

ID MapVer	Area	Controparte	Prodotti	Tipologia conflitto	Fattispecie	Descrizione Conflitto	Modalità gestione Stampa	Indicazione efficacia Stampa	Disclosure Stampa	Rif Normativo Stampa	Rif. Doc.pre-contr. Stampa	Testo Disclosure Stampa
COI-01.3	Corporate Affairs	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Accordi di distribuzione	Sono in atto relazioni particolari tra intermediari o tra intermediari e Compagnie assicurative.	<p>In alcuni casi è possibile che le Compagnie assicurative detengano partecipazioni dell'intermediario o viceversa anche a livello della Capogruppo oppure che esistano rapporti di finanziamento, anche a livello di Gruppo, tra l'intermediario e le Compagnie.</p>	<p>Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti:</p> <p>- adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare:</p> <p>a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente;</p> <p>b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti;</p> <p>c1) Prodotti NON IBIPs</p> <p>- adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.</p> <p>c2) Prodotti IBIPs</p> <p>- adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.</p> <p>- definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso;</p> <p>Sempre per i prodotti IBIPs il distributore adotta inoltre una serie di provvedimenti organizzativi ed operativi volti a:</p> <p>- rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza);</p> <p>- garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritti;</p> <p>- ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela.</p> <p>Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti:</p> <p>- adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli</p>	<p>Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela</p>	SI	Per trasparenza ai sensi dell'art. 120 ter del CAP che impone l'obbligo di trasparenza	Prevista nella sezione III dell'Allegato 3 MUP e nella sezione III del Documento Unico IBIPs	<p>«1. La “Banca di Credito Cooperativo della Provincia Romana S.C.” ed i soggetti che operano per la stessa non sono detentori di una partecipazione, diretta o indiretta, pari o superiore al 10% del capitale sociale o dei diritti di voto di alcuna Impresa di assicurazione;</p> <p>2. Le Imprese di assicurazione o Imprese controllanti un'Impresa di assicurazione BCC VITA S.P.A. COMPAGNIA DI ASSICURAZIONI VITA, INTESA SANPAOLO RBM SALUTE S.P.A., BCC ASSICURAZIONI S.P.A. ASSIMOCO S.P.A. COMPAGNIA DI ASSICURAZIONI E RIASSICURAZIONI - MOVIMENTO COOPERATIVO, ASSIMOCO VITA S.P.A. COMPAGNIA DI ASSICURAZIONE SULLA VITA non sono detentrici di una partecipazione, diretta o indiretta, pari o superiore al 10% del capitale sociale o dei diritti di voto della “Banca di Credito Cooperativo della Provincia Romana S.C.”;</p> <p>3. La Banca ha un accordo di distribuzione con altro Intermediario “Agecooper Srl”. Quest'ultima ed i soggetti che operano per la stessa sono/non sono detentori di una partecipazione, diretta o indiretta, pari o superiore al 10% del capitale sociale o dei diritti di voto di alcuna Impresa di assicurazione;</p> <p>4. Le Imprese di assicurazione o Imprese controllanti un'Impresa di assicurazione BCC VITA S.P.A. COMPAGNIA DI ASSICURAZIONI VITA, INTESA SANPAOLO RBM SALUTE S.P.A., BCC ASSICURAZIONI S.P.A. ASSIMOCO S.P.A. COMPAGNIA DI ASSICURAZIONI E RIASSICURAZIONI - MOVIMENTO COOPERATIVO, ASSIMOCO VITA S.P.A. COMPAGNIA DI ASSICURAZIONE SULLA VITA non sono detentrici di una partecipazione diretta o indiretta pari o superiore al 10% del capitale sociale o dei diritti di voto dell'Intermediario “ Agecooper Srl” ;</p> <p>5. La “Banca di Credito Cooperativo della Provincia Romana S.C.” è soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di “Iccrea Banca Spa” la quale ha in essere relazioni commerciali e detiene una partecipazione diretta superiore al 10% del capitale sociale e dei diritti di voto di “BCC Assicurazioni Spa” e superiore al 10% del capitale sociale e dei diritti di voto di “BCC Vita Compagnia di Assicurazioni Vita Spa”.»</p>

