

STRATEGIA DI GESTIONE DEGLI INCENTIVI

**Approvata nella seduta dal Consiglio di Amministrazione di
Capogruppo in data 07/07/2025**

Versione 16.0

INDICE

1. Premessa	3
2. Identificazione degli incentivi percepibili/erogabili e di quelli vietati	3
2.1 Incentivi percepibili/erogabili	3
2.2 Incentivi non monetari di minore entità	4
2.3 Incentivi nel servizio di gestione di portafogli	5
2.4 Incentivi vietati	5
3. Linee guida per l'individuazione/strutturazione dei prodotti	5
3.1 Linee guida aggiuntive per la valutazione degli incentivi nella distribuzione dei prodotti di investimento a contenuto assicurativo	6
4. Individuazione delle modalità e delle procedure di controllo	7
5. Modalità e contenuti della informativa (disclosure) da fornire al cliente	8
6. Informativa generale sugli incentivi	9
7. Revisione della Strategia Aziendale di Gestione degli Incentivi	9
Allegato 1 – Tavola sinottica degli incentivi ammessi	9

1. Premessa

Nell'ambito dei servizi di investimento offerti dal Gruppo La Cassa di Ravenna (di seguito la “**Banca**” o anche il “**Gruppo**”) e dell'attività di distribuzione di prodotti di investimento assicurativi svolti, 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**”) e dal Regolamento Intermediari adottato con delibera Consob n. 20307 del 15 febbraio 2018 e successivi aggiornamenti (di seguito anche “**Regolamento Intermediari**”¹, dalla Direttiva UE/97/2016, dal Regolamento Delegato UE 2017/2359 (di seguito il “**Regolamento Delegato per prodotti di investimento assicurativi**”), e dal Regolamento IVASS n. 40/2018 in materia di distribuzione assicurativa, il Gruppo adotta la seguente Strategia in materia di incentivi.

Fra le varie attività svolte nell'interesse del Cliente il Gruppo identifica le seguenti attività non soggette ad addebito separato rispetto al costo complessivo del servizio prestato:

- la costante assistenza nel tempo fornita al Cliente con riferimento alle sue esigenze di investimento ed ai prodotti già sottoscritti;
- la formazione dei Dipendenti specialmente di Rete commerciale al fine di garantire al cliente la presenza di personale adeguatamente qualificato che, come evidenziato anche dai Regulators, rappresenta uno dei principali presidi di investor protection;
- 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 e/o formativi per la Clientela.

Numerosi partner commerciali della Banca e, in generale, le controparti istituzionali offrono all'Area Commerciale la distribuzione di report finanziari. Tali documenti risultano gratuiti e non sono in nessun modo vincolati al raggiungimento di predeterminati volumi di prodotti collocati.

2. Identificazione degli incentivi percepibili/erogabili e di quelli vietati

Con l'espressione “incentivi” si intende l'insieme dei compensi, le commissioni e i benefici non monetari ricevuti o corrisposti dagli intermediari o soggetti Terzi in relazione alla prestazione dei servizi di investimento erogati dalla Banca.

Ai sensi della normativa vigente², 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 degli stessi e le relative modalità di calcolo.

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 non ammesse alla luce delle disposizioni emanate dalla Direttiva Delegata e dal Regolamento Intermediari.

2.1 Incentivi percepibili/erogabili

La Banca, ai sensi dell'art.53 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:

¹ Cfr. in particolare per la prestazione dei servizi e delle attività di investimento e dei servizi accessori: Libro III – Parte II “Trasparenza e correttezza” – Titolo V “Incentivi” e per la distribuzione di prodotti di investimento assicurativi: Libro IX – Parte II “Trasparenza e correttezza” – Titolo III “Incentivi”

² Cfr. articolo 24, paragrafo 9, secondo comma della MiFID II, articolo 11, paragrafo 5 della Direttiva Delegata

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 unitamente all'accesso a una vasta gamma di strumenti finanziari adeguati, che includa un numero appropriato di fornitori terzi di prodotti che non hanno stretti legami 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, della valutazione del 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;

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 ed 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.

