



POLICY DI GESTIONE DEGLI INCENTIVI

Versione 13

Approvata dal CDA nella seduta del 15/04/2019



INDICE

1. Identificazione degli incentivi percepibili/erogabili e di quelli vietati	3
1.1. Incentivi percepibili/erogabili	4
1.2. Incentivi vietati	5
2. Linee guida per l'individuazione/strutturazione dei prodotti	6
3. Linee guida aggiuntive per la valutazione degli incentivi nella distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi	7
4. Individuazione delle modalità e delle procedure di controllo	8
5. Definizione delle modalità e dei contenuti della informativa (disclosure) da fornire al cliente	9
6. Informativa generale sugli incentivi.....	10
7. Revisione della Policy Aziendale di Gestione degli Incentivi.....	10



Nell'ambito dei servizi di investimento offerti da Banco di Lucca e del Tirreno Spa (di seguito denominata Banca) e dell'attività di distribuzione di prodotti di investimento assicurativi dalla stessa svolta, in conformità con quanto disciplinato dalla Direttiva 2014/65/UE (di seguito anche "MiFID II"), della Direttiva Delegata UE 2017/593 (di seguito anche "Direttiva Delegata"), dal Final Report ESMA del 19 dicembre 2014 n. 1569 e al Titolo V, Libro III del Regolamento Intermediari adottato con delibera Consob n. 16190 del 29 ottobre 2007 e successivi aggiornamenti (di seguito anche "Regolamento Intermediari"), dalla Direttiva UE/97/2016, dal Regolamento Delegato UE 2017/2359, dal Codice delle Assicurazioni Private (Decreto Legislativo 7 settembre 2005, n. 209) e dal Regolamento IVASS n. 40/2018, 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, commissioni e benefici non monetari ricevuti o corrisposti dagli intermediari nella prestazione dei servizi di investimento.

Ai sensi della normativa vigente¹, qualora la Banca ricevi/paghi onorari, commissioni e benefici monetari o non monetari, è richiesto l'obbligo di comunicare ai propri clienti, prima della prestazione del servizio di investimento o del servizio accessorio 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 dalla Direttiva Delegata e del Regolamento Intermediari.

¹ Cfr. articolo 24, paragrafo 9, secondo comma della MiFID II, articolo 11, paragrafo 5 della Direttiva Delegata



1.1. Incentivi percepibili/erogabili

La Banca, ai sensi dell'art. 52 / 52-bis del Regolamento Intermediari, può, per i servizi diversi dalla gestione di portafogli, percepire/erogare compensi o commissioni e benefici non monetari solo qualora siano soddisfatte tutte le seguenti condizioni:

a) sono giustificati dalla prestazione di un servizio aggiuntivo o di livello superiore per il cliente, proporzionale al livello di incentivi ricevuti, come:

i) la prestazione di consulenza non indipendente in materia di investimenti e accesso a una vasta gamma di strumenti finanziari adeguati, tra cui un numero appropriato di strumenti di fornitori terzi di prodotti che non hanno legami stretti con l'impresa di investimento;

ii) la prestazione di consulenza non indipendente in materia di investimenti in combinazione o con l'offerta al cliente, almeno su base annuale, di valutare il persistere dell'adeguatezza degli strumenti finanziari in cui il cliente ha investito, o con un altro servizio continuativo in grado di costituire un valore per il cliente come la consulenza sull'asset allocation ottimale; o

iii) l'accesso, a un prezzo competitivo, a una vasta gamma di strumenti finanziari che possano soddisfare le esigenze dei clienti, compreso un numero adeguato di strumenti di fornitori terzi di prodotti che non hanno legami stretti con l'impresa di investimento, insieme o alla fornitura di strumenti a valore aggiunto, come gli strumenti di informazioni oggettivi, che assistono il cliente interessato nell'adozione delle decisioni di investimento o consentono al cliente interessato di monitorare, modellare o regolare la gamma di strumenti finanziari in cui ha investito, o alla fornitura di relazioni periodiche sulla performance e i costi e oneri collegati agli strumenti finanziari;

b) non offrono vantaggi diretti all'impresa beneficiaria, ai suoi azionisti o dipendenti senza beneficio tangibile per il cliente interessato;

c) sono giustificati dalla garanzia di un beneficio continuativo per il cliente interessato in relazione a un incentivo continuativo

La Banca può quindi percepire/pagare nell'ambito della prestazione di servizi alla clientela, nei limiti dei principi di ammissibilità di cui ai punti precedenti, 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, spese legali , 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.