							<p>operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione;</p> <p>- adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi;</p> <p>- con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio;</p> <p>- con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa;</p> <p>- Il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili.</p> <p>d) Monitoraggio delle attività distributive come previsto in ambito POG</p>					
COI-02.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Comportamento del distributore	<p>Gli intermediari non effettuano operazioni alle migliori condizioni possibili con riferimento al momento, alla dimensione e alla natura delle operazioni medesime.</p> <p>(Reg. IVASS n. 40/2018, art. 55, co. 3, lett. a) per i prodotti non IBIPs e art. 135-vicies quinquies del Regolamento Intermediari per i prodotti IBIPs)</p>	<p>Gli intermediari hanno obiettivi personali tali per cui sono spinti ad operare non tenendo in considerazione il miglior interesse del cliente. In relazione ai prodotti IBIPs, il distributore potrebbe inoltre agire in maniera non coerente con le preferenze manifestate dal cliente in materia di sostenibilità.</p>	<p>Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti:</p> <p>- adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare:</p> <p>a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente;</p> <p>b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonchè divieto di distribuire prodotti non coerenti;</p>	<p>Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela</p>	NO			

							<p>c1) Prodotti NON IBIPs</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l’obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.</li></ul> <p>c2) Prodotti IBIPs</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l’obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.</li><li>- definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso;</li></ul> <p>Sempre per i prodotti IBIPs il distributore adotta inoltre una serie di provvedimenti organizzativi ed operativi volti a:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza);</li><li>- garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritti;</li><li>- ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela.</li></ul> <p>Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione;</li><li>- adozione del Codice Etico al fine</li></ul>					
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

							<p>di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi;</p> <p>- con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio;</p> <p>- con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa;</p> <p>- Il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili.</p> <p>d) Monitoraggio delle attività distributive come previsto in ambito POG</p>					
COI-03.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Comportamento del distributore	<p>Gli intermediari non operano in maniera tale da contenere i costi a carico dei clienti ed ottenere il massimo risultato possibile anche in relazione agli obiettivi assicurativi, propongono variazioni contrattuali e/o suggeriscono operazioni con una frequenza non necessaria.</p> <p>(Reg. IVASS n. 40/2018, art. 55, co. 3, lett. b, c) prodotti non IBIPs e art. 135- vicies quinquies/sexies - Parte IV del Regolamento Intermediari prodotti IBIPs -)</p>	<p>Gli intermediari sono spinti ad operare favorendo i propri interessi a scapito di quelli dei clienti. In relazione ai prodotti IBIPs, il distributore potrebbe inoltre agire in maniera non coerente con le preferenze manifestate dal cliente in materia di sostenibilità.</p>	<p>Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti:</p> <p>- adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare:</p> <p>a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente;</p> <p>b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti;</p> <p>c1) Prodotti NON IBIPs</p> <p>- adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di</p>	<p>Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela</p>	NO			

							<p>rispettare l’obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.</p> <p>c2) Prodotti IBIPs</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l’obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.</li><li>- definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso;</li></ul> <p>Sempre per i prodotti IBIPs il distributore adotta inoltre una serie di provvedimenti organizzativi ed operativi volti a:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza);</li><li>- garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritti;</li><li>- ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela.</li></ul> <p>Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione;</li><li>- adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi;</li><li>- con riferimento alle tematiche</li></ul>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