2.2 Incentivi non monetari di minore entità

La Banca può altresì percepire incentivi non monetari di minore entità, comunque destinati al miglioramento dei servizi o a rendere possibile la prestazione dei servizi stessi.

Sono considerati tali:

- 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 il Gruppo il soggetto terzo è impegnato 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 sui vantaggi e le caratteristiche di un determinato prodotto e/o servizio finanziario, volti ad accrescere la cultura finanziaria e la conoscenza dei mercati e di conseguenza la qualità del servizio fornito alla clientela, il cui svolgimento è previsto anche al di fuori dei locali delle banche del Gruppo;
- ospitalità di un valore ragionevole.

2.3 Incentivi nel servizio di gestione di portafogli

Con riferimento, in particolare, al servizio di gestione di portafogli è previsto che:

- a) i compensi, le commissioni e i benefici monetari pagati da terzi siano integralmente retrocessi, non appena possibile, ai clienti;
- b) possano essere ricevuti e trattenuti esclusivamente gli incentivi non monetari di minore entità;
- c) sia data informativa ai clienti anche in merito ai compensi, commissioni e benefici monetari ad essi trasferiti.

2.4 Incentivi vietati

Il Gruppo non ammette siano percepiti/erogati forme di incentivi provenienti/pagati da Terze Parti che inducano la Banca ad agire in modo diverso rispetto al fine di servire al meglio gli interessi del cliente e qualora sussista il rischio 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*);
- la percezione nello svolgimento del 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;
- i compensi, commissioni o benefici non monetari qualora la prestazione dei servizi al cliente sia distorta o influenzata negativamente a causa del compenso, della commissione o del beneficio non monetario.

3. 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. 2.1. e che non rientrino nelle fattispecie di incentivi vietati di cui al par. 2.4

In particolare la struttura ed il Comitato Nuovi Prodotti verificano 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 di strumenti finanziari e di Società Prodotto (SGR, Sicav, Compagnie assicurative) 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.

3.1 Linee guida aggiuntive per la valutazione degli incentivi nella distribuzione dei prodotti di investimento a contenuto assicurativo

Con riguardo alla disciplina dei prodotti d'investimento assicurativi, il legislatore si è ispirato a quanto previsto dalla disciplina MIFID II – in considerazione del carattere succedaneo dei prodotti di investimento assicurativi rispetto agli strumenti finanziari e al fine di consentire agli investitori un livello di garanzia in linea con quello riconosciuto nella prestazione dei servizi di investimento: pertanto i principi sopra indicati relativamente ai servizi di investimento trovano applicazione anche con riguardo alla distribuzione di prodotti di investimento assicurativi.

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

La suddetta analisi considera i seguenti fattori³:

- 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 forniti⁴;
- 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.

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 ovvero la Funzione di Compliance di Gruppo, anche sulla base degli elementi forniti dalle strutture operative preposte all'individuazione di nuovi prodotti/servizi.

La Funzione di Compliance di Gruppo verifica che la struttura degli incentivi soddisfi le condizioni di cui al paragrafo 2.1:

- accrescimento della qualità del servizio per il cliente. In tale ambito la Funzione di Compliance di Gruppo 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 il Gruppo;
 - ii) la prestazione di consulenza non indipendente in materia di investimenti in combinazione o con l'offerta al cliente, almeno su base annuale, della valutazione del persistere dell'adeguatezza degli

³ Cfr. Art.8 Valutazione di incentivi e schemi di incentivazione del Regolamento Delegato per prodotti di investimento assicurativi

⁴ Per la determinazione fare riferimento al paragrafo 2.1 Incentivi percepibili/erogabili

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;

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 il Gruppo, 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 di Gruppo deve verificare che gli incentivi:
 - non siano sproporzionati rispetto al valore dei servizi prestati alla clientela;
 - non siano legati al raggiungimento di un predeterminato volume d'affari;
 - non offrano vantaggi diretti all'impresa beneficiaria, ai suoi azionisti o dipendenti senza beneficio tangibile per il cliente interessato;
 - siano giustificati dalla garanzia di un beneficio continuativo per il cliente interessato in relazione a un incentivo continuativo.

