

POLICY DI GESTIONE DEGLI INCENTIVI

Versione 11.0 del 16/03/2017

Approvata dal CDA nella seduta del 03/04/2017

Approvato in prima istanza dal C.d.A. in data 18/05/2009

INDICE

1	Identificazione degli incentivi percepibili/erogabili e di quelli vietati	3
1.1	<i>Incentivi percepibili/erogabili.....</i>	4
1.1.1	<i>Incentivi percepibili/erogabili in via generale (cfr. punto a) e c)).....</i>	4
1.1.2	<i>Incentivi percepibili/erogabili subordinati alla sussistenza di specifici requisiti (cfr. punto b).....</i>	5
1.1.3	<i>Incentivi vietati</i>	5
2	Linee guida per l'individuazione/strutturazione dei prodotti	7
3	Individuazione delle modalità e delle procedure di controllo	8
4	Definizione delle modalità e dei contenuti della informativa (disclosure) da fornire al cliente	9
5	Informativa generale sugli incentivi.....	10
6	Revisione della Policy Aziendale di Gestione degli Incentivi.....	11

Nell'ambito dei servizi di investimento offerti dal Banco di Lucca e del Tirreno S.p.A. (di seguito denominata Banca), in conformità alle disposizioni di cui all'art. 15, comma 2, lett. c) del Regolamento congiunto Banca d'Italia e Consob e dell'art. 52 del Regolamento Intermediari emanato da Consob, la Banca adotta la seguente Strategia interna in materia di incentivi.

La Banca fra le varie attività svolte nell'interesse del Cliente identifica le seguenti che non sono soggette ad addebito separato rispetto al costo complessivo del servizio:

- la costante assistenza nel tempo fornita al Cliente con riferimento alle sue esigenze di investimento ed ai prodotti già sottoscritti;
- la formazione delle reti dei Dipendenti al fine di garantire al cliente la presenza di personale adeguatamente qualificato;
- la messa a disposizione, in qualsiasi momento, di informazioni sui prodotti e sul loro andamento;
- la produzione di materiale informativo e l'organizzazione di eventi informativi per la Clientela.

Inoltre, molti dei partner commerciali della Banca e in generale le controparti istituzionali offrono all'Area Commerciale la distribuzione di report finanziari. Tali documenti risultano tuttavia gratuiti e non sono in nessun modo vincolati al raggiungimento di volumi di negoziazione.

1 Identificazione degli incentivi percepibili/erogabili e di quelli vietati

Con l'espressione "incentivi" si intendono i compensi, le commissioni e le prestazioni non monetarie ricevute o corrisposte dagli intermediari nella prestazione dei servizi di investimento. Ai sensi dell'art. 52, comma 1, lett.b1), del Regolamento adottato dalla Consob con delibera n.16190 del 29/10/2007 (di seguito Regolamento Intermediari), è fatto obbligo all'intermediario di comunicare ai propri clienti quali compensi, commissioni o prestazioni non monetarie esso corrisponda a terzi o percepisca da terzi, indicando la natura e l'importo delle stesse o le modalità di calcolo, di tali prestazioni.

Gli incentivi sopra descritti possono consistere sia in prestazioni di carattere monetario (pagamento di provvigioni, commissioni, compensi in misura fissa), sia in prestazioni non monetarie quali servizi o beni forniti all'intermediario da terzi, o dall'intermediario forniti a terzi.

La Banca individua le categorie degli incentivi che sono ammesse e quelle che sono invece vietate alla luce delle disposizioni emanate dal Regolamento Intermediari.

1.1 Incentivi percepibili/erogabili

La Banca, ai sensi dell'art. 52 del Regolamento Intermediari, può percepire/erogare le seguenti categorie di incentivi:

- a) compensi, commissioni o prestazioni non monetarie pagati o forniti a o da un cliente o da chi agisca per conto di questi;
- b) compensi, commissioni o prestazioni non monetarie pagati o forniti a o da un terzo o da chi agisca per conto di questi, qualora siano soddisfatte le seguenti condizioni:
 - b1) l'esistenza, la natura e l'importo di compensi, commissioni o prestazioni, o, qualora l'importo non possa essere accertato, il metodo di calcolo di tale importo, sono comunicati chiaramente al cliente, in modo completo, accurato e comprensibile, prima della prestazione del servizio di investimento o accessorio;
 - b2) il pagamento di compensi o commissioni o la fornitura di prestazioni non monetarie è volta ad accrescere la qualità del servizio fornito al cliente e non deve ostacolare l'adempimento da parte dell'intermediario dell'obbligo di servire al meglio gli interessi del cliente;
- c) compensi adeguati che rendano possibile la prestazione dei servizi o siano necessari a tal fine, come ad esempio i costi di custodia, le commissioni di regolamento e cambio, i prelievi obbligatori o le spese legali, e che, per loro natura, non possano entrare in conflitto con il dovere dell'impresa di agire in modo onesto, equo e professionale per servire al meglio gli interessi dei suoi clienti.

1.1.1 Incentivi percepibili/erogabili in via generale (cfr. punto a) e c))

La Banca può percepire/pagare nell'ambito della prestazione di servizi alla clientela i seguenti incentivi:

- commissioni pagate **direttamente dal/al cliente** per il servizio prestato dalla Banca. La Banca dunque, in relazione alla prestazione del servizio al cliente, può percepire/pagare dei compensi, commissioni o prestazioni non monetarie da/a clienti (es. commissioni di negoziazione, di gestione, viaggi premi riconosciuti a determinati clienti). Deve esistere quindi una stretta connessione tra il cliente e l'incentivo percepito/erogato dalla Banca.
- commissioni pagate da un terzo che agisce per conto del cliente (es. commercialista, avvocato, ecc.), mediante delega da questi rilasciata. Tale delega deve intendersi come specifica e separata istruzione di pagamento della commissione per la prestazione del servizio prestato dalla Banca al cliente delegante;
- pagamenti che pur provenienti da terzi siano **strettamente e necessariamente** connessi con la prestazione del servizio al cliente (es. commissioni di cambio e regolamento, prelievi obbligatori, spese di custodia, imposte, ecc.). Tali compensi sono ammessi nella misura in cui siano necessari per la prestazione del servizio e non siano in contrasto con il dovere della Banca di agire in modo onesto equo e professionale.

1.1.2 Incentivi percepibili/erogabili subordinati alla sussistenza di specifici requisiti (cfr. punto b)

Gli incentivi pagati a un terzo o suo delegato, nell'ambito della prestazione di servizi alla clientela, per essere ammessi è necessario che:

- gli incentivi in questione devono essere *comunicati al cliente* in modo completo, accurato e comprensibile, *prima della prestazione del servizio (disclosure)*. La comunicazione riguarda l'esistenza, la natura e l'importo degli incentivi. Tale comunicazione è data nell'ambito di allegati al contratto mediante una indicazione sintetica riassuntiva della natura e delle modalità di calcolo delle commissioni/compensi retrocessi, rinviando ai singoli atti la più puntuale informativa su tali commissioni (e salva la richiesta di ulteriori dettagli da parte del cliente);
- l'incentivo deve essere volto ad *accrescere la qualità del servizio* fornito al cliente e non deve ostacolare l'adempimento, da parte dell'impresa, dell'obbligo di servire al meglio gli interessi del cliente.

L'ammissibilità di pagamenti effettuati/percepiti da terzi potrà essere apprezzata alla luce di una serie di indicatori tra i quali:

- le eventuali maggiori prestazioni rese dall'intermediario al cliente (preferibilmente risultanti da specifici obblighi contrattuali di cura e assistenza dell'investitore), volte ad **arricchire e migliorare** il contenuto tipico e necessitato di un servizio pre e post vendita;
- l'effettiva destinazione dei pagamenti di terzi (a titolo di esempio, un beneficio monetario diretto del cliente, in termini di accredito delle somme ovvero di integrale mancato addebito di commissioni, costituisce una situazione favorevolmente valutabile);
- l'impegno della Banca nella ricerca di un più ampio novero di prodotti da mettere a disposizione dei clienti, anche sulla base di accordi con una pluralità di emittenti.

Con riferimento alla prestazione del servizio di gestione di portafogli sono ammesse retrocessioni di commissioni, dagli OICR sottostanti ai gestori, esclusivamente qualora le stesse siano riaccreditate a favore dei clienti gestiti.

