di gas a effetto serra

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

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

	2010	2011	2012	VAR.% 2011/2012	VAR.% 2010/2012
Totale chilometri percorsi su strada con autovetture, motocicli ecc. dai dipendenti (dirigenti, impiegati, personale commerciale, ecc.) in missione	864.131	698.684	693.846	-0,69	-19,71
Totale chilometri percorsi con mezzi gestiti direttamente dall'azienda (di proprietà, noleggio a lungo periodo, leasing operativo ecc.)	556.178	454.695	453.209	-0,33	-18,51

Grazie alle varie iniziative di gestione della mobilità, nell'anno si è registrata un'ulteriore flessione nei chilometri percorsi in automobile dai dipendenti in missione, in aggiunta al risultato positivo ottenuto nell'anno 2011. Nel triennio in osservazione si è rilevata una riduzione dei chilometri percorsi in automobili dai dipendenti in missione pari al 19,71% che in valori assoluti

comporta una riduzione dei chilometri percorsi di oltre 170.000 unità. Si è incentivato altresì l'utilizzo dell'auto aziendale/strumentale rispetto a quella personale in quanto i modelli della flotta aziendale sono di recente immatricolazione e quindi dal punto di vista delle emissioni di CO₂ maggiormente performanti.

	2010	2011	2012	VAR.% 2011/2012	VAR.% 2010/2012
Totale km in aereo effettuati dai dipendenti in missione	840.269	1.007.955	1.276.850	27	52
di cui < 499 km	243.435	500.936	632.965	26	160
di cui 500-3.499 km	404.165	418.943	517.556	24	28
di cui > 3.500 km	192.669	88.076	126.330	43	-34

Per quanto riguarda le altre voci sulla mobility si registra invece un incremento rispetto all'anno precedente dei chilometri percorsi in aereo (+27%), mentre si riducono lievemente i chilometri

percorsi in treno. In controtendenza invece l'utilizzo del treno ad alta velocità che riporta un incremento dei chilometri percorsi (+1,96%).

	2010	2011	2012	VAR.% 2011/2012	VAR.% 2010/2012
Totale km in treno effettuati dai dipendenti in missione	1.038.486	1.128.930	1.106.987	-1,94	9
di cui km effettuati in treno ad alta velocità	597.130	567.128	572.815	1,00	-6
di cui km effettuati in treni tradizionali	441.357	561.801	534.173	-4,92	28

Principali azioni intraprese per il miglioramento della mobilità:

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

Anche nel 2012 sono proseguiti i processi di sviluppo dei sistemi di videoconferenza con l'obiettivo di ridurre gli spostamenti e, allo stesso tempo, di instaurare un legame visivo tra le varie sedi del Gruppo Banca Generali.

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 2012 le emissioni complessive di GHG, costituite da anidri-

In particolare nel 2012 il numero di collegamenti in videoconferenza è rimasto pressoché identico a quello dell'anno precedente attestandosi a 1.150 collegamenti.

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 web cam 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).

Per incoraggiare una mobilità sostenibile nel tragitto casa-lavoro è stata confermata anche per il 2012 la convenzione con la locale azienda dei trasporti pubblici milanesi che consente ai dipendenti di acquistare abbonamenti a prezzi scontati con agevolazioni al pagamento da parte della banca. Tale agevolazione è stata estesa anche alla Rete Ferroviaria lombarda servita da Trenord.

de carbonica (CO₂), protossido di azoto (N₂O) e di metano (CH₄), sono state pari a 1.306,81 tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO₂e), ottenute trasformando con opportuni coefficienti le quantità emesse di N₂O e CH₄. Le suddette emissioni derivano per il 46% dal consumo di energia elettrica, per il 33% da energia termica e per il 21% dalla mobilità aziendale.

Rispetto all'anno precedente si è registrato un incremento complessivo delle emissioni pari a 8,8 tonnellate di anidride carboni-

ca equivalenti (CO₂e) (+0,68%). Tale incremento è dovuto essenzialmente dall'aumento dei chilometri percorsi in aereo per quasi 270.000 unità.

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

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

Scope 1 - Le emissioni dirette, prodotte dagli impianti di riscaldamento e dalla flotta di auto aziendali sono state stimate pari a 433,9 tonnellate di CO₂e. È stata stimata un'emissione totale pari a 345,7 tonnellate di CO₂e a fronte di un consumo energetico derivante da 182.951 metri cubi di gas naturale. Le emissioni direttamente prodotte dalla flotta aziendale sono state stimate pari a 88,2 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 604,4 tonnellate di CO₂e e derivano essenzialmente dall'acquisto di energia elettrica per 1.559.962

di kWh.

