

MiFID II

POLICY AZIENDALE IN MATERIA DI PRODUCT GOVERNANCE

CODICE: (GRU)-OPE-FIN-PRG-01

Area	Processi Operativi (OPE)
Macro Ambito	Finanza (FIN)
Ambito	Servizio di Investimento alla clientela
Perimetro di applicabilità	Gruppo Bancario
Data creazione	03/12/2020
Tipologia di documento	Policy
Data approvazione CdA Banca del Fucino	28/01/2021
Data approvazione CdA Igea Digital Bank	02/02/2021

Confidenzialità: documento destinato a solo uso interno

Il presente documento è di proprietà del Gruppo Bancario Igea Banca

Non ne è consentita la citazione, la riproduzione, in tutto o in parte, o la trasmissione in ogni forma e con qualsiasi mezzo, senza l'autorizzazione scritta della Società

**INDICE**

1	PREMESSA	3
2	NORMATIVE GENERALI	4
2.1	Obblighi del Produttore (cd. manufacturer)	4
2.1.1	Analisi di scenario	4
2.1.2	Requisiti Organizzativi.....	5
2.1.3	Gestione dei conflitti di interesse.....	5
2.1.4	Valutazione Periodica.....	5
2.2	Obblighi del Distributore (cd. Distributor)	6
2.2.1	Determinazione del Target Market Effettivo	6
2.2.2	Flussi informativi	7
2.2.3	Requisiti Organizzativi.....	7
2.2.4	Valutazione Periodica.....	7
2.3	Catene di intermediazione	8
3	POLICY AZIENDALE IN MATERIA DI PRODUCT GOVERNANCE	8
3.1	Ruolo degli Organi / Funzioni Aziendali	9
3.2	Fasi del processo di Product Governance	11
3.2.1	Determinazione del Target Market potenziale ed effettivo dei prodotti/strumenti finanziari	11
3.2.2	Clusterizzazione della clientela.....	12
3.2.3	Gestione applicativa	13
3.3	Controlli di Governance	13
4	REVISIONE / AGGIORNAMENTO DELLA POLICY DI PRODUCT GOVERNANCE	14



1 PREMESSA

La Direttiva 2014/65/UE (cd. Direttiva MIFID II) introduce nella normativa in materia di servizi di investimento una serie di specifiche disposizioni in materia di Product Governance.

Tali disposizioni si inquadrano nell'alveo delle misure a protezione degli investitori e sono dirette ad assicurare il perseguimento del miglior interesse dei clienti durante le diverse fasi della "vita" dei prodotti, attraverso la previsione di meccanismi idonei alla corretta identificazione e valorizzazione dei bisogni della clientela.

L'aspetto maggiormente innovativo di tale disciplina consiste nell'esplicitare il dovere degli intermediari di anticipare la considerazione delle esigenze di tutela dell'investitore già a partire dai processi di creazione dei prodotti, nonché di definizione delle strategie di business e commerciali preliminari rispetto al momento della prestazione dei servizi di investimento alla clientela.

In tale prospettiva e allo scopo di adempiere alle menzionate nuove disposizioni, la presente Policy definisce i processi interni e le misure organizzative e di controllo adottate dalla Banca nell'attività di governo dei prodotti finanziari distribuiti / raccomandati / offerti alla propria clientela.

La Policy si articola nelle seguenti sezioni:

- Normativa Generale
 - Obblighi del Produttore (*Manufacturer*)
 - Analisi di scenario
 - Requisiti Organizzativi
 - Gestione dei conflitti di interesse
 - Valutazione periodica
 - Obblighi del Distributore (*Distributor*)
 - Determinazione del Target Market effettivo
 - Flussi informativi
 - Requisiti Organizzativi
 - Valutazione Periodica
 - Catena di intermediazione
- Policy Aziendale in materia di Product Governance
 - Ruolo degli Organi / Funzioni Aziendali
 - Fasi del processo di Product Governance
 - Determinazione Target Market potenziale ed effettivo dei prodotti/strumenti finanziari
 - Clusterizzazione della clientela
 - Gestione applicativa
- Controlli di Governance
- Revisione / Aggiornamento della Policy di Product Governance



2 NORMATIVE GENERALI

2.1 *Obblighi del Produttore (cd. manufacturer)*

Ai sensi dell'articolo 59-ter, 1° comma, lett. a), della Delibera Consob 16190/2007 (nel seguito anche Regolamento Intermediari), le imprese di investimento che realizzano strumenti finanziari da offrire in vendita alla clientela "... adottano, esercitano e controllano un processo di approvazione per ogni strumento finanziario e per ogni modifica significativa agli strumenti finanziari esistenti, prima della loro commercializzazione o distribuzione alla clientela". Tale processo "... precisa per ciascun strumento finanziario il determinato mercato di riferimento di clienti finali...", ai quali lo strumento finanziario è rivolto.

L'obiettivo è quello di far sì che i prodotti/strumenti finanziari siano concepiti per soddisfare le esigenze di un determinato mercato di riferimento (di seguito anche "mercato target") di clienti (acquirenti) finali, individuato all'interno della pertinente categoria di clienti e che la strategia di distribuzione degli strumenti finanziari sia compatibile con il target, adottando, a tal fine, ogni misura ragionevole per assicurare che lo strumento finanziario sia distribuito ai clienti all'interno del mercato target.