							<p>connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio;</p> <p>- con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa;</p> <p>- Il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili.</p> <p>d) Monitoraggio delle attività distributive come previsto in ambito POG</p>					
COI-04.3	Corporate Affairs	Membri del CdA	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Cumulo di incarichi/attività	Gli amministratori del distributore detengono posizioni in distributori concorrenti o detengono azioni di altri distributori. (art. 36, d.l. n. 201/2011 conv.)	Incompatibilità tra cariche di amministrazione	Adozione di regole interne volte a prevedere che l'amministratore, in sede di nomina e di verifica dei requisiti di idoneità (divieto di interlocking o cause di decadenza previste dallo Statuto), dichiari l'eventuale incarico presso altri distributori concorrenti o detenga partecipazioni di altri distributori	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-05 PARTE 1.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Remunerazione/Incentivo	<p>Il distributore riceve:</p> <p>(i) da una persona diversa rispetto al contraente, in relazione ai servizi forniti, incentivi in forma di beni, di servizi o in forma monetaria, differenti dalle commissioni standard ricevute per tale servizio, tali che possono compromettere la valutazione di coerenza dei prodotti alle esigenze assicurative del cliente e in generale il loro dovere di agire nel miglior interesse dei contraenti;</p> <p>(ii) commissioni aggiuntive in corso di contratto fino a quando il cliente possiede il prodotto</p> <p>Il Distributore potrebbe</p>	<p>Ottenere prestazioni per le attività di intermediazione assicurativa diverse dalle normali commissioni potrebbe indurre l'intermediario a non agire nei migliori interessi del contraente (ad esempio il Responsabile che coordina la rete commerciale o presiede determinati segmenti di prodotto potrebbe essere condizionato dalla potenziale partecipazione ad eventi di società prodotto).</p> <p>In relazione ai prodotti IBIPs, il distributore potrebbe inoltre agire in maniera non coerente con</p>	<p>Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti:</p> <p>- adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare:</p> <p>a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente;</p> <p>b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente</p>	<p>Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela</p>	SI	Per trasparenza ai sensi dell'art. 120 bis del CAP	<p>Già prevista per i prodotti non IBIPs alla sezione V dell'allegato 3 del MUP e per i prodotti IBIPs nella sezione V del ""Documento Unico IBIPs""</p>	<p>Informativa per i prodotti non IBIPs: opzione a) per le polizze non abbinate a mutui/finanziamenti</p> <p>«Per il prodotto intermedio è corrisposto un compenso sotto forma di commissione inclusa nel premio assicurativo nonchè eventuali benefici economici e non, al raggiungimento di determinati obiettivi, anche in virtù di rapporti di Gruppo. Tali eventuali benefici possono essere anche non direttamente correlati alla distribuzione del presente contratto ma all'attività di distribuzione assicurativa complessivamente svolta. Le informazioni sopra rese riguardano i compensi complessivamente percepiti dagli intermediari coinvolti nella distribuzione del prodotto.»</p> <p>opzione b) per le polizze abbinate a mutui/finanziamenti</p> <p>«Per il prodotto intermedio è corrisposto un compenso sotto forma di commissione inclusa nel premio assicurativo. Inoltre, la Banca, anche in virtù di rapporti di Gruppo, potrebbe percepire eventuali</p>

					<p>inoltre ricevere da Capogruppo, in relazione all'attività di distribuzione complessivamente svolta e alla generalità dei contratti distribuiti, eventuali ulteriori corrispettivi aggiuntivi rispetto alle commissioni ricevute dalle Imprese.</p> <p>(Reg. IVASS n. 40/2018, art. 55, co. 3, lett. e) prodotti non IBIPs e art. 135 vices-sexies, Parte IV del Regolamento Intermediari prodotti IBIPs)</p>	<p>le preferenze manifestate dal cliente in materia di sostenibilità.</p>	<p>nonchè divieto di distribuire prodotti non coerenti; c1) Prodotti NON IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. c2) Prodotti IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. - definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso; Sempre per i prodotti IBIPs il distributore adotta inoltre una serie di provvedimenti organizzativi ed operativi volti a: - rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza); - garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritti; - ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela. Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di</p>					<p>benefici economici e non, riconosciuti al raggiungimento di determinati obiettivi. Tali eventuali benefici possono essere anche non direttamente correlati alla distribuzione del presente contratto ma all'attività di distribuzione assicurativa complessivamente svolta. Nel caso di polizze connesse a mutui o altri finanziamenti l'informazione relativa alla provvigione percepita e all'ammontare della provvigione pagata dall'impresa di Assicurazione, in termini sia assoluti che percentuali sull'ammontare complessivo, è contenuta all'interno del documento consegnato in fase precontrattuale al richiedente mutuo/finanziamento “preventivo di polizza”, sottoscritto dal Cliente e conservato dalla Banca. Le informazioni sopra rese riguardano i compensi complessivamente percepiti dagli intermediari coinvolti nella distribuzione del prodotto.»</p>
--	--	--	--	--	---	---	---	--	--	--	--	--