Sempre nell'ambito del servizio di gestione, sono inoltre ammesse le retrocessioni delle commissioni esplicite del servizio di gestione pagate dalla Banca alla rete di distribuzione (purché rese preventivamente note ai clienti), poiché volte a remunerare il servizio reso dalla rete medesima, consistente nel seguire a 360 gradi il rapporto con cliente.

1.1.3. Incentivi vietati

La Banca non ammette che siano percepiti/erogati forme di incentivi provenienti/pagati da terzi che inducano la Banca ad agire in modo diverso rispetto al fine di servire al meglio gli interessi del

cliente e la possibilità che la percezione di un incentivo modifichi il comportamento della Banca stessa.

La Banca non ammette incentivi monetari e non monetari per la vendita di propri prodotti.

A titolo di esempio sono sicuramente vietati:

- gli incentivi, tra cui la retrocessione di commissioni, in favore della Banca legati al raggiungimento di determinati volumi d'affari (es. *rappel*, *one-off bonus*);
- percezione da parte della Banca che svolge il servizio di gestione di portafogli di pagamenti provenienti dall'intermediario negoziatore ovvero da emittenti di strumenti inseriti nei portafogli gestiti, salvo che tali incentivi non siano riaccreditati ai clienti.

2 Linee guida per l'individuazione/strutturazione dei prodotti

La Banca attraverso le proprie strutture operative, nella fase di individuazione dei prodotti, nella definizione degli incentivi percepibili/erogabili da terzi che non sono clienti (es. società prodotto; intermediari negoziatori) deve verificare che gli stessi rispettino le condizioni indicate nel par. 1.1. e che non rientrino nelle fattispecie di incentivi vietati di cui al par. 1.2.

In particolare la struttura, ed il Comitato Nuovi Prodotti, verifica che gli incentivi percepiti/pagati da/a terzi per il servizio prestato o prodotto collocato siano volti ad accrescere la qualità del servizio fornito al cliente e non ostacolino l'adempimento, da parte dell'impresa, dell'obbligo di servire al meglio gli interessi del cliente.

A tale riguardo la struttura può considerare i seguenti elementi:

- le eventuali maggiori prestazioni rese dall'intermediario al cliente (preferibilmente risultanti da specifici obblighi contrattuali di cura e assistenza dell'investitore), volte ad arricchire e migliorare il contenuto tipico e necessitato di un servizio (assistenza post-vendita data al cliente). L'assistenza post-vendita data al cliente dalla Banca è assicurata da:
 - assistenza telefonica dedicata alla clientela di carattere commerciale e finanziario sui Fondi Collocati dalla Banca allo scopo di verificare l'andamento degli stessi;
 - un'informativa periodica, di norma semestrale, inviata alla clientela;
 - incontri formativi di carattere finanziario, tecnico e commerciale effettuati dalle Società Prodotto con l'intervento degli addetti titoli della Banca allo scopo di illustrare la composizione degli investimenti e l'andamento nel tempo degli stessi;
 - un'informativa periodica, di norma mensile, inviata alla Rete e disponibile, su richiesta, dalla clientela.
- l'effettiva destinazione dei pagamenti di terzi (a titolo di esempio, un beneficio monetario diretto del cliente, in termini di accredito delle somme ovvero di integrale mancato addebito di commissioni, costituisce una situazione favorevolmente valutabile);
- l'impegno dell'intermediario nella ricerca di un più ampio novero di prodotti da mettere a disposizione dei clienti, anche sulla base di accordi di collocamento con una pluralità di emittenti.

Pertanto, la struttura degli incentivi (es. le retrocessioni di commissioni da parte di società prodotto) per essere considerata legittima, deve:

- essere in grado di migliorare la qualità del servizio offerto ai risparmiatori.
- non essere sproporzionata rispetto al valore dei servizi prestati alla clientela.

Tale operatività dovrà essere seguita anche in caso di modifica della struttura degli incentivi già in essere al 31 ottobre 2007, attraverso un'attività di mappatura puntuale degli incentivi come di seguito descritto.