L'impresa di investimento deve conoscere gli strumenti finanziari offerti o raccomandati, valutarne la compatibilità con le esigenze della clientela cui fornisce servizi di investimento, tenendo conto del mercato di riferimento di clienti finali, e fare in modo che gli strumenti finanziari siano offerti o raccomandati solo quando ciò sia nell'interesse del cliente.

Ciò comporta la necessità di identificare, con sufficiente granularità, il mercato di riferimento potenziale per ogni strumento finanziario e specificare la tipologia di cliente per le cui esigenze, caratteristiche e obiettivi, esso è compatibile. Come parte di questo processo, l'impresa individua qualsiasi gruppo/i di clienti per le cui esigenze, caratteristiche e obiettivi, lo strumento finanziario non è compatibile.

Al fine di poter stabilire se uno strumento finanziario risponde alle esigenze, alle caratteristiche e agli obiettivi del mercato di riferimento, gli intermediari produttori devono verificare che:

- il profilo rischio/rendimento dello strumento finanziario sia coerente con il mercato di riferimento;
- la concezione dello strumento finanziario sia guidata da caratteristiche che vanno a vantaggio del cliente.

Altresì, devono, inoltre, valutare la struttura delle spese proposte per lo strumento finanziario, esaminando tra l'altro i seguenti elementi:

- che i costi e gli oneri dello strumento finanziario siano compatibili con le necessità, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento;
- che le spese non compromettano le aspettative di rendimento dello strumento finanziario;
- che la struttura delle spese dello strumento finanziario sia adeguatamente trasparente per il mercato di riferimento.

Qualora l'impresa di investimento, per poter creare, sviluppare, emettere e/o concepire un prodotto, richieda la collaborazione di altre entità (anche non soggette alla Direttiva MiFID II), deve definire le responsabilità reciproche attraverso uno specifico accordo scritto.

Altresì, ai sensi dell'articolo 59-ter, 1° comma, lettera c), della Delibera Consob 16190/2007, gli intermediari produttori "mettono a disposizione dei distributori tutte le necessarie informazioni sullo strumento finanziario e sul suo processo di approvazione, compreso il suo mercato target". Tali informazioni devono consentire al distributore di conoscere e consigliare/vendere lo strumento finanziario coerentemente con il suo mercato di riferimento.

2.1.1 Analisi di scenario



Il processo di governo del prodotto impone agli intermediari produttori di intraprendere una analisi di scenario dei loro strumenti finanziari, al fine di valutare il rischio che tali strumenti finanziari producano risultati negativi per i clienti finali e in quali circostanze ciò può accadere.

In particolare, ai sensi dell'articolo 59-ter.2, comma 4, del Regolamento Intermediari, le imprese di investimento produttrici devono valutare i casi in cui:

- si verifichi un deterioramento del contesto di mercato;
- il produttore o terzi coinvolti nella produzione dello strumento finanziario riscontrino difficoltà finanziarie o si verifichi un altro rischio di controparte;
- lo strumento finanziario non riesca a divenire sostenibile sul piano commerciale;
- la domanda per lo strumento finanziario è molto più alta del previsto.

2.1.2 Requisiti Organizzativi

L'articolo 59-ter.3 del Regolamento Intermediari, contiene una serie di previsioni relativamente al ruolo attribuito agli organi sociali, alle funzioni di controllo e al personale, in materia di Product Governance.

In particolare, è previsto che l'Organo con Funzione di Supervisione Strategica eserciti un controllo effettivo sul processo di governo degli strumenti finanziari adottato dall'intermediario.

Altresì, sono assegnate alla Funzione di Conformità le responsabilità in tema di monitoraggio e revisione periodica delle procedure e delle misure di governo degli strumenti finanziari, al fine di individuare i rischi di mancato adempimento degli obblighi previsti dalla disciplina comunitaria.

Le relazioni prodotte dalla Funzione di Conformità, comprendenti le informazioni sugli strumenti finanziari realizzati dall'intermediario e sulla strategia di distribuzione, devono essere messe a disposizione della Consob su richiesta di quest'ultima.

Di assoluto rilievo l'obbligo per l'intermediario produttore di garantire il possesso, da parte del personale coinvolto nella realizzazione degli strumenti finanziari, di tutte le competenze necessarie per comprenderne le caratteristiche e i rischi connessi agli strumenti finanziari che intendono realizzare.

2.1.3 Gestione dei conflitti di interesse

Le imprese di investimento devono istituire, attuare e mantenere procedure e misure intese a garantire che la produzione di strumenti finanziari sia conforme ai requisiti di corretta gestione dei conflitti di interesse, anche per quanto riguarda la remunerazione.


In tale prospettiva, gli intermediari produttori devono valutare se lo strumento finanziario generi una situazione per cui i clienti finali possano subire un pregiudizio qualora assumano:

- un'esposizione opposta a quella precedentemente detenuta dall'impresa stessa;
- un'esposizione opposta a quella che l'impresa intende detenere in seguito alla vendita del prodotto.

Altresì, gli intermediari produttori devono assicurare che la concezione dello strumento finanziario, comprese le sue caratteristiche, non arrechi un pregiudizio al cliente finale o non comporti problemi per l'integrità del mercato, consentendo all'impresa di investimento stessa di attenuare e/o cedere i suoi rischi o l'esposizione alle attività sottostanti del prodotto, ove essa già detenga le attività sottostanti per proprio conto.