							collocamento/distribuzione; - adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi; - con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio; - con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa; - Il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili. d) Monitoraggio delle attività distributive come previsto in ambito POG					
COI-05 PARTE 2.3	-	-	-	-	-	-	-	-	SI			<p>Informativa per i prodotti IBIPs:</p> <p>«A fronte dell'attività di distribuzione svolta e della consulenza prestata al cliente in relazione al prodotto intermediato, possono essere corrisposte alla Banca provvigioni, sotto forma di retrocessioni a valere sui premi assicurativi versati all'atto della sottoscrizione e in corso di contratto, nonché eventuali benefici economici e non riconosciuti dall'Impresa di Assicurazione al ricorrere di determinate condizioni. Possono essere altresì percepite dalla Banca provvigioni a valere sulle commissioni applicate dall'Impresa per la gestione del contratto, previste dal contratto medesimo. La Banca, in forza di eventuali accordi sottoscritti anche a livello di Gruppo con soggetti Terzi Produttori, potrebbe ricevere ulteriori remunerazioni connesse al raggiungimento di specifici obiettivi per l'attività svolta. Tali eventuali remunerazioni non incidono comunque sui costi sostenuti e saranno oggetto di specifica rappresentazione nell'ambito della prevista informativa annuale sui costi e oneri prodotta dalla Banca ed inviata al cliente. Ulteriori dettagli in merito agli importi percepiti dalla Banca in relazione alla distribuzione del prodotto sono reperibili nel documento “Informazioni di dettaglio dei costi e</p>



												degli incentivi” nonché nel documento contenente le informazioni chiave per il prodotto di investimento assicurativo (KID) e negli altri documenti che compongono il Set Informativo. Possono essere presenti oneri di gestione del portafoglio che sono reperibili nel documento “Modulo di attivazione del servizio di consulenza evoluta” e saranno oggetto di rendicontazione annuale periodica. Le informazioni previste dagli articoli 135 sexies comma 2, 135 decies comma 4 e 135 duodecies comma 1 lettera a) del IX libro del Regolamento Intermediari Consob citato sono reperibili nel documento "Informazioni di dettaglio dei costi e degli incentivi". In caso di collaborazione orizzontale, gli adempimenti previsti dagli articoli 134,135,135 ter,135 septies e 135 - vicesquinques del libro IX del Regolamento Intermediari Consob citato, sono svolti dal soggetto abilitato alla distribuzione assicurativa che intrattiene il rapporto diretto con il cliente. Nelle informazioni da rendere al cliente sono comprese quelle relative a ogni pagamento o beneficio ricevuto da o pagato dai soggetti coinvolti nella collaborazione orizzontale.»
COI-06.3	Corporate Affairs	Soggetti rilevanti	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Outsourcing/fornitori	Un soggetto rilevante ha un incarico rilevante o possiede partecipazioni al capitale dell'outsourcer/fornitore	L'interesse del distributore potrebbe essere condizionato dall'interesse del soggetto che ha un incarico rilevante presso l'outsourcer o il fornitore terzo a privilegiare determinati outsourcer o fornitori terzi, con il rischio di una minore qualità del servizio offerto al cliente o sia fonte di maggiori costi trasferiti sul premio di polizza.	Fermi gli eventuali presidi civilistici, adozione di regole interne volte a disciplinare il processo di esternalizzazione (tra cui le modalità di selezione dei fornitori/outsourcer dei distributori e la valutazione delle loro prestazioni (SLA) nonché la definizione di accordi di esternalizzazione che prevedono che siano acquisite informazioni con riguardo all'adozione, da parte del fornitore, di specifici presidi in tema di conflitti di interesse. (n.b. Restano fatte salve eventuali valutazioni che in relazione alla singola iniziativa di esternalizzazione potranno avere dei riflessi sulla presente mappatura e sulla eventuale disclosure)	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-07.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Tra clienti	A parità di condizioni soggettive, gli intermediari potrebbero mettere in atto comportamenti che possano avvantaggiare alcuni clienti a danno di altri.  (Reg. IVASS n. 40/18 art. 55, 3 co., lett. d) per i prodotti non IBIPs e art. 135-vicies quinquies del Regolamento Intermediari per i prodotti IBIPs)	Determinati clienti ricevono un trattamento differente senza alcuna giustificazione a danno degli interessi di altri clienti.	Adozione di regole interne volte a disciplinare le regole di comportamento e condotta degli operatori al fine di agire con equità, onestà, professionalità, correttezza e trasparenza nel migliore interesse dei contraenti.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-08.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Tra clienti	Vi è un conflitto di interesse orizzontale tra clienti differenti, perché per un prodotto specifico c'è una domanda più alta rispetto alle opportunità di fornire/concludere il contratto	L'intermediario potrebbe favorire determinati clienti per interessi personali a scapito di altri, soprattutto in presenza di quantità limitate di prodotto (prodotti a plafond/finestra).	Adozione di regole interne o accordi produttore-distributori volti disciplinare i criteri di collocamento del prodotto. I criteri che devono essere rispettati, vengono stabiliti dalle Società Prodotto. In ogni caso si propone, ad esempio di adottare il "Criterio della successione	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia	NO			

