

POLITICA PER LA RILEVAZIONE E LA GESTIONE DEGLI INCENTIVI

Sintesi degli aggiornamenti del documento	
Delibera del CdA:	26 giugno 2018
Data dell'aggiornamento precedente:	28 agosto 2014
Responsabili aggiornamento/manutenzione:	Servizio Compliance e Antiriciclaggio
Validato da:	<ul style="list-style-type: none">- Direzione Commerciale- Direzione Wealth Management- Direzione Amministrazione e Finanza- Servizio Risorse Umane- Unità Segreteria e Legale- Servizio Organizzazione e Informatica

Sommario

1	PREMESSA.....	3
1.1	RIFERIMENTI NORMATIVI.....	3
1.2	DEFINIZIONI	3
1.3	AMBITO E CONTENUTI DEL DOCUMENTO	4
2	IDENTIFICAZIONE E GESTIONE DEGLI INCENTIVI - PREVISIONI NORMATIVE	4
2.1	BENEFICI NON MONETARI DI MAGGIORE ENTITÀ	5
2.2	BENEFICI NON MONETARI MINORI	5
2.3	INCENTIVI RICEVUTI O PAGATI DA/A SOGGETTI TERZI	5
2.3.1	<i>Accrescimento della qualità del servizio prestato - “R.I.” art. 52, comma 1, lettera a).....</i>	<i>6</i>
2.3.2	<i>Obbligo di servire al meglio gli interessi del cliente - “R.I.” art. 52, comma 1, lettera b)</i>	<i>7</i>
2.4	INCENTIVI IN RELAZIONE ALLA RICERCA	8
2.5	DIVIETI.....	8
2.6	FATTISPECIE ESCLUSE.....	8
2.7	RETROCESSIONE DEGLI INCENTIVI AI CLIENTI.....	9
2.8	INFORMATIVA ALLA CLIENTELA	9
3.	IDENTIFICAZIONE E GESTIONE DEGLI INCENTIVI - PROCESSO OPERATIVO	11
3.1	ANALISI DEGLI INCENTIVI.....	12
3.2	VERIFICA AMMISSIBILITÀ DEGLI INCENTIVI	12
3.3	REGISTRAZIONE DEGLI INCENTIVI	12
3.4	MONITORAGGIO	13
3.5	INFORMATIVA ALLA CLIENTELA	14

1 Premessa

La Direttiva 2014/65/UE (di seguito MiFID II), nel perseguire le medesime finalità della Direttiva 2004/39/CE (c.d. MiFID), rafforza un sistema di regole in grado di sostenere le innovazioni e l'evoluzione dei mercati senza ostacolare il perseguimento degli obiettivi di tutela dell'investitore, di tutela dell'integrità del mercato e di promozione di mercati trasparenti ed efficienti. Queste regole appaiono particolarmente articolate in tema di "incentivi".

Con l'espressione "incentivi" si intendono compensi, commissioni e benefici non monetari ricevuti o corrisposti dagli intermediari nella prestazione dei servizi di investimento.

Il presente documento, approvato dal Consiglio di Amministrazione, ha l'obiettivo di:

- descrivere le linee guida attraverso le quali la Cassa di Risparmio di Cento SpA (di seguito la Cassa) rileva e gestisce gli incentivi pagati/percepiti nel corso della prestazione dei servizi di investimento e/o accessori;
- identificare/formalizzare le scelte della Cassa in merito al trattamento degli incentivi;
- individuare e assegnare le responsabilità relative ai processi di monitoraggio e controllo relativi alla gestione degli incentivi.

1.1 Riferimenti normativi

- MiFID II: Direttiva 2014/65/UE "Markets in Financial Instruments Directive" del Parlamento europeo e del Consiglio del 15 maggio 2014 (di seguito "MiFID II") (Direttiva di 1° livello);
- Direttiva Delegata: Direttiva delegata UE 2017/593 della Commissione Europea del 7 aprile 2016, che integra la direttiva 2014/65/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda la salvaguardia degli strumenti finanziari e dei fondi dei clienti, gli obblighi di governance dei prodotti e le regole applicabili per la fornitura o ricezione di onorari, commissioni o benefici monetari o non monetari.
- articoli 21, 24 e 24-bis del D.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 ("TUF");
- il Titolo V, Capo I, II e III del Regolamento Intermediari ("R.I.") adottato con Delibera Consob n. 20307/2018.