Nell'ambito della prestazione del servizio di **gestione di portafogli² art 52 ter** del Regolamento Intermediari gli incentivi non sono ammessi e se del caso devono essere restituiti al cliente. Possono invece essere considerati ammissibili in via residuale i seguenti benefici non monetari di minore entità **art 52 ter (paragrafo 3)**:

- informazioni o documentazione relativa ad uno strumento finanziario o a un servizio di investimento di natura generica o personalizzata in funzione di uno specifico cliente;
- materiale scritto da terzi, commissionato e pagato da un emittente societario o da un emittente potenziale per promuovere una nuova emissione della società o quando la Banca è impegnata contrattualmente e pagato dall'emittente per produrre tale materiale in via continuativa, a condizione che il rapporto sia chiaramente documentato nel materiale e quest'ultimo sia messo a disposizione di qualsiasi intermediario che desideri riceverlo o del pubblico generale nello stesso momento:
- partecipazione a convegni, seminari e altri eventi formativi;
ospitalità di un valore de minimis ragionevole, come cibi e bevande nel corso di un incontro di lavoro o di una conferenza, seminario o altri eventi di formazione.

1.2. 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 rispetto all'obbligo di agire in modo onesto, equo, e professionale nel migliore interesse del cliente. In generale, la Banca evita di adottare pratiche e disposizioni in materia di compensi che siano contrarie al dovere di agire nel miglior interesse dei contraenti.

La Banca considera un onorario, commissione o beneficio non monetario inaccettabile qualora la prestazione dei servizi pertinenti al cliente sia falsata o distorta a causa degli stessi.

La Banca non ammette incentivi monetari e non monetari per la vendita di propri prodotti e non percepisce remunerazioni, sconti o benefici non monetari per il fatto di canalizzare gli ordini verso una particolare sede di negoziazione o di esecuzione, che violino le norme sui conflitti di interesse o sugli incentivi.

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 Art. 12 paragrafo 3 Direttiva Delegata n. 593/2017



- i compensi, commissioni o benefici non monetari qualora la prestazione dei servizi al cliente è distorta o influenzata negativamente a causa del compenso, della commissione o del beneficio non monetario.

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 deve considerare i fattori minimi di ammissibilità introdotti dalla normativa oltre ai seguenti fattori finalizzati all'accrescimento del servizio reso al cliente:

- 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.
- un catalogo prodotti finanziari e di fornitori sempre più ampio e differenziato ovvero 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.
 - l'offerta di valutazione dell'adeguatezza nel continuo degli strumenti finanziari in cui il cliente ha investito.
 - 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).

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;
- rispettare i criteri di ammissibilità.

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. Linee guida aggiuntive per la valutazione degli incentivi nella distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi

Con particolare riferimento ai prodotti assicurativi, la Banca valuta regolarmente se un incentivo o uno schema di incentivazione possa avere una ripercussione negativa sulla qualità del servizio al cliente tramite l'analisi di una serie di fattori rilevanti.

La suddetta analisi considera i seguenti criteri:

- se un incentivo o uno schema di incentivazione possa indurre la Banca ad offrire un particolare prodotto o servizio assicurativo al cliente malgrado il fatto che la Banca sia in grado di offrire un prodotto o servizio assicurativo diverso che soddisfi maggiormente la necessità del cliente (ad esempio, in termini di costi, durata temporale, esigenza e bisogno assicurativo rilevato attraverso l'apposito questionario) ;
- se l'incentivo o lo schema di incentivazione si basi solo o principalmente su criteri quantitativi commerciali o se prenda in considerazione criteri qualitativi adeguati, che riflettono la qualità dei servizi forniti ai clienti e la soddisfazione del cliente (ad esempio, tramite servizi di customer satisfaction, analisi del tasso dei reclami, etc);
- il valore dell'incentivo versato o percepito in relazione al valore del prodotto e dei servizi forniti;
- se l'incentivo sia interamente o principalmente versato al momento della conclusione del contratto di assicurazione o se si estenda a tutta la durata del contratto;
- l'esistenza di un meccanismo adeguato per richiedere il rimborso dell'incentivo nel caso in cui il prodotto si estingua anticipatamente o venga riscattato in anticipo o nel caso in cui gli interessi del cliente siano stati lesi;
- l'esistenza di qualsiasi forma di soglia variabile o contingente o qualsiasi altro tipo di acceleratore di valore che venga sbloccato dal raggiungimento di un obiettivo che si basi sul volume o sul valore delle vendite e che determina la distribuzione di un determinato specifico prodotto assicurativo rispetto ad altri presenti a catalogo. In tal caso occorre valutare, a titolo esemplificativo e non esaustivo, l'esistenza di prodotti "equivalenti" da poter offrire al cliente e a minor costo per lo stesso, la corrispondenza tra le caratteristiche del prodotto e l'esigenza/bisogno assicurativo del cliente.

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.



4. 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 di Compliance 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 condizioni di cui al paragrafo 1 e declinate negli articoli 52 – bis e 52 ter del regolamento intermediari:

- accrescimento della qualità del servizio per il cliente. In tale ambito la funzione di Compliance verifica che gli incentivi siano giustificati da:
 - i) la prestazione di consulenza non indipendente in materia di investimenti e accesso a una vasta gamma di strumenti finanziari adeguati, tra cui un numero appropriato di strumenti di fornitori terzi di prodotti che non hanno legami stretti con l'impresa di investimento;
 - ii) la prestazione di consulenza non indipendente in materia di investimenti in combinazione o con l'offerta al cliente, almeno su base annuale, di valutare il persistere dell'adeguatezza degli strumenti finanziari in cui il cliente ha investito, o con un altro servizio continuativo in grado di costituire un valore per il cliente come la consulenza sull'*asset allocation* ottimale; o
 - iii) l'accesso, a un prezzo competitivo, a una vasta gamma di strumenti finanziari che possano soddisfare le esigenze dei clienti, compreso un numero adeguato di strumenti di fornitori terzi di prodotti che non hanno legami stretti con l'impresa di investimento, insieme o alla fornitura di strumenti a valore aggiunto, come gli strumenti di informazioni oggettivi, che assistono il cliente interessato nell'adozione delle decisioni di investimento o consentono al cliente interessato di monitorare, modellare o regolare la gamma di strumenti finanziari in cui ha investito, o alla fornitura di relazioni periodiche sulla performance e i costi e oneri collegati agli strumenti finanziari;
- Obbligo di servire al meglio gli interessi del cliente. A tal riguardo, la funzione di Compliance deve verificare che gli incentivi:
 - non siano sproporzionati rispetto al valore dei servizi prestati alla clientela;
 - non siano legati a volumi d'affari;
 - non offrono vantaggi diretti all'impresa beneficiaria, ai suoi azionisti o dipendenti senza beneficio tangibile per il cliente interessato;
 - sono giustificati dalla garanzia di un beneficio continuativo per il cliente interessato in relazione a un incentivo continuativo.

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 Compliance 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.

Ai fini di una corretta gestione degli incentivi (art. 52 bis paragrafo 4) l'Ufficio Sviluppo e Marketing di Gruppo mantiene un elenco interno di tutti gli onorari, commissioni e benefici non monetari che la Banca riceve da terzi in relazione alla prestazione di servizi di investimento o accessori e annota, sulla base di risultanze del test di conformità, il modo in cui onorari, commissioni e benefici non monetari pagati o ricevuti dall'impresa di investimento o che essa intende impiegare, migliorino la qualità dei servizi prestati ai clienti interessati.

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.

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

In relazione a pagamenti o benefici ricevuti/pagati da terzi la Banca deve fornire un'informativa che deve contenere informazioni adeguate affinché il cliente possa prendere una decisione consapevole con riferimento ai costi, oneri e incentivi ai sensi dell'articolo 52 bis paragrafo 5 e art. 52 ter paragrafo 1 e 5 del Regolamento intermediari) e ai sensi dell'articolo 56 del Regolamento IVASS n. 40/2018.