					Solo in caso di distribuzione di prodotti a "Plafond/Finestra"		temporale": clienti che – anche a parità di condizioni e requisiti – ne facciano richiesta per primi (ordine cronologico di richiesta).	evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela				
COI-09.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Remunerazione/Incentivo	Valutazione degli operatori in base al raggiungimento degli obiettivi	L'operatore potrebbe aver interesse a collocare determinati prodotti al fine di raggiungere gli obiettivi professionali attribuiti	Adozione di regole interne in materia di retribuzione e incentivazione del personale e di controllo dell'attività distributiva basata sulla valutazione dell'effettivo miglioramento della qualità del servizio.  La valutazione può essere effettuata anche attraverso il monitoraggio di alcuni indicatori tra i quali possono essere considerati/analizzati: i reclami ricevuti, i recessi richiesti/gestiti, rapporto tra sinistri aperti e sinistri senza seguito.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-10.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Presenza di un accordo commerciale di bancassicurazione	Presenza di un accordo commerciale di bancassicurazione tra la Capogruppo Iccrea Banca e le Compagnie BCC Vita e BCC Assicurazioni.	Quota partecipativa di Iccrea Banca in BCC Vita/Assicurazioni superiore al 10%. Assunzione, da parte della capogruppo Iccrea Banca, di specifici impegni di promozione, secondo un piano commerciale rivisto e principalmente focalizzato su redditività e competitività dei prodotti a catalogo, qualità del servizio alle banche aderenti e maggior penetrazione presso la clientela.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonchè divieto di distribuire prodotti non coerenti; c1) Prodotti NON IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. c2) Prodotti IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. - definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	SI	Per trasparenza ai sensi dell'art. 120 ter del CAP	La disclosure è prevista nell'Allegato 3 MUP, Sezione III per i prodotti non IBIPs, Sezione III del Documento Unico IBIPs	«La Banca è soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di Iccrea Banca Spa la quale ha in essere relazioni commerciali e detiene una partecipazione diretta superiore al 10% del capitale sociale e dei diritti di voto di BCC Assicurazioni Spa e superiore al 10% del capitale sociale e dei diritti di voto di BCC Vita Compagnia di Assicurazioni Vita Spa. .»

							<p>consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso; Sempre per i prodotti IBIPs il distributore adotta inoltre una serie di provvedimenti organizzativi ed operativi volti a:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza);</li><li>- garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritti;</li><li>- ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela.</li></ul> <p>Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione;</li><li>- adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi;</li><li>- con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio;</li><li>- con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi</li></ul>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