3 Individuazione delle modalità e delle procedure di controllo

Prima della stipula di accordi che prevedano la percezione di incentivi, ovvero in caso di modifica degli incentivi già in essere, occorre che gli stessi siano assoggettati a test di ammissibilità. Tale test è svolto dalla funzione preposta alla verifica della conformità degli incentivi, funzione Compliance, (come citato nel Regolamento congiunto Consob e Banca d'Italia, all'art. 15 comma 2 lettera c) anche sulla base degli elementi forniti dalle strutture operative preposte all'individuazione di nuovi prodotti/servizi.

La funzione preposta alla verifica della conformità degli incentivi verifica che la struttura degli incentivi soddisfi le seguenti condizioni:

- accrescimento della qualità del servizio per il cliente. In tale ambito la funzione di Compliance verifica che gli incentivi siano giustificati da:
 - la possibilità di aumentare la gamma di prodotti offerti;
 - la prestazione dell'attività di supporto pre e post-vendita;
 - l'aumento delle competenze e conoscenze del cliente.
- Obbligo di servire al meglio gli interessi del cliente. A tal riguardo, la funzione di Compliance e per essa la Revisione Interna deve verificare che gli incentivi:
 - non siano sproporzionati rispetto al valore dei servizi prestati alla clientela;
 - non siano legati a volumi d'affari.

La funzione preposta alla verifica della conformità degli incentivi comunica la valutazione del test alla struttura preposta all'individuazione di nuovi prodotti/servizi che cura la stesura degli accordi con i soggetti terzi in cui si definiscono i predetti incentivi.

La funzione preposta alla verifica della conformità degli incentivi verifica periodicamente che la struttura degli incentivi prevista negli accordi con soggetti terzi inerenti alla prestazione dei servizi di investimento (collocamento, gestione di portafogli) sia idonea a rispettare le condizioni sopra individuate.

Qualora la funzione preposta alla verifica della conformità degli incentivi rilevi delle anomalie, deve suggerire alla struttura commerciale le opportune modifiche da apportare alla struttura degli incentivi non ammessa, informando di tale circostanza la Direzione Generale e l'Internal Audit.

4 Definizione delle modalità e dei contenuti della informativa (disclosure) da fornire al cliente

Per l'ammissione degli incentivi che richiedono l'obbligo di informativa (*disclosure*) alla clientela, la Banca deve fornire alla stessa un'informativa che deve contenere informazioni adeguate affinché il cliente possa prendere una decisione consapevole.

In particolare, la struttura commerciale, con il supporto della funzione di Compliance, deve predisporre tale informativa in un documento da consegnare ai clienti al momento della stipulazione del contratto.

Al riguardo l'informativa alla clientela deve specificare:

- che la Banca percepisce, a titolo di remunerazione indiretta del servizio reso, talune retrocessioni di commissioni
- la descrizione degli incentivi percepiti con riferimento a:
 - importi percepiti;
 - in assenza della conoscenza *ex-ante* degli importi, le aliquote di retrocessione previste, eventualmente indicando la sola percentuale massima in caso di un *range* di aliquote.

Non è ammessa la predisposizione di una disclosure sintetica che semplicemente alluda alla possibilità che la Banca possa, nel corso della prestazione del servizio di investimento, percepire/erogare incentivi.

Gli addetti di Filiali e tutti coloro che hanno il rapporto diretto con la clientela, devono consegnare tale informativa, nel caso di :

- collocamento di OICR, in sede di acquisizione dell'ordine di acquisto/sottoscrizione;
- distribuzione di gestioni di portafogli, al momento della stipula del contratto di gestione di portafogli. In tale contesto l'informativa riguarderà tanto la posizione del collocatore che quella del gestore individuale.
- collocamento/distribuzione di certificates
- collocamento di obbligazioni ordinarie e strutturate emesse da terzi
- collocamento di Titoli azionari
- collocamento/distribuzione di polizze assicurative
- collocamento/distribuzione di fondi previdenziali.

5 Informativa generale sugli incentivi

In base alle tipologie di incentivi identificate nell'articolo 26 della Direttiva 2006/73/CE e sulla base delle indicazioni diffuse dal CESR, è stata effettuata un'analisi delle principali tipologie di incentivi percepiti in relazione ai servizi prestati dalla Banca con riferimento ai casi di:

- a) collocamento/distribuzione di quote di fondi comuni d'investimento e SICAV
- b) collocamento/distribuzione di certificates
- c) collocamento di obbligazioni ordinarie e strutturate emesse da terzi
- d) collocamento di Titoli azionari
- e) collocamento/distribuzione di Gestioni Patrimoniali
- f) collocamento/distribuzione di polizze assicurative
- g) collocamento/distribuzione di fondi previdenziali.