Scope 3 - Le emissioni indirette diverse da consumo energetico, connesse alle trasferte di lavoro dei dipendenti, sono state complessivamente stimate pari a 269,9 tonnellate di CO₂e, di cui 46,3 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in autovettura, 183,8 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in aereo e 39,7 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in treno.

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

	2011	2012	VAR. %
Scope1 tCO ₂ e	446,86	433,93	-2,89
Scope2 tCO ₂ e	619,03	604,36	-2,37
Scope3 tCO ₂ e	233,28	269,90	15,70
Totale (tCO₂e)	1.297,76	1.306,81	0,70

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.

A questo proposito si precisa che nel corso del 2012 sono stati sostituiti gli ultimi tre condizionatori autonomi funzionanti a gas R22 a servizio di locali tecnologici nelle due sedi oggetto di SGA. Si segnala infine che il Gruppo Generali ha aderito al Carbon Disclosure Project (CDP), un'iniziativa internazionale sostenuta da oltre 500 grandi investitori istituzionali finalizzata a raccogliere presso le più importanti aziende a livello mondiale informazioni sulle loro emissioni di gas a effetto serra e sulle strategie adottate per far fronte ai rischi e alle opportunità derivanti dal cambiamento climatico. Anche nel 2012 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 2012 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 a 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.

Banca Generali, per la sede di Milano, ha aderito nel corso del 2012 al progetto di incentivazione alla separazione dei rifiuti riciclabili, potenziando nelle aree dedicate il numero dei contenitori con evidenziato il tipo di rifiuto differenziato da buttare e inserendo nuovi contenitori di colore rosso per la raccolta dei rifiuti "indifferenziati". Di conseguenza i cestini a uso di ogni singolo dipendente sono stati privati del sacco nero e destinati ai soli rifiuti cartacei. Su ogni singolo cestino "personale" è stata ap-

posta un'etichetta riportante l'indicazione "SOLO CARTA". Sempre nel corso del 2012 Banca Generali ha aderito all'iniziativa "Anche al lavoro pensa all'ambiente" che è consistito in un piano comunicativo che ha ripercorso i seguenti temi:

- Gestione Trasferte e Travel Policy (agosto);
- Raccolta differenziata (settembre);
- Spegnimento delle luci, in concomitanza con l'entrata in vigore dell'ora solare (ottobre);
- Gestione della climatizzazione personale (novembre);
- Spegnimento degli apparecchi elettronici in prossimità del periodo delle festività (dicembre).

Tale iniziativa proseguirà anche nel corso del prossimo anno.