							quali-quantitativa; - Il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili. d) Monitoraggio delle attività distributive come previsto in ambito POG					
COI-11.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (solo prodotti IBIPs)	Comportamento del distributore	Essere contemporaneamente beneficiario o vincolatario delle prestazioni assicurative e distributore del relativo contratto.  (Art. 135-vicies quinquies, comma 3, Regolamento intermediari).	Il distributore potrebbe essere contemporaneamente beneficiario o vincolatario delle prestazioni assicurative e distributore del relativo contratto,	Adozione di regole interne per evitare che l'operazione incida negativamente sull'interesse del cliente, valutando in particolare la contestualità dell'operazione contrattuale e la situazione finanziaria del cliente. A tal fine il tempo congruo tra la data di emissione della polizza e la richiesta di finanziamento è stato fissato in 3 mesi. Inoltre sono state fissate una Percentuale massima di penetrazione sul patrimonio (la percentuale di IBIPs a pegno non deve essere superiore al 50% del totale complessivo del patrimonio) ed è stato stabilito che il finanziamento richiesto non debba avere la finalità di investimento in altri strumenti/prodotti finanziari né in altri prodotti IBIP.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-12 PARTE 1.3	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni delle Compagnie BCC Vita e BCC Assicurazioni	Presenza di un accordo di Gruppo in materia di distribuzione assicurativa	Presenza di un accordo tra la Capogruppo Iccrea Banca e le Banche Affiliate	Gli intermediari potrebbero essere orientati ad operare favorendo i propri interessi a scapito di quelli dei clienti sulla base della presenza di uno specifico accordo con Capogruppo che prevede la distribuzione: (i) in esclusiva per i prodotti di BCC Vita; (ii) di una quota non inferiore all'80% della complessiva attività di distribuzione svolta dalle BCC Aderenti (complessivamente considerate) avente ad oggetto i prodotti assicurativi appartenenti ai Rami Danni di BCC Assicurazioni;	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti; c1) Prodotti NON IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	SI	Per trasparenza ai sensi dell'art. 120 ter del CAP	La disclosure è prevista nell'Allegato 3 MUP, Sezione IV per i prodotti non IBIPs, Sezione IV del Documento Unico IBIPs	<p>Informativa per i prodotti DANNI e VITA non IBIPs (MUP): «La Banca non fornisce una consulenza fondata su un'analisi imparziale e personale e svolge la propria attività di distribuzione assicurativa nel quadro degli accordi di partnership definiti dal Gruppo ICCREA con le imprese di assicurazione BCC Assicurazioni S.p.A. e BCC Vita S.p.A. che prevedono, tra l'altro, per quanto attiene ai prodotti assicurativi vita, un regime di esclusiva in favore di BCC Vita S.p.A.". »</p> <p>Informativa per i prodotti IBIPs (Documento Unico IBIPs): «La Banca non fornisce una consulenza fondata su un'analisi imparziale e personale e svolge la propria attività di distribuzione assicurativa nel quadro degli accordi di partnership definiti dal Gruppo ICCREA che prevedono, tra l'altro, per quanto attiene ai prodotti di investimento assicurativi, un regime di esclusiva in favore di BCC Vita S.p.A.»</p>

							rispettare l’obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti; - verifica in fase di approvazione di Prodotto, a livello accentrato di Capogruppo, che il Produttore abbia effettuato le valutazioni in merito al Value for Money. prima di immettere i prodotti sul mercato e al fine di constatare che la Compagnia abbia esaminato che il prodotto assicurativo generi “un adeguato valore per il cliente e quindi la compatibilità dei costi e degli oneri con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento”;					
COI-12 PARTE 2.3	-	-	-	-	-	-	c2) Prodotti IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" (tra quelli messi a disposizione dalla Capogruppo) che consenta al Distributore di rispettare l’obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. - definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso; - verifica in fase di approvazione di Prodotto, a livello accentrato di Capogruppo, che il Produttore abbia effettuato le valutazioni in merito al Value for Money. prima di immettere i prodotti sul mercato e al fine di constatare che la Compagnia abbia esaminato che il prodotto assicurativo generi “un adeguato valore per il cliente e quindi la compatibilità dei costi e degli oneri con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento”; Sempre per i prodotti IBIPs il distributore adotta inoltre una serie di provvedimenti organizzativi ed operativi volti a: - rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza); - garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritti;	-	-	-	-	

							<div>- ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela. Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione; - adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi; - con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio; - con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa; - Il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili. d) Monitoraggio delle attività distributive come previsto in ambito POG</div>						
COI-13.3	Distribution	Distributore	<div>Prodotti CPI (con componente vita e danni)  Solo in caso di</div>	Comportamento del distributore	Gli intermediari potrebbero essere orientati ad operare non tenendo in considerazione il miglior interesse del cliente nel	Il Distributore potrebbe essere orientato ad operare senza considerare il miglior interesse del cliente per generare	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate	NO				

[illegible]