2.1.4 Valutazione Periodica

Ai sensi dell'articolo 59-ter.4 del Regolamento Intermediari, *"Gli intermediari produttori riesaminano regolarmente gli strumenti finanziari da essi realizzati, tenendo conto di qualsiasi evento che possa influire materialmente sui rischi potenziali per il mercato di riferimento e valutano se ciascun strumento finanziario permanga coerente con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento e sia distribuito al*

	POLICY AZIENDALE IN MATERIA DI PRODUCT GOVERNANCE	
	Codice: (GRU)-OPE-FIN-PRG-01	Pubblicato il: 03/02/2020

mercato di riferimento, ovvero a clienti per le cui esigenze, caratteristiche e obiettivi il medesimo non è compatibile”.

A tal fine, riesaminano gli strumenti finanziari prima di procedere a nuove emissioni, qualora siano emersi fatti / eventi idonei a incidere sui rischi potenziali per gli investitori.

La periodicità del processo di verifica periodica deve essere definita sulla base di fattori pertinenti e tenere in debito conto degli elementi di complessità e/o di innovazione delle strategie di investimento perseguite.

Gli intermediari identificano, inoltre, gli eventi cruciali idonei ad incidere sul rischio potenziale o sulle aspettative di rendimento dello strumento finanziario, come:

- il superamento di una soglia che inciderà sul profilo di rendimento dello strumento finanziario; o
- la solvibilità degli emittenti i cui titoli o le cui garanzie possono incidere sul rendimento dello strumento finanziario.

In tali fattispecie, gli intermediari adottano misure appropriate, consistenti, tra l’altro:

- nella fornitura di informazioni significative sull'evento e sugli effetti sullo strumento finanziario ai clienti ovvero agli intermediari distributori;
- nel cambiamento del processo di approvazione dello strumento;
- nell’arresto di ulteriori emissioni dello strumento finanziario;
- nella modifica dello strumento finanziario;
- nella valutazione dei canali di vendita degli strumenti finanziari al fine di verificare la loro appropriatezza;
- nel contattare l’intermediario distributore per apportare modifiche al processo di distribuzione;
- nell’interruzione del rapporto con l’intermediario distributore;
- nell’informare la Consob.

2.2 Obblighi del Distributore (cd. Distributor)

Ai sensi dell’articolo 21, comma 2-ter, del D.Lgs. 58/1998 (Testo Unico della Finanza), gli intermediari distributori devono conoscere gli strumenti finanziari offerti o raccomandati, valutarne la compatibilità con le esigenze della clientela cui forniscono servizi di investimento, tenendo conto del mercato di riferimento di clienti finali e fare in modo che gli strumenti finanziari siano offerti o raccomandati solo quando ciò sia nell’interesse del cliente.


Altresì, ai sensi dell’articolo Art. 59-quater, del Regolamento Intermediari:

- riesaminano regolarmente gli strumenti finanziari offerti o raccomandati, considerando qualsiasi evento che possa incidere sui rischi potenziali per il mercato di riferimento, al fine di valutare se lo strumento finanziario resti coerente con le esigenze di tale mercato e se la strategia distributiva adottata resti ancora appropriata;
- quando offrono o raccomandano strumenti finanziari realizzati da altri intermediari, adottano opportune misure per ottenere tutte le necessarie informazioni sullo strumento finanziario e sul suo processo di approvazione, compreso il suo mercato di riferimento.

Tali obblighi si applicano anche quando tali imprese offrono o raccomandano strumenti finanziari prodotti da entità non soggette alla Direttiva MIFID II.

2.2.1 Determinazione del Target Market Effettivo

Ai sensi dell’articolo 59-quarter.1, del Regolamento Intermediari, gli intermediari distributori *“adottano adeguate misure e procedure per assicurare che gli strumenti e i servizi che intendono offrire o raccomandare siano compatibili con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi di un determinato mercato di riferimento e che la strategia di distribuzione prevista sia coerente con tale mercato”* e, a tal fine, identificano e valutano appropriatamente la situazione e le esigenze dei clienti su cui intendono concentrarsi, in modo da garantire che i loro interessi non siano pregiudicati a causa di fattori esterni.

	POLICY AZIENDALE IN MATERIA DI PRODUCT GOVERNANCE	
	Codice: (GRU)-OPE-FIN-PRG-01	Pubblicato il: 03/02/2020

La definizione del Target Market di ogni strumento finanziario distribuito/venduto deve essere eseguita dall'intermediario distributore anche qualora a ciò non abbia provveduto il Manufacturer.

Altresì, è fatto obbligo agli intermediari distributori di individuare la clientela per le cui esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi lo strumento finanziario non sono compatibili (cd. Target Market Negativo).

2.2.2 Flussi informativi

Come sopra riportato, gli intermediari che offrono o raccomandano strumenti finanziari realizzati da terzi, adottano opportune disposizioni per ottenere le informazioni necessarie a comprendere le caratteristiche e il mercato target di ciascun strumento finanziario, al fine di garantire che i prodotti siano distribuiti conformemente alle esigenze, alle caratteristiche e agli obiettivi del mercato di riferimento.

A tal fine si dotano di dispositivi efficaci che garantiscono l'accesso alle informazioni provenienti dagli intermediari produttori.