1.2 Definizioni

Ai fini della presente Policy si applicano le seguenti definizioni.

Cliente: persona fisica o giuridica alla quale un'impresa di investimento presta servizi di investimento o servizi accessori;

Consulenza in materia di investimenti: servizio di investimento che consiste nella prestazione di raccomandazioni personalizzate a un cliente, dietro sua richiesta o per iniziativa del prestatore del servizio, riguardo a una o più operazioni relative a strumenti finanziari ai sensi dall'articolo 1, comma 5-septies del T.U.F.

Comitato Prodotti: organo collegiale che ha il compito di analizzare le caratteristiche dei prodotti finanziari dei quali la Banca è produttore o distributore, verificarne la

compatibilità con le caratteristiche della clientela, definendo il mercato di riferimento e le politiche distributive.

Il Comitato è composto da esponenti delle seguenti funzioni aziendali: Direttore Generale, Vice Direttori Generali, Servizio Organizzazione ed Informatica, Direzione Commerciale, Direzione Wealth Management, Direzione Amministrazione e Finanza, Servizio Compliance e Antiriciclaggio e Servizio Risk Management.

Incentivo: qualsiasi onorario, commissione o beneficio non monetario pagato o ricevuto alla/dalla banca o a/da un terzo diverso dal cliente o da chi agisce per suo conto, nel contesto della prestazione di un servizio di investimento o di un servizio accessorio.

Gestione di portafogli: il servizio di investimento di cui all'articolo 1, comma 5-quinquies del T.U.F. che consiste nella gestione, su base discrezionale e individualizzata, di portafogli di investimento che includono uno o più strumenti finanziari e nell'ambito di un mandato conferito dai clienti.

Proper fees: i pagamenti o benefici che consentono o sono necessari alla prestazione di servizi d'investimento e che, per loro natura, non possono entrare in conflitto con il dovere dell'impresa di investimento di agire in modo onesto, equo e professionale per servire al meglio gli interessi dei suoi clienti, quali costi di custodia, competenze di regolamento e di cambio, prelievi obbligatori e competenze legali.

1.3 Ambito e contenuti del documento

La disciplina degli incentivi è volta ad assicurare che i pagamenti e le prestazioni non monetarie ricevuti o effettuati dagli intermediari in relazione alla prestazione dei servizi di investimento e accessori siano coerenti con il principio generale di agire in modo onesto, equo e professionale, per servire al meglio gli interessi dei clienti.

Gli incentivi possono consistere sia in prestazioni di carattere monetario (pagamento di provvigioni, fees, 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 disciplina MiFID non attribuisce al termine "incentivo" un'accezione negativa; distingue però gli incentivi tra **incentivi ammessi** e **non ammessi**.

Il regime degli incentivi si applica:

- a tutte le tipologie di pagamenti ricevuti/effettuati dalle imprese di investimento in relazione alla prestazione dei servizi di investimento e/o accessori;
- a tutti i prodotti finanziari;
- a tutte le imprese di investimento disciplinate dalla MiFID;
- ai soggetti rilevanti che agiscono per l'intermediario in relazione alla prestazione di servizi di investimento e accessori, ove si percepiscano incentivi corrisposti da terzi.

2 Identificazione e gestione degli incentivi - previsioni normative

La Banca adotta, applica e mantiene adeguate procedure operative e di controllo che garantiscono il rispetto della disciplina in materia di incentivi.

A tal fine, la Banca identifica tutti gli incentivi che riceve/paga nell'ambito della prestazione di ciascun servizio di investimento ed individua le modalità per garantirne l'ammissibilità; ad ogni modo qualunque onorario, commissione o beneficio non monetario sarà considerato inaccettabile qualora la prestazione dei servizi pertinenti al cliente sia falsata o distorta a causa dell'onorario, commissione o beneficio non monetario stesso.

E' considerato incentivo qualunque onorario, commissione o beneficio non monetario corrisposto o ricevuto dalla Banca in relazione alla prestazione di un servizio di investimento o accessorio.

Gli incentivi si dividono in monetari e non monetari; i benefici non monetari si distinguono tra quelli minori e quelli di maggiore entità.

