

Policy

commerciale sui servizi di investimento

- Delibera del Consiglio di Amministrazione del 21/05/2019

Indice

1) Premessa.....	3
1.1) Oggetto e ambito di applicazione.....	3
1.2) Contesto normativo di riferimento	3
2) Servizi e prodotti offerti.....	4
2.1) Criteri generali di selezione e canali di distribuzione	4
2.2) Servizio di gestione di portafogli	4
2.3) Servizi di ricezione e trasmissione ordini, negoziazione, collocamento e servizio di consulenza “base” in materia di investimenti di investimento Altri servizi di investimento.....	4
2.3.1) Strumenti del mercato monetario.....	5
2.3.2) Strumenti di tipo obbligazionario	5
2.3.3) Fondi comuni di investimento e SICAV.....	5
2.3.4) Azioni ed ETF.....	5
2.3.5) Prodotti finanziari assicurativi	5
2.3.6) Derivati	5
3) Processo di definizione di prodotti e servizi.....	5
4) Meccanismi di incentivo alla struttura aziendale	6
5) Conflitti di interesse.....	6
6) Revisione della politica commerciale	6

1) Premessa

1.1) Oggetto e ambito di applicazione

Il quadro normativo di riferimento e le indicazioni fornite dall'Autorità di Vigilanza impongono alle banche di operare in modo corretto, trasparente e diligente per servire al meglio gli interessi degli investitori, definendo modelli relazionali intermediario-cliente incentrati su una logica di servizio e non più di mera vendita di un prodotto.

In tal senso, ha assunto rilevanza la disciplina, introdotta dalla Direttiva 2014/65/UE (c.d. **MIFID II**) e normativa delegata, in tema di "product governance" la quale ha introdotto obblighi finalizzati a garantire l'adozione di processi di approvazione degli strumenti finanziari emessi e di selezione di quelli distribuiti dalle imprese di investimento e dalle banche nella prestazione di servizi di investimento alla clientela.

Assumono importanza fondamentale i processi e le metodologie, adottate dalla Banca nella definizione della propria politica commerciale, finalizzati a valutare la compatibilità dei singoli strumenti inseriti nel catalogo prodotti, avuto riguardo alla loro complessiva morfologia, con le caratteristiche e i bisogni della clientela cui si intende offrirli.

Nel definire il proprio catalogo prodotti la Banca deve individuare e formalizzare un preciso iter procedurale operando in base alle seguenti linee guida:

- analisi delle esigenze finanziarie e delle caratteristiche della clientela target (principio del Know your customer);
- definizione dei servizi e della gamma dei prodotti offerti;
- definizione del Target Market potenziale ed effettivo degli strumenti finanziari oggetto di distribuzione secondo quanto previsto nella Policy di product governance;
- selezione dei canali distributivi idonei per il Target Market identificato;
- adozione di sistemi di remunerazione non contrapposti al miglior interesse del cliente.

Il presidio del potenziale conflitto tra gli obiettivi di liquidità e di raccolta di una banca e la conformità agli orientamenti dell'Autorità di Vigilanza e alla normativa di riferimento si basa su una corretta pianificazione finanziaria volta a bilanciare politiche commerciali e interessi della clientela.

L'esecuzione di operazioni adeguate per la clientela della Banca deve essere definita "a monte", in fase di strutturazione dell'offerta commerciale, con particolare attenzione nel caso di prodotti di propria emissione.

Pertanto, la Banca deve definire a priori i processi aziendali idonei a consentire, già in astratto, lo svolgimento di valutazioni circa le esigenze finanziarie che i prodotti che si decide di inserire nella propria offerta dovranno soddisfare, riducendo in tal modo i rischi reputazionali, legali e di vigilanza legati a comportamenti non conformi con la normativa di riferimento.

Nel presente documento è formalizzata la politica commerciale adottata da Cassa Rurale Renon Soc. Coop. (di seguito la "**Banca**") in relazione alla prestazione di servizi di investimento alla clientela.

1.2) Contesto normativo di riferimento

In ambito europeo

- Direttiva 2014/65/UE "Markets in Financial Instruments Directive" approvata dal Parlamento europeo il 15 aprile 2014 e dal Consiglio europeo il 13 maggio 2014 (di seguito "**MiFID II**") (Direttiva di 1° livello);
- 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;
- ESMA – *Guidelines on MiFID II product governance requirements*, pubblicate il 2 giugno 2017.

In ambito nazionale

- Articolo 21, co. 2 bis e 2 ter del D.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 ("TUF");
- Regolamento Intermediari (Delibera Consob n. 20307 del 15 febbraio 2018).