Gli intermediari adempiono agli obblighi di cui sopra con riguardo agli strumenti venduti sul mercato primario e secondario in modo proporzionato, tenuto conto del grado di reperibilità delle informazioni e della complessità dello strumento. Nel caso di produttori non soggetti alla direttiva MIFID II, le imprese di investimento devono adottare tutte le misure ragionevoli per ottenere da tali soggetti informazioni adeguate e attendibili.

Le imprese di investimento impiegano le informazioni ottenute dai produttori e le informazioni sui propri clienti per identificare il mercato di riferimento e la strategia di distribuzione.

Infine, è richiesto agli intermediari distributori di fornire ai *manufacturer* le informazioni sulle vendite effettuate.

2.2.3 Requisiti Organizzativi

L'articolo 59-quater.2 del Regolamento Intermediari, contiene una serie di previsioni relativamente al ruolo attribuito agli organi sociali, alle funzioni di controllo e al personale, in materia di Product Governance, per quanto attiene gli intermediari distributori.

In particolare, è previsto che l'Organo con Funzione di Supervisione Strategica eserciti un controllo effettivo sul processo di governo adottato dall'intermediario per determinare la gamma degli strumenti finanziari offerti o raccomandati e dei servizi prestati ai relativi mercati di riferimento.

Altresì, sono assegnate alla Funzione di Conformità le responsabilità in tema di monitoraggio e revisione periodica delle procedure e delle misure adottate per il governo degli strumenti finanziari, al fine di individuare i rischi di mancato adempimento degli obblighi previsti dalla normativa.

Le relazioni prodotte dalla Funzione di Conformità, comprendenti le informazioni sugli strumenti finanziari offerti o raccomandati e sui servizi forniti dall'intermediario e sulla strategia di distribuzione, devono essere messe a disposizione della Consob su richiesta di quest'ultima.

Infine, gli intermediari distributori devono assicurare che il personale coinvolto sia in possesso delle competenze necessarie per comprendere le caratteristiche e i rischi dei prodotti che intendono offrire o raccomandare, nonché le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento determinato.

2.2.4 Valutazione Periodica

Gli intermediari distributori devono riesaminare / aggiornare periodicamente le procedure e le misure adottate per il governo degli strumenti finanziari, al fine di garantire che esse siano nel tempo idonee a garantire l'adempimento degli obblighi previsti dalle disposizioni in materia di Product Governance.

In particolare, sottopongono a valutazione periodica gli strumenti finanziari o raccomandati e i servizi prestati, tenendo conto di qualsiasi evento che possa incidere materialmente sui rischi potenziali per il mercato di riferimento determinato.



Devono, inoltre, valutare se lo strumento finanziario resti coerente con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento e se la strategia di distribuzione adottata risulti appropriata nel tempo.

Gli intermediari distributori, altresì, riconsiderano il mercato di riferimento e/o aggiornano i dispositivi di governance adottati, qualora rilevino di avere erroneamente identificato il mercato di riferimento per un prodotto o servizio specifico o qualora il prodotto o il servizio non soddisfi più le condizioni del mercato di riferimento determinato.

La funzione di verifica della conformità delle imprese di investimento deve monitorare lo sviluppo e la valutazione periodica dei dispositivi di governance dei prodotti al fine di individuare i rischi di mancato adempimento degli obblighi di Product Governance.

2.3 *Catene di intermediazione*

Nel caso in cui diverse imprese collaborano nella distribuzione di un prodotto/servizio, la responsabilità finale di adempiere agli obblighi di Product Governance è attribuita all'impresa di investimento avente il rapporto diretto con il cliente.

Tuttavia, le imprese di investimento devono:

- assicurare che le informazioni pertinenti sui prodotti siano trasmesse dal produttore al distributore finale della catena;
- consentire, su richiesta dell'intermediario produttore, l'accesso alle informazioni sulle vendite del prodotto;
- adempiere, se del caso, agli obblighi di Product Governance in qualità di intermediario produttore, tenuto conto del servizio prestato.

3 POLICY AZIENDALE IN MATERIA DI PRODUCT GOVERNANCE

Il perseguimento del miglior interesse dell'investitore rappresenta da sempre per la Banca del Fucino il principale obiettivo cui è orientata la prestazione dei servizi di investimento alla clientela.

In tale prospettiva, la normativa in materia di Product Governance introdotta dalla Direttiva MiFID II si pone in assoluta continuità con i comportamenti operativi di fatto adottati dalla Banca nell'attività di distribuzione / vendita dei prodotti / strumenti finanziari.

Ciò premesso, la presente Policy Aziendale definisce i principi guida di governo degli strumenti finanziari e il modello organizzativo adottato dalla Banca, al fine di dare puntuale attuazione alle disposizioni normative e regolamentari in materia di Product Governance.

Altresì, definisce le misure organizzative da prevedere nell'ambito dei processi di erogazione dei servizi di investimento, le procedure di controllo, anche di tipo applicativo, da predisporre e i criteri da osservare nella composizione dei cataloghi prodotto e nella definizione dei portafogli modello oggetto di consulenza alla clientela.

Le linee guida contenute nella presente Policy integrano le regole di comportamento che il personale della Banca è tenuto ad osservare in virtù delle normative (di legge e di regolamento) vigenti, dei contratti di lavoro e delle procedure interne.