2.1 Benefici non monetari di maggiore entità

I benefici non monetari di maggiore entità sono, ad esempio:

- attività di marketing;
- attività informative;
- attività di formazione;
- viaggi e alloggi;
- tutti quelli che non rispettano i requisiti previsti al fine dell'identificazione degli incentivi non monetari minori, previsti dal paragrafo 2.2 della presente Policy.

La quantificazione di tali benefici, al fine di considerarli ammissibili, sarà oggetto di proposta formulata dal Servizio Risorse Umane al Comitato Prodotti e successivamente sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione.

2.2 Benefici non monetari minori

I benefici non monetari minori accettabili sono unicamente i seguenti:

- a) informazioni o documentazione relativa a uno strumento finanziario o a un servizio di investimento, di natura generica o personalizzata in funzione della situazione di un singolo cliente;
- b) materiale scritto da terzi commissionato e pagato da un emittente societario o da un emittente potenziale per promuovere una nuova emissione da parte della società, o quando l'impresa terza è contrattualmente impegnata e pagata dall'emittente per produrre tale materiale in via continuativa, purché il rapporto sia chiaramente documentato nel materiale e quest'ultimo sia messo a disposizione di qualsiasi intermediario che desideri riceverlo o del pubblico in generale;
- c) partecipazione a convegni, seminari e altri eventi formativi sui vantaggi e le caratteristiche di un determinato strumento finanziario o servizio di investimento;
- d) ospitalità di un valore *de minimis* ragionevole¹, come cibi e bevande nel corso di un incontro di lavoro o di una conferenza, seminari o altri eventi di formazione di cui alla lettera c).

Dopo aver verificato che i benefici ricevuti rientrino nella predetta elencazione, la Banca accerta che gli stessi siano ragionevoli, proporzionati e tali da non incidere sul comportamento della stessa rendendolo in alcun modo pregiudizievole per gli interessi del cliente.

2.3 Incentivi ricevuti o pagati da/a soggetti terzi

In presenza di incentivi ricevuti o pagati da/a soggetti terzi, diversi dalle *proper fees* e dai benefici non monetari minori, occorre verificarne l'ammissibilità in modo da accertare che tali competenze:

¹ definito in € 250,00 per persona ad evento.

- a) abbiano lo scopo di accrescere la qualità del servizio fornito al cliente; e
- b) non pregiudichino l'adempimento dell'obbligo di agire in modo onesto, equo e professionale nel migliore interesse del cliente.

2.3.1 Accrescimento della qualità del servizio prestato - "R.I." art. 52, comma 1, lettera a)

Compensi, commissioni o benefici non monetari sono considerati come concepiti per migliorare la qualità del servizio reso al cliente qualora siano soddisfatte tutte le seguenti condizioni.

- a) sono giustificati dalla prestazione al cliente di un servizio aggiuntivo o di livello superiore, proporzionale agli incentivi ricevuti, quale:
 - 1) 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 strumenti di soggetti terzi che non abbiano stretti legami con l'intermediario;
 - 2) la prestazione di consulenza non indipendente in materia di investimenti congiuntamente alla valutazione, almeno su base annuale, del persistere dell'adeguatezza degli strumenti finanziari in cui il cliente ha investito, ovvero alla fornitura di un altro servizio continuativo che può risultare di valore per il cliente come la consulenza sull'*asset allocation* ottimale; o
 - 3) l'accesso, a un prezzo competitivo, a una vasta gamma di strumenti finanziari in grado di soddisfare le esigenze dei clienti, ivi incluso un numero appropriato di strumenti di soggetti terzi che non hanno stretti legami con l'intermediario, unitamente alla fornitura di:
 - i. strumenti a valore aggiunto, quali strumenti di informazione oggettivi che assistono il cliente nell'adozione delle decisioni di investimento o consentono al medesimo di monitorare, modellare e regolare la gamma di strumenti finanziari in cui ha investito; o
 - ii. rendiconti periodici sulla *performance*, nonché su costi e oneri connessi agli strumenti finanziari;
- b) non offrono vantaggi diretti all'intermediario che riceve gli incentivi, agli azionisti o dipendenti dello stesso, senza apportare beneficio tangibile per il cliente;
- c) gli incentivi percepiti o pagati su base continuativa sono giustificati dalla presenza di un beneficio continuativo per il cliente, ovvero:
 - i. l'aumento delle competenze e conoscenze del personale coinvolto nella prestazione dei servizi di investimento, mediante la predisposizione di appositi corsi di formazione e aggiornamento, non strumentali alla prestazione del servizio di investimento, ma comunque idonei a migliorare il livello di servizio per il cliente;
 - ii. la prestazione di attività di supporto e assistenza alla clientela sia in fase pre-contrattuale, sia nelle fasi successive alla prestazione del servizio di collocamento (post-vendita) tramite la fornitura di ogni utile informazione relativa alla tipologia di strumenti distribuiti.