Documenti interni congiuntamente ai quali la presente Policy deve essere letta:

- Policy per la valutazione dell'adeguatezza e dell'appropriatezza;

- Policy di product governance
- Policy sulla classificazione della clientela;

2) Servizi e prodotti offerti

2.1) Criteri generali di selezione e canali di distribuzione

La Banca impiega processi e metodologie finalizzati alla selezione dei prodotti da offrire alla propria clientela differenziati sulla base del servizio di investimento prestato:

- **servizi di ricezione e trasmissione ordini, negoziazione, collocamento e servizio di consulenza “base” in materia di investimenti:** tali servizi sono prestati presso le dipendenze della Banca dal personale incaricato, tramite canale internet (trading on line), principalmente a clientela al dettaglio;

La Banca inoltre promuove e distribuisce le Gestioni Patrimoniali di Cassa Centrale Banca – Credito Cooperativo del Nord Est S.p.A. (di seguito “Cassa Centrale”). Trattasi del servizio di investimento di gestione di portafogli prestato da Cassa Centrale che, ai sensi di apposito accordo di commercializzazione stipulato con quest’ultima, la Banca distribuisce alla propria clientela. Le varie fasi e attività del processo di distribuzione sono gestite tramite il portale web dedicato sviluppato da Cassa Centrale.

La Banca non svolge offerta fuori sede né promozione o collocamento a distanza di strumenti finanziari, di servizi e attività di investimento e di prodotti finanziari propri o altrui.

2.2) Servizio di gestione di portafogli

Il servizio di gestione di portafogli è destinato principalmente a clienti al dettaglio.

Le esigenze finanziarie della clientela sono individuate in base all’analisi delle seguenti caratteristiche, secondo il processo descritto per l’identificazione del Target Market nella Policy di product governance:

- conoscenza ed esperienza;
- situazione finanziaria e capacità di sostenere le perdite;
- tolleranza al rischio e compatibilità con il profilo di rischio/rendimento;
- obiettivi ed esigenze (holding period).

Paragrafo a cura delle Banche che prestano il servizio di gestione di portafogli in proprio.

2.3) Servizi di ricezione e trasmissione ordini, negoziazione, collocamento e servizio di consulenza “base” in materia di investimenti di investimento Altri servizi di investimento

La Banca presta alla propria clientela i servizi di ricezione e trasmissione di ordini, negoziazione per conto proprio, esecuzioni di ordini per conto dei clienti e collocamento - anche in associazione al servizio di consulenza base per le tipologie di operazioni e strumenti contrattualmente previsti - incentrati sull’offerta di una vasta e articolata gamma di prodotti e strumenti finanziari quali:

- strumenti del mercato monetario
- strumenti di tipo obbligazionario – complessi e non complessi - propri e/o di terzi
- quote di OICR e Sicav emesse da diverse SGR
- azioni ed ETF
- prodotti finanziari e assicurativi
- derivati quotati e derivati OTC

Destinatari dei servizi sono principalmente clienti al dettaglio.

L’offerta avviene - in conformità con il processo descritto nella Policy di product governance e nella Policy per la valutazione dell’adeguatezza e dell’appropriatezza - valutando i seguenti parametri:

- complessità;
- rischio emittente;
- rischio mercato;
- rischio liquidità;
- durata temporale dell’investimento.

Sulla base di tali parametri, nonché delle informazioni trasmesse, per i prodotti emessi da terzi dai produttori, circa il Target Market potenziale, la Banca individua il Target Market effettivo di ciascuno strumento finanziario da distribuire attraverso i predetti servizi.

2.3.1) Strumenti del mercato monetario

La Banca consente ai propri clienti di negoziare, in base alle linee guida definite nella propria strategia di esecuzione e trasmissione ordini, e ove possibile anche tramite trading on line, le seguenti tipologie di prodotti:

- Prestiti obbligazionari di propria emissione (in tale caso la negoziazione avviene in regime di consulenza obbligatoria);
- Bot;
- Prestiti obbligazionari di emittenti italiani ed esteri sia bancari che corporate.

2.3.2) Strumenti di tipo obbligazionario

La Banca consente ai propri clienti di negoziare, in base alle linee guida definite nella propria strategia di esecuzione e trasmissione ordini, e ove possibile anche tramite trading on line, le seguenti tipologie di prodotti:

- Prestiti Obbligazionari di propria emissione (in tale caso la negoziazione avviene unicamente tramite l'attività di sportello e in regime di consulenza obbligatoria);
- Titoli di Stato;
- Titoli Governativi emessi in euro o in valute dell'area Ocse;
- Prestiti obbligazionari di emittenti italiani ed esteri sia bancari che corporate.

2.3.3) Fondi comuni di investimento e SICAV

La Banca consente ai propri clienti di operare su quote di fondi comuni e SICAV emessi da varie SGR, anche esterne al mondo cooperativo, in un'ottica di 'open architecture'. In particolare sono offerti i prodotti delle seguenti SGR: NEAM; Schroders; Union; BNP Paribas Investment Partners; Etica SGR; Amundi; BlackRock; JPMorgan; Franklin Templeton; Fidelity; Pictet; Raiffeisen; Invesco.

Il collocamento di quote di fondi e SICAV avviene unicamente tramite l'attività di sportello e in regime di consulenza obbligatoria

2.3.4) Azioni ed ETF

La Banca consente ai propri clienti di negoziare, anche tramite trading on line, azioni ed ETF quotati nei principali mercati regolamentati europei ed extra-europei sulla base delle linee guida definite nella propria 'Strategia di esecuzione e trasmissioni ordini'.