Tali linee guida definiscono i principi e gli indirizzi operativi cui uniformare la prestazione dei servizi d'investimento alla clientela ed integrano le disposizioni interne dirette a garantire l'adempimento degli obblighi di comportamento da parte della Banca, contenute:

- nella Policy Aziendale in materia di gestione dei conflitti di interesse;
- nel Disciplinare interno in materia di incentivi;
- nella Policy sul processo di approvazione di nuovi prodotti e servizi, l'avvio di nuove attività, l'inserimento in nuovi mercati;
- nella normativa interna in materia di controlli di adeguatezza / appropriatezza.



3.1 Ruolo degli Organi / Funzioni Aziendali

Il modello organizzativo adottato dalla Banca in materia di Product Governance è articolato come di seguito rappresentato.

Il **Consiglio di Amministrazione** esercita il controllo sul processo di governo degli strumenti finanziari. A tal fine, con riferimento all'attività di erogazione dei servizi di investimento:

- nell'ambito del processo di pianificazione strategica, adotta criteri di selezione degli strumenti finanziari / servizi da commercializzare, in coerenza con il target market di riferimento della clientela attuale e potenziale della Banca;
- definisce le linee guida cui le Funzioni interne devono attenersi nell'attività di realizzazione / distribuzione dei prodotti / strumenti finanziari alla clientela;
- su proposta del Direttore Generale, approva:
 - il Target Market di riferimento dei prodotti / strumenti finanziari realizzati dalla Banca;
 - il Target Market di riferimento dei prodotti / strumenti finanziari realizzati da terzi intermediari e distribuiti dalla Banca in virtù di specifici accordi di collocamento, qualora a tale determinazione non provveda l'intermediario produttore;
 - i processi operativi e di controllo attinenti la gestione della Product Governance nella fase di erogazione dei servizi di investimento alla clientela;
- approva, su proposta del Direttore Generale, la Policy in materia di Product Governance e le sue eventuali successive modifiche.

Il Direttore Generale

- è responsabile dell'attuazione delle linee guida in materia di Product Governance definite dal Consiglio di Amministrazione nell'ambito della presente Policy;
- sottopone all'approvazione del Consiglio di Amministrazione:
 - il Target Market di riferimento dei prodotti / strumenti finanziari realizzati dalla Banca;
 - il Target Market di riferimento dei prodotti / strumenti finanziari realizzati da terzi intermediari e distribuiti dalla Banca in virtù di specifici accordi di collocamento, qualora a tale determinazione non provveda l'intermediario produttore;
 - i processi operativi e di controllo attinenti la gestione della Product Governance nella fase di erogazione dei servizi di investimento alla clientela.
- definisce, su proposta della Funzione Compliance & AML, le eventuali variazioni da apportare alla Policy in materia di Product Governance, per la successiva approvazione del Consiglio di Amministrazione;
- garantisce che il contenuto delle convenzioni di collocamento di prodotti / strumenti finanziari, consenta alla Banca di adempiere ai propri obblighi in materia di Product Governance;
- fornisce al Consiglio di Amministrazione informazioni tempestive in caso di eventi di particolare gravità o importanza, che comportino un significativo peggioramento dei livelli di servizio e/o inadeguatezza ai controlli di Governance.

Il Comitato Prodotti:

- su proposta della Divisione Commercial Banking, definisce il Target Market di riferimento dei prodotti / strumenti finanziari realizzati dalla Banca, da sottoporre ad approvazione del Consiglio di Amministrazione, per il tramite del Direttore Generale.
- su proposta della Divisione Commercial Banking, definisce il Target Market di riferimento dei prodotti / strumenti finanziari realizzati da terzi intermediari e distribuiti dalla Banca in virtù di specifici accordi di



collocamento, qualora a tale determinazione non provveda l'intermediario produttore, da sottoporre ad approvazione del Consiglio di Amministrazione, per il tramite del Direttore Generale;

- su proposta della Funzione Compliance & AML:
 - definisce i processi operativi e di controllo attinenti la gestione della Product Governance, da sottoporre ad approvazione del Consiglio di Amministrazione, per il tramite del Direttore Generale;
 - approva l'impianto tabellare deputato alla gestione applicativa dei controlli di Product Governance;
- assicura che la composizione dei cataloghi prodotto e dei portafogli modello raccomandati nell'ambito del servizio di consulenza in materia di investimenti, sia coerente con il Target Market potenziale di clientela cui sono rivolti.

La Divisione Commercial Banking:

- instaura e governa le relazioni con le diverse società prodotto;
- ottiene dagli intermediari produttori tutte le informazioni necessarie per la determinazione del mercato di riferimento degli strumenti finanziari da essi creati, veicolando i riscontri ottenuti alle Funzioni/Unità organizzative coinvolte nel processo di governo degli strumenti finanziari;
- assicura che la composizione dei cataloghi prodotto associati al servizio di consulenza, sia coerente con il Target Market di clientela cui sono rivolti;
- interviene nel processo di attribuzione del Target Market potenziale ai prodotti / strumenti finanziari creati dalla Banca;
- attua le strategie individuate dal Consiglio di Amministrazione in materia di Product Governance, proponendo e sottoponendo agli Funzioni interne competenti, gli accordi di collocamento con le società prodotto specializzate nella produzione/gestione di prodotti / strumenti finanziari.