Di seguito viene fornito dettaglio degli incentivi che la Banca ottiene dai propri partner commerciali o che riconosce a terzi.

In caso di modifiche apportate alla struttura degli incentivi già in essere occorrerà consegnare alla clientela la nuova "*disclosure*" secondo le modalità indicate nel contratto.

Ogni aggiornamento della Policy di gestione degli incentivi viene reso disponibile alla clientela presso tutte le Filiali e sul sito internet della Banca.

6 Revisione della Policy Aziendale di Gestione degli Incentivi

L'Area Finanza di Gruppo procede, con cadenza almeno annuale, ad aggiornare le previsioni contenute nella presente Policy.

Acquisita la valutazione di conformità della funzione di Compliance, il testo aggiornato del documento è sottoposto all'approvazione del Consiglio di Amministrazione della Capogruppo e, successivamente, delle altre Banche del Gruppo.

Principali tipologie di incentivi	Descrizione Commissione	Modalità di pagamento	Importo/metodo di calcolo	Ricevuta Pagata (R/P)	Altri soggetti coinvolti	Accrescimento della qualità del servizio e interesse per il Cliente	Considerazioni CESR
Collocamento di OICR	Commissioni di sottoscrizione o commissioni di collocamento o commissioni di distribuzione	All'atto della sottoscrizione dell'OICR il Cliente paga una commissione che viene retrocessa, totalmente o in parte, dalla Società prodotto alla Banca sia per i versamenti in un'unica soluzione sia per i piani di accumulo	La SGR trattiene commissioni di sottoscrizione prelevati in misura percentuale sull'ammontare delle somme investite a seconda del Fondo investito. L'aliquota massima è pari al 10% con una retrocessione massima alla Banca pari al 100%	R	SGR	L'incentivo è ammissibile in quanto esso costituisce la remunerazione per la distribuzione del prodotto corrisposta alla Banca dalla SGR. La Banca opera sempre in maniera equa, onesta e professionale, adempiendo l'obbligo di servire al meglio l'interesse del Cliente.	La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al Cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto.
Collocamento di OICR	Commissioni di gestione o commissioni di mantenimento	Il Cliente paga una commissione di gestione che viene decurtata giornalmente dal valore del fondo	La misura della commissione differisce a seconda dell'OICR collocato, con un massimo su base annua pari a 4%. La commissione viene retrocessa alla Banca fino ad un massimo del 92%.	R	SGR	L'incentivo è ammissibile in quanto esso costituisce la remunerazione per la distribuzione del prodotto corrisposta alla Banca dalla SGR dimostrato dal fatto che il collocatore assiste il cliente anche successivamente alla vendita attraverso: - informativa periodica alla Clientela; - interventi di formazione di carattere finanziario, tecnico e commerciale effettuati dalla Banca nei confronti di soggetti rilevanti che prestano il servizio.	La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al Cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto e dell'assistenza successiva al Cliente..
Distribuzione di prodotti finanziari assicurativi (polizze unit/index linked)	Provvigioni di acquisizione	All'atto del versamento dei premi per la polizza assicurativa il Cliente paga un caricamento che viene in parte retrocesso dalla Compagnia.	La misura della commissione può ammontare ad un massimo del 5% dell'investimento totale e può essere retrocessa alla Banca anche integralmente.	R	COMPAGNIA	L'incentivo è ammissibile in quanto esso costituisce la remunerazione per la distribuzione del prodotto corrisposta alla Banca dalla Compagnia Assicurativa. La Banca opera sempre in maniera equa, onesta e professionale, adempiendo l'obbligo di servire al meglio l'interesse del Cliente.	La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al Cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto.
Distribuzione di prodotti finanziari assicurativi (polizze unit/index linked)	Provvigioni di mantenimento	La provvigione viene addebitata sul montante gestito. Tale commissione viene in parte retrocessa dalla Compagnia	La misura della commissione può ammontare ad un massimo del 1,70% dell'investimento totale e può essere retrocessa alla Banca anche integralmente.	R	COMPAGNIA	L'incentivo è ammissibile in quanto esso costituisce la remunerazione per la distribuzione del prodotto corrisposta alla Banca dalla Compagnia Assicurativa dimostrato dal fatto che il collocatore assiste il cliente anche successivamente alla vendita attraverso: - informativa periodica alla Clientela; - interventi di formazione di carattere finanziario, tecnico e commerciale effettuati dalla Banca nei confronti di soggetti rilevanti che prestano il servizio.	La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al Cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto e dell'assistenza successiva al Cliente..