Impatti ambientali indiretti

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

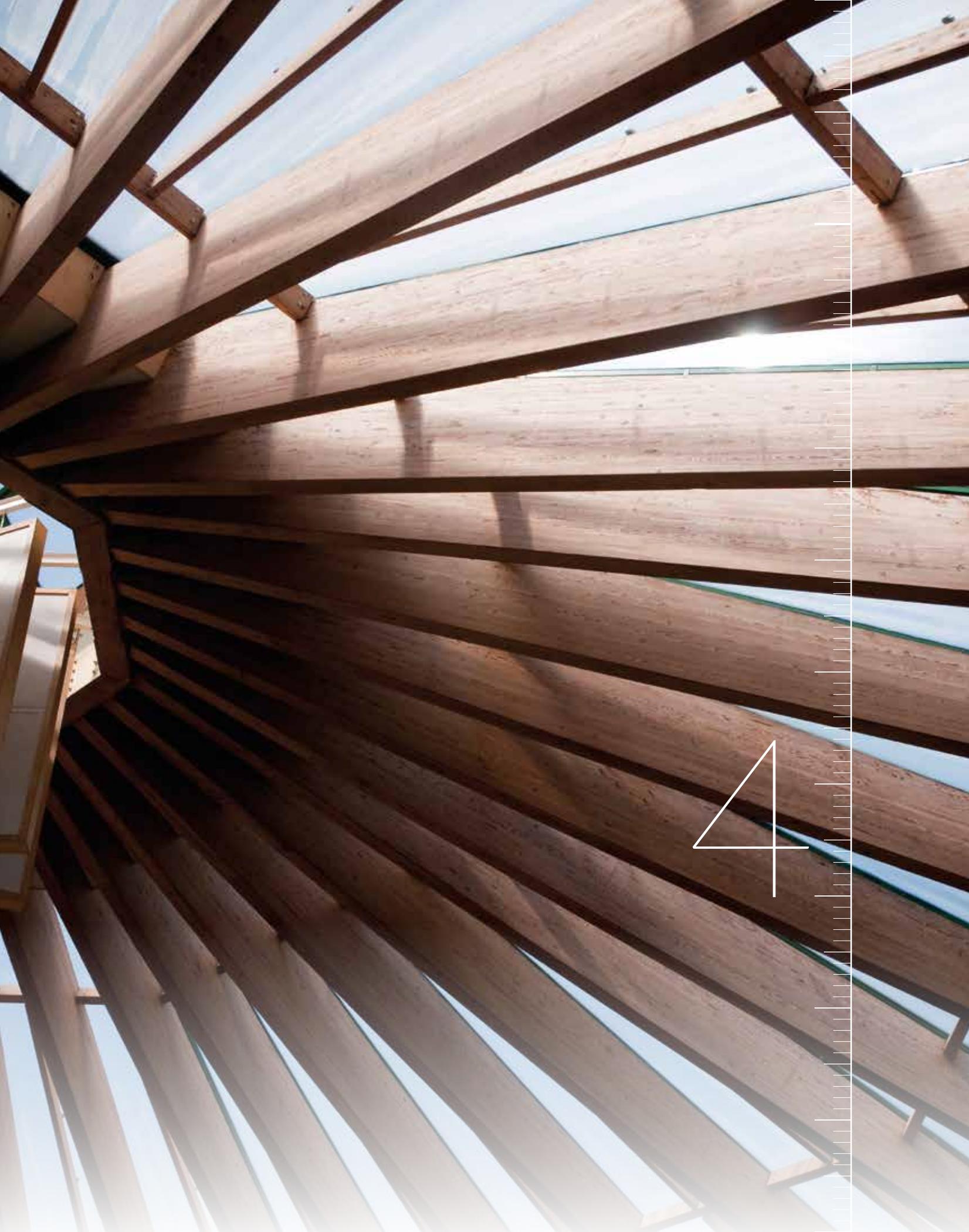
A questo riguardo la Banca non ha erogato finanziamenti a socie-

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

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

ASPETTI AMBIENTALI INDIRETTI	OBIETTIVO	TARGET	INDICATORE
Ecologia di approvvigionamento	Coinvolgimento dei fornitori nella tutela dell'ambiente	Introduzione della variabile ambientale nella valutazione dei fornitori	n. 66 fornitori con politiche e/o certificazioni ambientali
Ecologia di prodotto	Promozione della sostenibilità delle scelte di acquisto e di investimento da parte dei clienti	Ampliamento e valorizzazione della gamma prodotti/servizi assicurativi e finanziari "verdi"	n. 1.993 sottoscrizioni da parte dei Clienti su prodotti con valenza ambientale
Ecologia di investimento	Promozione di comportamenti ecosostenibili nelle società emittenti	Esclusione investimenti non eco sostenibili secondo le linee guida etiche del Gruppo	Nessun investimento non ecosostenibile effettuato
Sensibilizzazione ambientale della comunità	Aumento della sensibilizzazione ambientale della comunità	Supporto a iniziative eco sostenibili	Erogati 11.600.000,00 euro di finanziamenti con valenza ambientale





4

ALLEGATI

Tabella di identificazione del GRI

G3 - Guidelines versione 3.1

Profilo

		PAGINA
Strategia e analisi		
1.01	Dichiarazione del vertice aziendale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia.	5
1.02	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità.	5
Profilo dell'organizzazione		
2.01	Nome dell'organizzazione.	2
2.02	Principali marchi, prodotti e/o servizi.	17
2.03	Struttura operativa dell'organizzazione.	21
2.04	Luogo della principale sede dell'organizzazione.	2
2.05	Paesi nei quali opera l'organizzazione.	21
2.06	Assetto proprietario e forma legale.	101
2.07	Mercati serviti.	21, 22, 23
2.08	Dimensione dell'organizzazione.	38
2.09	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione.	14, 15, 16, 101
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione.	