La Funzione Compliance & AML:

- in collaborazione con l'Organizzazione, propone al Comitato Prodotti i processi operativi e di controllo attinenti la gestione della Product Governance e l'impianto tabellare deputato alla gestione applicativa dei predetti controlli;
- assicura il monitoraggio, lo sviluppo e la revisione periodica delle procedure e delle misure di governo degli strumenti finanziari, al fine di individuare i rischi di mancato adempimento degli obblighi in materia di Product Governance;
- fornisce, nell'ambito delle relazioni periodiche prodotte per gli Organi Aziendali, informazioni sugli strumenti finanziari realizzati dalla Banca, sugli strumenti finanziari offerti o raccomandati e sui servizi forniti dalla Banca, nonché sulla strategia di distribuzione adottata;
- con cadenza almeno annuale, sottopone la Policy a specifico processo di verifica / revisione, proponendo al Direttore Generale ogni eventuali modifica ritenuta utile e/o necessaria;
- presidia il processo di attribuzione del Target Market agli strumenti finanziari in assenza di indicazioni da parte dell'intermediario produttore;
- interviene nel processo di determinazione del Target Market potenziale degli strumenti finanziari creati dalla Banca;
- in collaborazione con la Direzione Legale & NPL, verifica che il contenuto delle convenzioni di collocamento sia conforme alla disciplina in materia di Product Governance, nonché rispondente alle previsioni contenute nella presente Policy, sia preliminarmente alla loro stipula, sia in occasione di loro successive variazioni.

L'Organizzazione:



- governa i processi di gestione applicativa della Product Governance, assicurando l'adozione di procedure informatiche adeguate al rispetto degli obblighi normativi e in linea con le indicazioni contenute nella presente Policy;
- assicura la gestione dell'impianto tabellare deputato ai controlli di Product Governance;
- cura le attività di popolamento massivo dei dati inerenti al Target Market potenziale degli strumenti finanziari;
- redige la normativa interna in materia di Product Governance, definendo i processi operativi collegati;
- supporta la Funzione Compliance & AML nel processo di determinazione del Target Market potenziale degli strumenti finanziari sia con riferimento ai prodotti creati dalla Banca, che con riferimento ai prodotti di terzi, qualora non provveda l'intermediario produttore;
- collabora con la Funzione Compliance & AML nel processo di revisione della Policy Aziendale in materia di Product Governance.

La Finanza:

- interviene nel processo di determinazione del Target Market potenziale relativo ai prestiti obbligazionari emessi dalla Banca.

Il Back Office:

- in sede di censimento di nuovi strumenti finanziari, assicura il popolamento dei dati relativi al Target Market potenziale degli stessi.

La Direzione Legale & NPL:

- in collaborazione con la Funzione Compliance & AML, verifica che il contenuto delle convenzioni di collocamento sia conforme alla disciplina in materia di Product Governance, nonché rispondente alle previsioni contenute nella presente Policy, sia preliminarmente alla loro stipula, sia in occasione di loro successive variazioni.

L'Internal Audit:

- nell'ambito dell'attività di controllo concernente l'erogazione dei servizi di investimento alla clientela, verifica l'adeguatezza dei processi di Product Governance adottati dalla Banca e il rispetto delle prescrizioni normative interne ed esterne.
- competenza deliberativa del Consiglio di Amministrazione.

3.2 Fasi del processo di Product Governance

Si riportano di seguito le diverse fasi in cui è articolato il processo di Product Governance adottato dalla Banca, con specifico riferimento alla determinazione del Target Market degli strumenti finanziari offerti o raccomandati, alla clusterizzazione della clientela in funzione del mercato di riferimento e alla relativa gestione del processo dal punto di vista applicativo.

3.2.1 Determinazione del Target Market potenziale ed effettivo dei prodotti/strumenti finanziari

Il processo di determinazione del Target Market associato ai diversi prodotti/strumenti finanziari deve considerare le seguenti caratteristiche specifiche della clientela, cd. assi di classificazione:

- Classificazione MiFID
- Profilo di Rischio
- Esperienza Finanziaria



- Situazione Finanziaria
- Obiettivi Investimento
- Obiettivo Temporale

Come sopra riportato, è onere dell'intermediario produttore provvedere a tale determinazione, tuttavia, qualora questi non provveda, la Banca, in qualità di distributore dovrà comunque procedere alla caratterizzazione dello strumento finanziario, sulla base delle informazioni disponibili.

In particolare, la Banca provvede alla determinazione del Target Market di ciascun prodotto / strumento finanziario distribuito / venduto, come segue:

- sulla base di valutazioni interne relative alle caratteristiche del prodotto / strumento finanziario, qualora assuma il ruolo di intermediario produttore;
- conformemente alle indicazioni degli intermediari produttori, qualora assuma esclusivamente il ruolo di intermediario distributore;
- sulla base delle informazioni comunque a disposizione, qualora assuma esclusivamente il ruolo di intermediario distributore, in assenza di indicazioni specifiche da parte del Manufacturer.

E' prevista, inoltre, una specifica procedura automatica semplificata di attribuzione del Target Market, che si attiva in assenza di un censimento specifico sul singolo strumento / prodotto finanziario e consente di classificare massivamente le anagrafiche sulla base della tipologia di strumento / prodotto finanziario (cfr. Allegato).