Al fine di giustificare la percezione di incentivi nel rispetto delle regole sopra citate, la Cassa adotta i seguenti presidi:

- prestazione del servizio di consulenza in occasione di ogni operazione che abbia ad oggetto prodotti finanziari in relazione ai quali la Banca riceve e/o corrisponde incentivi da/a soggetti diversi dal cliente;
- messa a disposizione del cliente, per ogni servizio di investimento prestato, di una *vasta gamma*² di prodotti finanziari adeguati, che includa un numero appropriato di prodotti di soggetti terzi che non abbiano stretti legami con la Banca;
- valutazione, almeno su base annuale, del persistere dell'adeguatezza degli strumenti finanziari in cui il cliente ha investito.

Se gli incentivi sono percepiti su base continuativa, in aggiunta alle misure di cui sopra, la Banca invia al cliente un rendiconto almeno annuale sulla performance, nonché sui costi, gli oneri e gli incentivi connessi ai prodotti finanziari oggetto delle operazioni poste in essere dallo stesso.

2.3.2 *Obbligo di servire al meglio gli interessi del cliente - "R.I." art. 52, comma 1, lettera b)*

Ai fini del rispetto dell'obbligo di servire al meglio gli interessi del cliente, il processo di rilevazione e gestione adottato prevede di accertare la corretta gestione di potenziali conflittualità e la mitigazione del rischio di arrecare pregiudizio agli interessi della clientela tramite la formalizzazione di procedure operative finalizzate all'osservanza di regole di correttezza e diligenza neutrali rispetto alla eventuale percezione di incentivi, quali, in particolare:

- la definizione di criteri e relativi processi di controllo sugli accordi commerciali stipulati con le società prodotte o le entità terze, per garantire il rispetto delle politiche in materia di incentivi, soprattutto in fase di definizione degli accordi e in fase di strutturazione/individuazione dei prodotti;
- l'adozione di parametri tecnici per la selezione degli strumenti finanziari, al fine di supportare le indicazioni personalizzate nell'ambito del servizio di consulenza;
- l'analisi che l'incentivo non sia sproporzionato rispetto al valore intrinseco del servizio prestato e che non sia legato al raggiungimento di determinati volumi di affari;
- la strutturazione di un sistema incentivante aziendale che, tenuto in debita considerazione i principi generali di correttezza e trasparenza, preveda che le forme di remunerazione e valutazione degli addetti alla propria rete di vendita non costituiscano un incentivo a commercializzare prodotti non adeguati rispetto alle esigenze finanziarie dei clienti;
- la formazione specifica su singoli prodotti, a distanza o in aula, predisposta dalle stesse società prodotte e finalizzata ad una migliore conoscenza delle caratteristiche e dei rischi dello strumento finanziario.

² Quantità significativa di prodotti finanziari diversificati per tipologia ed emittente/gestore, che possono soddisfare le esigenze dei clienti, compreso un numero adeguato di prodotti di fornitori terzi che non hanno stretti legami con l'impresa di investimento.

2.4 Incentivi in relazione alla ricerca

La ricerca finanziaria è considerata un incentivo non monetario per il quale valgono le regole generali, salvo nel caso in cui:

- l'impresa di investimento paga direttamente il fornitore della ricerca, eventualmente incrementando le proprie commissioni applicate alla clientela;
- i pagamenti della ricerca avvengono mediante uno specifico conto presso l'impresa di investimento, alimentato da commissioni addebitate ai clienti (Research Fees) delimitate dal budget per il pagamento della ricerca definito dall'impresa, non correlate alla negoziazione dei conti dei clienti e concordate con i clienti.