2.3.5) Prodotti finanziari assicurativi

La Banca consente ai propri clienti di operare su prodotti di tipo Unit linked emessi dai seguenti soggetti: Assimoco Vita SPA, ITAS Vita SPA.

2.3.6) Derivati

La Banca offre ai propri clienti la possibilità di operare sulle seguenti tipologie di derivati:

- derivati quotati nei mercati regolamentati: rientrano in tale categoria i future, le opzioni, i covered warrant e certificate;
- derivati OTC di copertura: vengono offerti, unicamente abbinati al servizio di consulenza in materia di investimento.

3) Processo di definizione di prodotti e servizi

L'input di definizione e sviluppo di un prodotto o servizio ovvero di variazione di caratteristiche essenziali (es. canale di distribuzione, target di clientela, ecc.) di quelli già compresi nella Politica commerciale può originare in sede di programmazione generale, nell'ambito del piano commerciale o di specifiche delibere adottate dal Consiglio di Amministrazione, ovvero da una proposta proveniente dall'Area Finanza.

Tale proposta viene presentata alla Direzione per le opportune valutazioni.

Sulla base delle indicazioni dalla Direzione, viene costituito uno specifico gruppo di lavoro con i seguenti compiti:

- identificare e proporre al Consiglio di Amministrazione le caratteristiche tecniche ed economiche del nuovo prodotto/servizio;
- valutare la conformità alla regolamentazione applicabile;
- analizzare i rischi dei nuovi prodotti e servizi e di quelli derivanti dall'ingresso in nuovi segmenti operativi e di mercato;
- individuare il Target Market e i canali distributivi più idonei e il target di clientela;
- svolgere le attività necessarie per adempiere agli obblighi di trasparenza connessi al prodotto e al canale distributivo prescelto.

Il gruppo di lavoro è costituito da:

- **Il gruppo di mercato** individua e definisce le caratteristiche tecniche/economiche del nuovo prodotto o servizio, la fascia o tipologia di clientela target, la documentazione necessaria per la commercializzazione, gli impatti organizzativi;

Sulla base della documentazione e della relazione di analisi prodotta dal gruppo di lavoro:

- a) la Funzione di conformità effettua una valutazione con riferimento a:
- la conformità della loro struttura alla normativa interna ed esterna di riferimento;
 - il rispetto degli obblighi imposti dalla normativa in materia di servizi di investimento, con particolare riferimento alle regole in tema di product governance, gestione dei conflitti di interesse, inducements e modalità di distribuzione alla clientela;
 - la comprensibilità, da parte della clientela, della loro struttura, delle loro caratteristiche e dei rischi ad essi tipicamente connessi;
 - i rischi di conformità legati ai nuovi canali distributivi prescelti nonché alla struttura e alle regole di funzionamento dei mercati nei quali gli stessi sono offerti;
- b) la Funzione di controllo dei rischi effettua una valutazione sui rischi del prodotto o servizio e di quelli derivanti dall'ingresso in nuovi segmenti operativi e di mercato.

La Direzione Generale presenta al Consiglio di Amministrazione le risultanze del gruppo di lavoro e le valutazioni delle Funzioni di conformità e di controllo dei rischi.

Il Consiglio di Amministrazione, se favorevole, assume la delibera di approvazione del prodotto o servizio e delle relative condizioni economiche, autorizzando l'inserimento dello stesso all'interno del catalogo prodotti della Banca.

4) Meccanismi di incentivo alla struttura aziendale

L'obbligo di agire in modo trasparente, corretto e diligente per servire al meglio gli interessi del cliente impone alle banche di porre particolare attenzione alla modalità di remunerazione di dipendenti, collaboratori in relazione alle differenti tipologie di prodotti offerti e agli obiettivi di budget assegnati.

In base a tale regolamentazione interna, il modello retributivo della Banca non prevede un sistema di incentivazione nei confronti del personale addetto alla relazione con i clienti. Il riconoscimento di eventuali componenti variabili al personale è collegato ad una valutazione complessiva delle prestazioni e riflette i risultati conseguiti sia a livello individuale che aziendale, senza collegamento al raggiungimento di obiettivi quantitativi di vendita su specifici prodotti o servizi. La Funzione di controllo di conformità della Banca partecipa, oltre che al processo di elaborazione delle Politiche in materia di remunerazione e incentivazione del personale, alla mappatura e valutazione dei conflitti di interesse e degli inducements.

5) Conflitti di interesse

La Banca adotta una Policy di identificazione, prevenzione e gestione dei conflitti di interesse ai sensi della normativa vigente applicabile anche alle specifiche tematiche attinenti le politiche commerciali con riferimento, in modo particolare, a nuovi accordi distributivi o a nuovi prodotti che la Banca potrebbe inserire nella propria offerta per i quali potrebbe essere richiesto l'aggiornamento dei conflitti in essere mappati.

6) Revisione della politica commerciale

La politica commerciale della Banca è oggetto di revisione in caso di variazione o integrazione della gamma di prodotti e servizi offerti.