Parametri del report

		PAGINA
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.	137
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.	128
Attestazione		
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'attestazione esterna del bilancio.	7

Governance, Impegni, Engagement

		PAGINA
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.	33
4.07	Processi per determinare qualifiche e competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia dell'organizzazione in funzione degli aspetti economici, sociali e ambientali.	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.	12, 33
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.	5
4.12	Sottoscrizione o adozione di principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali o altre iniziative.	5
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali.	57
Coinvolgimento degli stakeholder		
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento.	49
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intrattenere attività di coinvolgimento.	49
4.16	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipo di attività e per gruppo di stakeholder.	49, 57, 76, 77
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.	49, 57, 76, 77

Indicatori di performance economica

		PAGINA
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.	41, 42, 43
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.	88, 89
EC4. Core	Finanziamenti significativi ricevuti dal governo.	41, 42
ASPETTO: Presenza di mercato		
EC5. Additional	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative.	88

EC6. Core	Politiche, pratiche e percentuale di spesa verso i fornitori locali presso le principali sedi operative.	108
EC7. Core	Procedure di assunzione di persone residenti presso le principali sedi operative e percentuale dei senior manager assunti a livello locale.	90
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.	112, 113
EC9. Additional	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate.	

Indicatori di performance ambientale

		PAGINA
ASPETTO: Materie prime		
EN1. Core	Peso o volume delle materie prime utilizzate.	119
EN2. Core	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato.	119
ASPETTO: Energia		
EN3. Core	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	118
EN4. Core	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	118
EN5. Additional	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza.	118
EN6. Additional	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico.	118
EN7. Additional	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute.	119
ASPETTO: Acqua		
EN8. Core	Prelievo totale di acqua per fonte.	120
EN9. Additional	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua.	120
EN10. Additional	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	120
ASPETTO: Biodiversità		
EN11. Core	Localizzazione e dimensione dei terreni posseduti, affittati, o gestiti in aree (o adiacenti ad aree) protette o in aree a elevata biodiversità esterne alle aree protette.	124
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.	124
EN13. Additional	Habitat protetti o ripristinati.	n.r.
EN14. Additional	Strategie, azioni correnti, piani futuri per gestire gli impatti sulla biodiversità.	124
EN15. Additional	Numero delle specie elencate nella lista rossa IUCN e nelle liste nazionali delle specie protette che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione, suddivise per livello di rischio di estinzione.	n.r.
ASPETTO: Emissioni, scarichi, rifiuti		
EN16. Core	Emissioni totali dirette e indirette di gas a effetto serra per peso.	121, 122
EN17. Core	Altre emissioni indirette di gas a effetto serra significative per peso.	121, 122
EN18. Additional	Iniziative per ridurre l'emissione di gas a effetto serra e risultati raggiunti.	123
EN19. Core	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono, per peso.	121, 122
EN20. Core	NOX, SOX e altre emissioni significative nell'aria, per tipo e peso.	123
EN21. Core	Acqua totale scaricata, per qualità e destinazione.	120
EN22. Core	Peso totale dei rifiuti per tipo e per metodi di smaltimento.	121
EN23. Core	Numero totale e volume di versamenti significativi.	n.r.
EN24. Additional	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla Convenzione di Basilea (allegati I,II, VIII) che sono trasportati, importati, esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero.	121

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 dell'organizzazione.	n.r.
ASPETTO: Prodotti e servizi		
EN26. Core	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto.	116
EN27. Core	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria.	n.r.
ASPETTO: Conformità (compliance)		
EN28. Core	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.	123
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.	122
ASPETTO: Generale		
EN30. Additional	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipo.	124

Indicatori di performance sociale

		PAGINA
ASPETTO: Occupazione		
LA1. Core	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipo, forma contrattuale e distribuzione territoriale.	82, 83
LA2. Core	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e regione.	85, 86
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.	88, 89
ASPETTO: Relazioni industriali		
LA4. Core	Percentuale dei dipendenti iscritti a organizzazioni sindacali.	94
LA5. Core	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti organizzativi, specificando se tale condizione sia inclusa o meno nella contrattazione collettiva.	94
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.	92
LA7. Core	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per regione.	93
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.	91
LA9. Additional	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza.	92
ASPETTO: Formazione e istruzione		
LA10. Core	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori.	72, 73, 74, 96
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.	72, 73
LA12. Additional	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni per lo sviluppo della propria carriera.	89
ASPETTO: Diversità e pari opportunità		
LA13. Core	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità.	82
LA14. Core	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne per ciascuna categoria.	88

Società

PAGINA

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. 31

SO3. Core Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione. 31

SO4. Core Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione. 31

ASPETTO: Approccio nei confronti di politica/istituzioni

SO5. Core Posizioni sulla politica pubblica e partecipazione e pressioni esercitate sullo sviluppo di politiche pubbliche. 33

SO6. Additional Contributi finanziari e benefici prestati a partiti politici e relative istituzioni per Paese. 33

ASPETTO: Comportamenti anti-concorrenza

SO7. Additional Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche e relative sentenze. 61

ASPETTO: Conformità

SO8. Core Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti. 61

Diritti umani

PAGINA

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. 83

ASPETTO: Non discriminazione

HR4. Core Numero totale di violazioni legate a pratiche discriminatorie e azioni intraprese. 33

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. 94

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. 87, 94

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. 94

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. 92

ASPETTO: Diritti delle popolazioni indigene

HR9. Additional Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese.