Quando l'impresa di investimento utilizza uno specifico conto per il pagamento della ricerca, dovrà fornire al cliente le informazioni *ex ante* in relazione al budget globale deliberato, ai costi addebitati al singolo cliente e alla relativa frequenza; inoltre il cliente sarà informato *ex post*, nell'ambito della rendicontazione dei costi e oneri, sugli importi effettivamente addebitati e, su richiesta, sugli importi pagati ai singoli fornitori.

La Banca, attualmente, non beneficia del servizio di ricerca ai fini della prestazione di servizi di investimento e, di conseguenza, la ricerca in materia di investimenti risulta essere al di fuori del perimetro degli incentivi non monetari corrisposti da terzi in relazione ai servizi di investimento erogati alla clientela.

Nel caso in cui la ricerca dovesse essere utilizzata al fine dell'erogazione del servizio di consulenza in materia di investimenti o di gestione di portafogli, al contrario, ricadrà nella disciplina degli incentivi e la relativa ammissibilità dovrà essere valutata in base ai criteri definiti nel presente documento.

2.5 Divieti

La Cassa non ammette che siano percepiti/erogati forme di incentivi provenienti/pagati da/a terzi che inducano la Banca ad agire in modo diverso rispetto al fine di servire al meglio gli interessi del cliente, né che la possibilità di percezione di un incentivo modifichi il comportamento della Banca stessa.

I dipendenti della Cassa non possono ricevere da parte di società o persone terze proventi, anche non monetari, in particolare se legati al raggiungimento di obiettivi di collocamento di loro prodotti/servizi.

Nell'ambito del servizio di gestione di portafogli la Banca si impegna a restituire al cliente eventuali onorari, commissioni o benefici monetari ricevuti da terzi, non appena ragionevolmente possibile dopo il ricevimento. La Banca, inoltre, nell'ambito del servizio di gestione di portafogli, si astiene dall'accettare benefici non monetari che non costituiscano benefici non monetari minori, a norma del paragrafo 2.2 della presente Policy.

2.6 Fattispecie escluse

Le disposizioni relative agli incentivi, non si applicano:

- ai pagamenti effettuati all'interno delle imprese di investimento (come ad esempio i programmi di bonus interni), sebbene questi rilevano ai fini del regime del conflitto di interessi;
- ai pagamenti o benefici che consentono la prestazione dei servizi di investimento o sono necessari a tal fine (*proper fee*) e che, per loro natura, non possono entrare in

conflitto con il dovere dell'intermediario di agire in modo onesto, equo e professionale per servire al meglio gli interessi del clienti. Di seguito si riportano gli incentivi riconducibili alla fattispecie di cui all'art. 52, comma 3, "R.I." trasversali ai diversi servizi prestati:

- ✓ commissioni, spese di custodia, regolamento, liquidazione, compensazione e amministrazione pagate dalla Cassa per il deposito e l'amministrazione di strumenti finanziari;
- ✓ commissioni di cambio pagate dalla Banca ai corrispondenti per l'esecuzione delle operazioni in valuta;
- ✓ imposte pagate dalla Cassa all'Erario previste dalle normative sulla tassazione delle rendite finanziarie, o imposte di bollo.

E' inoltre ammesso, in quanto non in contrasto con la normativa, che la Cassa possa ricevere direttamente, da intermediari o fornitori di beni e/o servizi, delle *soft-commission* che andranno a formare un unico contenitore "extra", e che successivamente potranno essere distribuite ai dipendenti che si saranno distinti per impegno e risultati, nel rispetto delle Politiche di Remunerazione, secondo logiche di meritocrazia e attraverso meccanismi trasparenti.

Tali "extra", a seconda del genere e degli importi, saranno gestiti dal Servizio Risorse Umane, secondo la disciplina fiscale vigente e quindi, alcuni di essi, potrebbero essere considerati ai fini fiscali "fringe benefit".

Detti interventi sul personale verranno coordinati dal Responsabile Servizio Risorse Umane, che riceverà direttamente le linee guida dal Direttore Generale.

2.7 Retrocessione degli incentivi ai clienti

Con riferimento alle fattispecie di incentivi per i quali non è stato possibile dimostrare la legittimità degli stessi, ai sensi dei paragrafi precedenti, la Banca si impegna a retrocedere integralmente al cliente tali somme.