Principali tipologie di incentivi	Descrizione Commissione	Modalità di pagamento	Importo/metodo di calcolo	Ricevuta Pagata (R/P)	Altri soggetti coinvolti	Accrescimento della qualità del servizio e interesse per il Cliente	Considerazioni CESR
Distribuzione di gestioni patrimoniali	Commissione pagata dal Cliente all'atto della sottoscrizione e retrocessa dal gestore al distributore, per il servizio reso (in quanto introduce il cliente al gestore)	All'atto della sottoscrizione della gestione il Cliente paga una commissione che viene retrocessa, totalmente o in parte, dalla Società prodotto alla Banca.	Non sono previste commissioni di sottoscrizione.	R	SGR		La condizione di accrescimento del valore del servizio è data come adempiuta.
Distribuzione di gestioni patrimoniali	Commissione pagata dal Cliente al Gestore quale remunerazione del servizio di gestione e retrocessa al distributore	Periodicamente, secondo quanto stabilito dal contratto, il cliente paga una commissione, per l'attività di gestione. Tale commissione viene poi in parte retrocessa alla Banca	La misura della commissione differisce a seconda della linea di gestione. Essa prevede un massimo di 0,4875% trimestrali per la commissione di gestione ed un massimo del 25% della commissione di incentivo, secondo quanto stabilito nel contratto, ove previsto. La commissione di gestione viene retrocessa alla Banca fino ad un massimo del 70% della stessa. La commissione di incentivo viene retrocessa alla Banca fino ad un massimo del 50% della stessa.	R	SGR	L'accrescimento della qualità del servizio è dimostrato dal fatto che il Cliente, altrimenti non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario.	La condizione di accrescimento del valore del servizio è data come adempiuta perché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto.
Sottoscrizione di Certificates	Commissioni di collocamento per certificates e strumenti finanziari quotati sul Sedex.	Commissioni per l'adesione a collocamento di strumenti finanziari.	Commissioni di collocamento una tantum indicati nei documenti relativi all'offerta dello strumento finanziario consegnati al Cliente.	R	CLIENTE	La commissione costituisce la remunerazione diretta del servizio reso al Cliente. E' evidente la connessione tra il pagamento da parte del Cliente e l'erogazione del servizio.	N/A
Collocamento Obbligazioni di Terzi	Commissioni di collocamento.	Commissioni per l'adesione a collocamento di strumenti finanziari.	Le commissioni sono esplicitate nell'ambito dei documenti consegnati al Cliente. Tale commissione potrebbe essere in tutto o in parte retrocessa alla Banca.	R	CLIENTE	La commissione costituisce la remunerazione diretta del servizio reso al Cliente. E' evidente la connessione tra il pagamento da parte del Cliente e l'erogazione del servizio.	N/A
Collocamento Titoli Azionari italiani	Commissioni di collocamento.	Commissioni per l'adesione ai collocamenti azionario IPO	Le commissioni sono specificate nei documenti consegnati al Cliente. Tale commissione viene in parte retrocessa alla Banca.	R	CLIENTE	La commissione costituisce la remunerazione diretta del servizio reso al Cliente. E' evidente la connessione tra il pagamento da parte del Cliente e l'erogazione del servizio.	N/A
Servizio	Diritti di custodia e	Compenso addebitato al	Gli importi sono specificati nei	R	CLIENTE	Il compenso copre i costi sostenuti per la	N/A

Accessorio di custodia e amministrazione di strumenti finanziari	amministrazione titoli	cliente secondo quanto stabilito dal contratto relativo al servizio.	documenti consegnati al cliente.			prestazione del servizio e costituisce la remunerazione dello stesso.	
--	------------------------	--	----------------------------------	--	--	---	--