Responsabilità di prodotto

		PAGINA
ASPETTO: Salute e sicurezza dei consumatori		
PR1. Core	Fasi del ciclo di vita del prodotto/servizio per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono presi in considerazione per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure.	n.r.
PR2. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità con i regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita.	n.r.
ASPETTO: Prodotti e servizi - etichettatura		
PR3. Core	Tipo di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativamente soggetti a tali requisiti informativi.	n.r.
PR4. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di anomalie e di incidenti dovuti a non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi.	n.r.
PR5. Additional	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla misurazione della customer satisfaction.	57
ASPETTO: Marketing communication		
PR6. Core	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione.	57, 58
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.	57, 58
ASPETTO: Rispetto della privacy		
PR8. Additional	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy dei consumatori e la perdita dei dati dei consumatori.	59, 60
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.	61, 62

Financial services sector supplement

Impatto di prodotti e servizi

		PAGINA
ASPETTO: Portafoglio prodotti		
FS1	Politiche che presentano specifiche componenti sociali e ambientali applicate alle linee di business.	52
FS2	Procedure di valutazione e monitoraggio dei rischi sociali e ambientali nelle linee di business.	
FS3	Processi di controllo dell'effettiva attuazione e relativa conformità dei clienti ai requisiti sociali e ambientali inclusi in contratti e transazioni.	
FS4	Processo/i atto/i a migliorare le competenze dell'organico per l'implementazione di politiche e procedure socio-ambientali, per linee di business.	
FS5	Interazioni con clienti/partecipate/partner in merito a rischi e opportunità sociali e ambientali.	
FS6	Percentuale del portafoglio per linee di business divise per regione, dimensione (es. micro/PMI/grandi aziende) e settore.	
FS7	Valore monetario dei prodotti e dei servizi atti a fornire un beneficio sociale specifico per ogni linea di business suddivisa per finalità.	
FS8	Valore monetario dei prodotti e dei servizi atti a fornire un beneficio ambientale specifico per ogni linea di business suddivisa per finalità.	
ASPETTO: Audit		
FS9	Copertura e frequenza degli audit per valutare l'attuazione delle politiche sociali e ambientali e delle procedure di valutazione dei rischi.	
ASPETTO: Azionariato attivo		
FS10	Percentuale e numero di compagnie presenti in portafoglio con le quali l'organizzazione ha interagito in merito a tematiche sociali e ambientali.	
FS11	Percentuale degli asset soggetti a monitoraggio sociale o ambientale positivo e negativo.	
FS12	Politica/che di voto applicata/e a tematiche sociali e ambientali per azioni su cui l'organizzazione detiene il diritto di voto per le azioni o di consultazione per il voto.	

Società

		PAGINA
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.	56
FS16	Iniziative atte a promuovere l'istruzione finanziaria per tipologia di beneficiario.	57

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

Banca Generali S.p.A.

SEDE LEGALE

Via Machiavelli 4 - 34132 Trieste

CAPITALE SOCIALE

Deliberato 119.378.836 euro

Sottoscritto e versato 114.241.039,00 euro

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

00833240328

**Società soggetta alla direzione e coordinamento
di Assicurazioni Generali S.p.A.**

**Banca aderente al Fondo Interbancario di tutela
dei depositi**

Iscritta all'albo delle banche

presso la Banca d'Italia al n. 5358

**Capogruppo del Gruppo Bancario Banca Generali iscritto
all'Albo dei gruppi bancari**

Codice ABI 03075.9

Consulenza, coordinamento e progetto grafico **Sege Srl**

Impaginazione **t&t**

Stampa **LucaPrintgroup (PN)**



SEDE LEGALE
Via Machiavelli, 4
34132 Trieste

SEDE DI MILANO
Via Ugo Bassi, 6
20159 Milano
+39 02 6076 5411

SEDE DI TRIESTE
Corso Cavour, 5/a
34132 Trieste
+39 040 7777 111

CALL CENTER
Numero verde
800 155 155