In particolare, la Banca, deve predisporre tali informative da consegnare ai clienti prima della prestazione del servizio accessorio o di investimento.

Al riguardo l'informativa alla clientela, con riferimento agli incentivi sui prodotti finanziari e sui prodotti di investimento assicurativi, deve specificare in modo completo, accurato e comprensibile l'esistenza, la natura e l'importo dei pagamenti o dei benefici (quantificandoli ed indicandoli separatamente rispetto ai costi del prodotto e del servizio). Qualora l'importo non possa essere accertato deve essere indicato il metodo di calcolo di tale importo;

Si precisa che i benefici non monetari di minore entità possono essere descritti genericamente.

Nel caso di incentivi continuativi viene comunicato al singolo cliente, almeno annualmente, l'effettivo importo dei pagamenti/benefici ricevuti o pagati nell'ambito della rendicontazione periodica.

Con riferimento invece ai prodotti di investimento assicurativi, ai sensi dell'articolo 57 del Regolamento IVASS n. 40/2018, la Banca comunica al contraente le informazioni riguardanti il compenso percepito al contratto distribuito. In particolare, viene comunicata la natura del compenso ricevuto in relazione al contratto distribuito, precisando se il compenso percepito consiste in:

- a) un onorario corrisposto direttamente dal cliente;
- b) una commissione inclusa nel premio assicurativo;
- c) altri tipi di compensi, compresi i benefici economici di qualsiasi tipo offerti o ricevuti in virtù dell'intermediazione effettuata;
- d) una combinazione dei compensi di cui alle lettere a), b), e c).



Tali informazioni sono fornite al contraente prima della conclusione del contratto nell'ambito dell'informativa precontrattuale e ogni qual volta il contraente effettui pagamenti diversi dai premi in corso e dai pagamenti programmati già previsti nel contratto concluso.

6. Informativa generale sugli incentivi

In base alle tipologie di incentivi identificate nell'articolo 52 – bis del Regolamento Intermediari è stata effettuata un'analisi delle principali tipologie di incentivi percepiti in relazione ai seguenti servizi prestati dalla Banca (prestati anche in abbinamento con altri servizi) 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) distribuzione di prodotti di investimento assicurativi.

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.

7. 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.

Servizi di Investimento	Descrizione Commissione/compenso	Modalità di pagamento	Importo/metodo di calcolo	Ricevuta Pagata (R/P)	Altri soggetti coinvolti	Accrescimento della qualità del servizio e interesse per il cliente. (DA VALUTARE IN FUNZIONE DEI NUOVI PRINCIPI DI AMMISSIBILITÀ)	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 prodotta 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 e informativa al Cliente.
Distribuzione di prodotti di investimento 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 di investimento 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.	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.



Servizi di Investimento	Descrizione Commissione/compenso	Modalità di pagamento	Importo/metodo di calcolo	Ricevuta Pagata (R/P)	Altri soggetti coinvolti	Accrescimento della qualità del servizio e interesse per il cliente. (DA VALUTARE IN FUNZIONE DEI NUOVI PRINCIPI DI AMMISSIBILITA')	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/CONTROPARTE BANCARIA O FINANZIARIA		La condizione di accrescimento del valore del servizio è data come adempiuta.
Sottoscrizione 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 come commissione di gestione e un massimo del 25% come commissione di incentivo secondo quanto stabilito nel contratto, ove prevista.	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 Certificate	Commissioni di collocamento per certificate 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	EMITTENTE	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	EMITTENTE /CONTROPARTE BANCARIA O FINANZIARIA	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	EMITTENTE /CONTROPARTE BANCARIA O FINANZIARIA	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 Accessorio di custodia e amministrazione di strumenti finanziari	Diritti di custodia e amministrazione titoli	Compenso addebitato al cliente secondo quanto stabilito dal contratto relativo al servizio.	Gli importi sono specificati nei documenti consegnati al cliente.	R	CLIENTE	Il compenso copre i costi sostenuti per la prestazione del servizio e costituisce la remunerazione dello stesso.	N/A