2.8 Informativa alla clientela

In relazione a ogni pagamento o beneficio ricevuto da o pagato a terzi, individuato sulla base della presente Policy, la Banca fornisce alla clientela le seguenti informazioni:

- a) *ex ante*: prima della prestazione del servizio di investimento o accessorio, informazioni circa l'esistenza, la natura e l'importo degli incentivi, o, qualora l'importo non possa essere accertato, il metodo di calcolo di tale importo. I benefici non monetari minori possono essere descritti in modo generico. Gli altri benefici non monetari ricevuti o pagati dalla Banca in relazione al servizio di investimento prestato a un cliente sono quantificati e indicati separatamente;
- b) *ex post*: laddove la Banca non sia stata in grado di quantificare *ex ante* l'importo degli incentivi e, a norma della lettera precedente, abbia dato informativa *ex ante* circa il metodo di calcolo di tale importo, fornisce l'esatto ammontare degli incentivi pagati/ricevuti e, nel caso di incentivi continuativi, comunica singolarmente ai clienti, almeno una volta l'anno, l'importo effettivo dei pagamenti o benefici ricevuti o pagati. Anche in questo caso, i benefici non monetari di minore entità possono essere descritti in modo generico.

L'informativa di cui alla lettera a) è contenuta nell'informativa precontrattuale e nelle schede prodotto consegnate al cliente prima della sottoscrizione di un contratto per la

prestazione di servizi di investimento, oppure prima della distribuzione degli specifici prodotti finanziari.

L'informativa di cui alla lettera b) è contenuta nel rendiconto sui costi, gli oneri e gli incentivi inviato al cliente con cadenza almeno annuale.

La *Politica per la rilevazione e gestione degli incentivi* è disponibile per la clientela presso ogni sportello nei totem informativi dedicati alla trasparenza e viene pubblicata sul sito web della Cassa.

3. Identificazione e gestione degli incentivi - processo operativo

Il processo di gestione e rilevazione degli incentivi, coerentemente con il Regolamento sulla Product Governance, si articola nelle seguenti fasi:

1. Analisi degli incentivi	
Attività	Soggetto incaricato
Esame degli accordi commerciali	Comitato Prodotti
Definizione assetto commissionale	Comitato Prodotti
2. Verifica legittimità incentivi	
Attività	Soggetto incaricato
Test ammissibilità	Direzione Amministrazione e Finanza
3. Registrazione degli incentivi	
Attività	Soggetto incaricato
Predisposizione e aggiornamento della "Mappatura" degli incentivi	Direzione Amministrazione e Finanza
Predisposizione e aggiornamento della "Registro" degli incentivi	
4. Monitoraggio	
Attività	Soggetto incaricato
Verifica corretta tenuta del Registro	Servizio Compliance e Antiriciclaggio
Valutazione di adeguatezza delle misure adottate	
5. Informativa alla clientela	
Attività	Soggetto incaricato
Informativa precontrattuale	Servizio Organizzazione e Informatica
	Unità Segreteria e Legale
	Direzione Amministrazione e Finanza
Rendicontazione periodica	Direzione Amministrazione e Finanza

3.1 Analisi degli incentivi

1. Analisi degli incentivi	
Attività	Soggetto incaricato
Esame degli accordi commerciali	Comitato Prodotti
Definizione assetto commissionale	Comitato Prodotti

- Il **Comitato Prodotti** in occasione della stipula o del rinnovo/variazione/aggiornamento di accordi commerciali e distributivi con le società prodotte o entità terze, o del collocamento di nuovi prodotti all'interno degli accordi di distribuzione già esistenti, o di strutturazione dell'assetto commissionale di un nuovo servizio, che prevedano la percezione/pagamento o la modifica di incentivi, esamina il contenuto degli accordi commerciali, verificandone gli obblighi contrattuali ed extra contrattuali che ne derivano a carico della Banca e incarica la **Direzione Amministrazione e Finanza**, di verificare l'ammissibilità degli incentivi negoziati dalla **Direzione Commerciale**.

3.2 Verifica ammissibilità degli incentivi

2. Verifica legittimità incentivi	
Attività	Soggetto incaricato
Test ammissibilità	Direzione Amministrazione e Finanza

- la **Direzione Amministrazione e Finanza**:
 - verifica l'assetto commissionale proposto, provvedendo all'esecuzione del test di ammissibilità;
 - se ritenuto necessario, sottopone l'ipotesi di accordo al **Servizio Compliance e Antiriciclaggio** per la verifica di eventuali aspetti critici, evidenziando nel contempo l'esito del test di ammissibilità.