Tale procedura è diretta al completamento della base dati della Banca e alla gestione di tipologie di strumenti finanziari non a catalogo, non complessi e/o a gestire i processi di Product Governance in situazioni di contingency.

Il processo di caratterizzazione o mappatura delle informazioni deve sposare le tassonomie esterne proprie del mercato potenziale, del Manufacturer, con quelle interne proprie dei target market effettivi, della Banca.

La declinazione del target market effettivo è conseguentemente responsabilità della Banca, sia ove assuma il ruolo di intermediario produttore/distributore (per i prodotti / strumenti finanziari di propria emissione), sia ove assuma esclusivamente il ruolo di distributore di prodotti / strumenti finanziari creati da terzi intermediari.

3.2.2 Clusterizzazione della clientela

Il risultato del processo di analisi porta alla determinazione dei target market declinati rispetto alle caratteristiche rilevate dalla Banca attraverso:

- la classificazione ai fini MiFID del cliente (Retail, Professional e Controparte qualificata)
- il questionario di profilatura, attraverso il quale sono rilevati il profilo di rischio, il livello di esperienza/conoscenza in materia di strumenti finanziari, la situazione finanziaria, gli obiettivi d'investimento e l'obiettivo temporale della clientela.

Il target market potenziale o effettivo è declinato, come segue:

- Target Market negativo:** identifica la tipologia di clientela a cui **non** deve essere distribuito il prodotto (in caso contrario è necessario segnalare all'intermediario produttore le motivazioni specifiche per le quali è stata posta in essere la disposizione, nonché dare adeguata informativa al Cliente).
- Target Market positivo:** identifica la tipologia di clientela per la quale l'intermediario produttore ha "creato" il prodotto / strumento finanziario.
- Grey Target Market** (ovvero fuori Target positivo): identifica la tipologia di clientela per la quale l'intermediario produttore non ha specificatamente "creato" il prodotto / strumento finanziario; in tali fattispecie è comunque possibile procedere alla distribuzione / vendita del prodotto / strumento finanziario senza vincoli di segnalazione verso l'intermediario produttore.



3.2.3 **Gestione applicativa**

Il test di idoneità condotto sul cliente per un determinato prodotto / strumento finanziario osserva il seguente schema logico:

1. Rilevazione delle caratteristiche del cliente (assi di classificazione).
2. Rilevazione delle caratteristiche del prodotto / strumento finanziario (valori di ammissibilità rispetto al target negativo e positivo e, quindi, rispetto al Grey Market).
3. Confronto tra valori rilevati del cliente e del prodotto / strumento finanziario per ciascun asse di classificazione e verifica del target market effettivo per ciascun asse.

Il test potrà dar luogo ai seguenti risultati per il cliente:

- per almeno un asse il cliente ricade nel target market negativo del prodotto: il prodotto è in target negativo;
- per tutti gli assi il cliente ricade nel target market positivo del prodotto: il prodotto è in target positivo;
- per nessun asse il cliente ricade nel target negativo e per almeno un asse il cliente ricade al di fuori del target positivo del prodotto: il prodotto è in Grey target market.

Si precisa che il test di idoneità opererà in modo diverso, in funzione del regime entro il quale è erogato il servizio di investimento al cliente.

In particolare, mentre nell'ambito del servizio di consulenza in materia di investimenti (attiva e/o passiva) sono considerati tutti gli assi di classificazione sopra descritti, nel caso di operazioni disposte da clientela non sotto consulenza, il test di idoneità sarà condotto esclusivamente sulla base della classificazione MiFID del cliente e del suo grado di conoscenza/esperienza in materia di strumenti finanziari.

3.3 **Controlli di Governance**

In conseguenza del test di idoneità descritto nel precedente Paragrafo, la Banca ha attivato specifici controlli nella fase di erogazione dei servizi di investimento, di carattere bloccante o solo informativo in relazione al regime entro il quale è erogato il servizio di investimento.

In particolare, nel caso di clienti che si sono avvalsi del servizio di consulenza in materia di investimenti, sono definiti i seguenti controlli in sede di erogazione delle raccomandazioni e/o di ricezione delle richieste da parte del cliente, distinti in funzione dell'esito delle verifiche di Product Governance, nonché dell'eventuale test di adeguatezza¹:

¹ Nel caso della cd. Consulenza Passiva, ovvero in presenza di una raccomandazione a "Evitare" in conseguenza di una Richiesta Cliente "non adeguata", qualora il Cliente intenda dar corso all'operazione di compravendita (nei casi previsti – cfr. Sezione Normativa VII "Modello di Servizio"), i controlli di Product Governance sono nuovamente eseguiti all'atto dell'inserimento dell'ordine esclusivamente sugli assi "Classificazione Cliente" e "Esperienza Conoscenza". Tali controlli, tuttavia, sono di tipo "informativo" (non bloccanti).