La Funzione di Compliance di Gruppo comunica la valutazione del test alla struttura preposta all'individuazione di nuovi prodotti/servizi che cura la stesura degli Accordi commerciali con i soggetti terzi in cui si definiscono i predetti incentivi.

La Banca 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 incentivi⁵ l'Ufficio Sviluppo e Marketing di Gruppo mantiene un elenco interno di tutti gli onorari, commissioni e benefici non monetari che il Gruppo 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 ammessi, informando di tale circostanza la Direzione Generale della Capogruppo e l'Internal Audit di Gruppo.

5. Modalità e 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 le decisioni in materia di investimenti con cognizione di causa⁶.

In particolare, il Gruppo, 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

⁵ Ai sensi dell'art. 52 comma 4 del Regolamento Intermediari

⁶ ai sensi dell'articolo 52 comma 2 del Regolamento intermediari e ai sensi dell'articolo 56 del Regolamento IVASS n. 40/2018

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.

Nel caso di incentivi continuativi, vengono comunicati singolarmente ai clienti nella rendicontazione ex post, almeno una volta l'anno, l'importo effettivo dei pagamenti o benefici ricevuti o pagati. I benefici non monetari di minore entità possono essere descritti in modo generico;

6. Informativa generale sugli incentivi

E' stata effettuata un'analisi della tassonomia 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 a contenuto assicurativo (IBIPs).

Di seguito viene fornito dettaglio degli incentivi che il Gruppo 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.

7. Revisione della Strategia Aziendale di Gestione degli Incentivi

L'Area Finanza di Gruppo - con il supporto delle altre funzioni deputate della Banca - procede, con cadenza almeno biennale e comunque ogni qualvolta se ne ravvisi la necessità e in coerenza con le migliori pratiche, ad aggiornare le previsioni contenute nella presente.

Acquisita la valutazione di conformità da parte della Funzione di Compliance di Gruppo unitamente all'aggiornamento della "Tavola sinottica degli incentivi ammessi in relazione all'accrescimento della qualità del servizio prestato nell'interesse del Cliente" in Allegato 1 il testo della Strategia è sottoposto all'approvazione del Consiglio di Amministrazione della Capogruppo e, successivamente, del Consiglio di Amministrazione delle altre Banche del Gruppo.

Ogni aggiornamento della Strategia di gestione degli incentivi viene reso disponibile alla clientela presso tutte le Filiali e sul sito internet delle Banche del Gruppo.

Allegato 1 – Tavola sinottica degli incentivi ammessi

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.
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.
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.
Collocamento di OICR	Incentivonon monetari di minore entità	Partecipazione a convegni, seminari e altri eventi formativi Ospitalità di un valore ragionevole	La controparte è tenuta alla quantificazione monetaria dell'evento di cui verrà tenuta traccia nel Registro Incentivi	R	SGR	La Banca opera sempre in maniera equa, onesta e professionale, adempiendo l'obbligo di servire al meglio l'interesse del Cliente. L'accrescimento del valore del servizio reso al Cliente è dato dall'accrescimento della cultura e della conoscenza dei mercati e/o delle caratteristiche di uno o più strumenti finanziari determinati dei consulenti
Distribuzione di prodotti di investimento a contenuto assicurativo)	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.

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.
Distribuzione di prodotti di investimento a contenuto assicurativo	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.
Distribuzione di prodotti di investimento a contenuto assicurativo	Incentivi non monetari di minore entità	Partecipazione a convegni, seminari e altri eventi formativi Ospitalità di un valore ragionevole	La controparte è tenuta alla quantificazione monetaria dell'evento di cui verrà tenuta traccia nel Registro Incentivi	R	COMPAGNIA	La Banca opera sempre in maniera equa, onesta e professionale, adempiendo l'obbligo di servire al meglio l'interesse del Cliente. L'accrescimento del valore del servizio reso al Cliente è dato dall'accrescimento della cultura e della conoscenza dei mercati e/o delle caratteristiche di uno o più strumenti finanziari /assicurativi determinati dei consulenti
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	
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.
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	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.

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.	
Collocamento Obbligazioni Emesse da 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 /CONTROPART E 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.	
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 /CONTROPART E 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.	
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.	