3.3 Registrazione degli incentivi

4. Registrazione degli incentivi	
Attività	Soggetto incaricato
Predisposizione e aggiornamento della "Mappatura" degli incentivi	Direzione Amministrazione e Finanza
Predisposizione e aggiornamento della "Registro" degli incentivi	

La Cassa conserva evidenza del fatto che i compensi, le commissioni o i benefici non monetari pagati o ricevuti siano concepiti per migliorare la qualità del servizio fornito al cliente. A tal fine, la **Direzione Amministrazione e Finanza** provvede a:

- predisporre e mantenere aggiornata la "*Mappatura degli incentivi*", in cui sono identificate e classificate le tipologie di incentivi pagati o ricevuti dalla Banca, il modo in cui tali incentivi migliorino la qualità dei servizi prestati ai clienti interessati e le misure adottate al fine di non pregiudicare il dovere della Banca di agire in modo onesto, equo e professionale per servire al meglio gli interessi

dei clienti. In particolare, nello svolgimento dell'attività di identificazione degli incentivi, assumono rilievo i seguenti elementi:

- ✓ il servizio di investimento o accessorio a fronte del quale la commissione viene pagata;
 - ✓ la tipologia della commissione in relazione a cui è calcolato l'incentivo;
 - ✓ la descrizione della commissione in relazione a cui è calcolato l'incentivo;
 - ✓ il metodo di calcolo dell'incentivo;
 - ✓ l'informazione se la commissione è pagata o ricevuta dalla Banca;
 - ✓ il servizio prestato e le modalità per innalzare la qualità del servizio offerto al cliente;
 - ✓ la natura dell'incentivo: se monetario o non monetario;
 - ✓ l'entità degli incentivi: se maggiore o minore;
 - ✓ la tipologia dell'incentivo in relazione anche alla frequenza con cui viene ricevuto (una tantum, initial, on going);
- adottare un apposito elenco interno in formato elettronico (il “*Registro*”), in cui registrare in modo puntuale e in valore monetario tutti i pagamenti ricevuti e/o pagati da/a terzi nell'ambito della prestazione dei servizi di investimento.

Si precisa che le convenzioni di collocamento di prodotti finanziari sono subordinate all'accoglimento del Comitato Prodotti, previo superamento del test di ammissibilità, e gli incentivi saranno successivamente inseriti nell'apposito Registro.

3.4 Monitoraggio

4. Monitoraggio	
Attività	Soggetto incaricato
Verifica corretta tenuta del Registro	Servizio Compliance e Antiriciclaggio
Valutazione di adeguatezza delle misure adottate	

- **il Servizio Compliance e Antiriciclaggio** provvede a:
 - verificare la tenuta del “*Registro*” e che gli incentivi ivi riportati integrino le fattispecie e rispettino le condizioni di legittimità individuate nella “*Mappatura*”;
 - controllare e valutare regolarmente l'adeguatezza e l'efficacia delle misure e delle procedure adottate dalla Banca per l'osservanza degli obblighi derivanti dalle normative primarie e secondarie che regolano l'attività in strumenti e/o prodotti finanziari e delle misure adottate per rimediare a eventuali carenze riscontrate.

3.5 Informativa alla clientela

5. Informativa alla clientela	
Attività	Soggetto incaricato
Informativa precontrattuale	Servizio Organizzazione e Informatica Unità Segreteria e Legale Direzione Amministrazione e Finanza
Rendicontazione periodica	Direzione Amministrazione e Finanza

- Il **Servizio Organizzazione e Informatica**, con il supporto dell'**Unità Segreteria e Legale** e della **Direzione Amministrazione e Finanza** predispone l'informativa precontrattuale da consegnare ai clienti prima della sottoscrizione di un contratto per la prestazione di servizi di investimento;
- la **Direzione Amministrazione e Finanza** si occupa dell'alimentazione dei dati sui costi, gli oneri e gli incentivi al fine della produzione delle schede prodotto da parte del sistema informativo;
- La **Direzione Amministrazione e Finanza** assicura la regolare produzione e trasmissione alla clientela della rendicontazione periodica.