Tipologia Raccomandazione	Esito Controllo Product Governance	Test Adeguatezza	Tipologia Controllo
Raccomandazione Banca	Target Negativo	Adeguata	Raccomandazione registrata ma non utilizzabile in fase dispositiva
Raccomandazione Banca	Target Negativo	NON Adeguata	Blocco inserimento Raccomandazione Banca
Richiesta Cliente	Target Negativo	Adeguata	Richiesta registrata ma non utilizzabile in fase dispositiva
Richiesta Cliente	Target Negativo	NON Adeguata	Blocco inserimento Richiesta Cliente
Raccomandazione Banca	Grey Target Market	Adeguata	Raccomandazione utilizzabile in fase dispositiva
Raccomandazione Banca	Grey Target Market	NON Adeguata	Blocco inserimento raccomandazione
Richiesta Cliente	Grey Target Market	Adeguata	Richiesta utilizzabile in fase dispositiva
Richiesta Cliente	Grey Target Market	NON Adeguata	Blocco inserimento Richiesta Cliente
Raccomandazione Banca	Target Positivo	Adeguata	Raccomandazione utilizzabile in fase dispositiva
Raccomandazione Banca	Target Positivo	NON Adeguata	Blocco inserimento raccomandazione
Richiesta Cliente	Target Positivo	Adeguata	Richiesta utilizzabile in fase dispositiva
Richiesta Cliente	Target Positivo	NON Adeguata	Blocco inserimento Richiesta Cliente

Per la clientela che non si avvale del servizio di consulenza in materia di investimenti la Banca esegue, in sede dispositiva controlli di Product Governance di tipo "informativo" non bloccanti, in relazione ai quali è fornita al cliente una specifica evidenza e raccolto il consenso alla prosecuzione dell'operazione da parte del Cliente stesso.

4 REVISIONE / AGGIORNAMENTO DELLA POLICY DI PRODUCT GOVERNANCE

Al fine di garantire una efficace gestione ed analisi dei requisiti di Product Governance, la Banca sottopone a verifica l'intero contenuto dell'intera Policy almeno:

- con cadenza annuale;
oppure,
- ogni qualvolta si riscontrino variazioni nelle politiche adottate dalla Banca e/o da terzi manufacturer in materia di determinazione del Target Market degli strumenti finanziari oggetto di distribuzione/vendita



alla clientela, che incidano sull'adeguatezza delle soluzioni di Product Governance tempo per tempo adottate.

Il Processo di revisione è affidato alla Funzione Compliance & AML in collaborazione con l'Organizzazione.

L'esito del processo di revisione è portato a conoscenza del Direttore Generale, per la conseguente informativa al Consiglio di Amministrazione e l'eventuale approvazione delle modifiche proposte all'interno del documento di Policy.



POLICY AZIENDALE IN MATERIA DI PRODUCT GOVERNANCE

Codice: (GRU)-OPE-FIN-PRG-01

Pubblicato il: 03/02/2020

Allegato

Procedura semplificata di attribuzione del Target Market potenziale

Descrizione	Classificazione MiFID			Profilo Rischio						Esperienza Finanziaria						Situazione Finanziaria						Obiettivi Investimento				Obiettivo Temporale				
	RTL	PRF	QLF	1-BAS	2-MBA	3-MED	4-MAL	5-ALT	6-NSP	1-BAS	2-MBA	3-MED	4-MAL	5-ALT	6-NSP	1-BAS	2-MBA	3-MED	4-ALT	5-MMA	6-NSP	1-CONS	3-DIN	6-SPE	7-NSP	1-B	5-M	7-L	8-N	
BOT	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP
CCT e BTP	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TP	GTG
Obblig. stato	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	TP	GTG	
Ob. non stato	TP	TP	TP	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	TP	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Azioni	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Convertibili	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Fondi com.lta	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	GTG	
Assicurazioni ramo III e V	TP	TP	TP	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	TP	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Warrant	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TP	TN	GTG	GTG	GTG	TN	
Zero coupon	TP	TP	TP	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	TP	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Diritti	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	TP	TP	GTG	TN	
Cov. Warrant	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TP	TN	GTG	GTG	GTG	TN	
E.T.F.	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TP	TN	GTG	GTG	GTG	TN	
SICAV	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	GTG	
Fondi immobil.	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	
Fondi pensione	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	GTG	
CCT e BTP est	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	GTG	GTG	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	GTG	
Obbl. estere	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	GTG	GTG	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	GTG	
Obbl. estere	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Azioni est.	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Convertib. est.	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Fondi com. est.	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	GTG	
Warrant est.	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TP	TN	GTG	GTG	GTG	TN	
Zero coup. est.	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	GTG	TP	TP	TN	
Diritti esteri	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TN	TP	TP	GTG	TN	
Cov. war. est.	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TP	TN	GTG	GTG	GTG	TN	
E.T.F. esteri	TP	TP	TP	TN	TN	TN	GTG	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TN	TP	TP	TN	TN	TN	TP	TN	GTG	GTG	GTG	TN	
SICAV estere	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TP	TN	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	GTG	
Fondi immobiliari esteri	TN	TP	TP	TN	TN	GTG	TP	TP	TN	TP	TP	TP	TP	TP	TN	GTG	TP	TP	TP	TP	GTG	TN	GTG	TP	GTG	TN	TP	TP	TN	
Fondi pensione esteri	TN	TP	TP	TN	GTG	TP	TP	TP	GTG	TP	TP	TP	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	TP	TN	TP	TP	TP	GTG	GTG	TP	TP	GTG	

Legenda:

- TP = Target Positivo
- TN = Target Negativo
- GTG = Grey Target Market



POLICY AZIENDALE IN MATERIA DI PRODUCT GOVERNANCE

Codice: (GRU)-OPE-FIN-PRG-01

Pubblicato il: 03/02/2020