

# GRUPPO MEDIOLANUM BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2017



“La nostra banca è diversa dalle altre, perché mette al centro il rapporto umano: da sempre, siamo una banca di persone, per le persone.”

Ennio Doris



# Indice

## 4 INTRODUZIONE

5 Lettera del CEO agli stakeholder

7 Nota Metodologica

9 Contatti

## 10 1. PROFILO

11 1.1 Highlights 2017

16 1.2 Struttura del Gruppo

17 1.3 Storia del Gruppo, le principali tappe

## 20 2. IDENTITÀ AZIENDALE E BUSINESS RESPONSABILE

21 2.1 Vision, Mission, i nostri Valori

23 2.2 Modello di Business del Gruppo Mediolanum

25 2.3 Coinvolgimento degli stakeholder

40 2.4 Governance, gestione dei rischi, Compliance e catena di fornitura

## 60 3. LA SOSTENIBILITÀ IN BANCA MEDIOLANUM

67 3.1 Solidità e stabilità finanziaria

73 3.2 Personalizzazione, sicurezza e innovazione delle soluzioni finanziarie

91 3.3 Multicanalità, digitalizzazione e rete di Family Banker®

101 3.4 I Dipendenti del Gruppo Mediolanum

114 3.5 Responsabilità verso la Collettività e l'Ambiente

130 Allegati

204 Tabella degli indicatori GRI

# Introduzione



## Lettera del CEO agli stakeholder

Il Bilancio di Sostenibilità 2017 rappresenta un altro passo avanti nel percorso, intrapreso nel 2015, di rendicontazione dei risultati delle politiche di Corporate Social Responsibility. Viene messo in luce quanto da sempre tutte le società del Gruppo siano impegnate nel coniugare lo sviluppo del business con obiettivi di sostenibilità economica, sociale e ambientale.

Il 2017 vede ancora una volta Banca Mediolanum tra le banche più solide d'Europa, il valore del Common Equity Tier I Ratio (CET I Ratio) è pari al 21,9% e continua ad essere ben al di sopra delle soglie minime fissate dalla Banca Centrale Europea, nonché da Banca d'Italia. Un posizionamento in linea con la scelta dell'azienda di operare responsabilmente per propri stakeholder e per la stabilità economica del Paese.

Il 2017 è stato a tutti gli effetti un anno storico per l'industria del risparmio gestito grazie all'introduzione nella Legge di Bilancio dei Piani Individuali di Risparmio (PIR) a concreto sostegno delle aziende italiane.

Banca Mediolanum si è distinta da subito nell'abbracciare questa nuova opportunità con l'obiettivo di contribuire alla ripresa dell'economia italiana, essendo tra le prime a lanciare prodotti dedicati e raggiungendo in poco meno di un anno oltre 2,4 miliardi di raccolta lorda in questi strumenti di risparmio. Banca Mediolanum riconosce una particolare importanza al suo capitale umano, di cui valorizza la professionalità, la competenza e la propensione al cambiamento, investendo in formazione con Mediolanum Corporate University. Nel 2017 sono state erogate a beneficio di dipendenti e della Rete di Vendita complessivamente oltre 740 mila ore di formazione.

L'innovazione è un driver fondamentale nell'implementazione e sviluppo della relazione con il cliente. Attraverso i diversi canali tecnologici il cliente riesce ad essere sempre in contatto con l'azienda. Tra le diverse attestazioni di merito ricevute quest'anno da Banca Mediolanum spicca il premio "Eccellenze d'Impresa 2017" nella categoria "Innovazione e Tecnologia" promosso dalla società di consulenza di direzione GEA e dalla rivista di management Harvard Business Review Italia.

Banca Mediolanum, in linea con i valori di relazione e impegno, supporta lo sviluppo della collettività attraverso diverse attività. Rimane costante la volontà di essere vicina ai propri clienti e collaboratori con azioni concrete non solo nel campo della consulenza finanziaria, ma anche con gesti di solidarietà come le erogazioni liberali per le popolazioni colpite da calamità naturali che dal 2008 ad oggi ammontano a 233 milioni di euro.

Molteplici sono le attività che quest'anno hanno visto coinvolti i clienti e i dipendenti del Gruppo bancario Mediolanum a sostegno di progetti di impegno sociale. Continua l'attività di microcredito in collaborazione con associazioni diocesane: dalle stipule degli accordi sono stati erogati 70 prestiti, per un importo complessivo di oltre 530 mila euro. Prosegue la collaborazione con Fondazioni e Associazioni tra cui Fondazione Mediolanum Onlus, che sostiene progetti a favore dell'infanzia disagiata. Fondazione Mediolanum Onlus, nel 2017, ha erogato oltre 1 milione e 600 mila euro a favore di 77 progetti in Italia e nel mondo.

Anche nel 2017 ha avuto un importante riscontro "Centodieci", il progetto di Mediolanum Corporate University pensato non solo per condividere i valori, ma anche per offrire a manager, imprenditori e studenti la giusta ispirazione, le risorse e gli strumenti utili per innovare nella propria attività. Nell'anno sono stati 222 gli eventi "Centodieci" che hanno coinvolto più di 30.000 partecipanti tra clienti e prospect. L'attenzione alla sostenibilità ambientale si concretizza in una serie di iniziative e di comportamenti eco-compatibili, come la raccolta differenziata e le impostazioni delle fotocopiatrici per la riduzione dei consumi, che nel tempo hanno portato ad un tangibile contenimento delle spese e degli impatti ambientali diretti. Nella sede di Milano Tre, l'impianto di trigenerazione copre circa il 36% del fabbisogno di energia elettrica e, al fine di ridurre ulteriormente le emissioni, la scelta di veicoli ad alimentazione alternativa, auto ibride, elettriche o a basso impatto ambientale costituisce un titolo preferenziale nel processo di rinnovo del parco auto aziendale. La sostenibilità porta ad un'attenta gestione della catena di fornitura e selezione di fornitori che rispondano a specifici standard qualitativi. Nell'ottica di adottare un Procurement sempre più sostenibile Banca Mediolanum predilige l'acquisto di prodotti che siano riciclabili e permettano un risparmio di costi in fase di smaltimento e una riduzione del materiale inquinante. Con questo Bilancio di Sostenibilità, Banca Mediolanum vuole continuare a raccontare il suo impegno costante e concreto nella sostenibilità per promuovere un progresso non solo economico, ma anche sociale e ambientale. È il risultato di una strategia fondata su valori distintivi che hanno come fine ultimo la realizzazione della centralità della persona. Grazie alle persone e alla costruzione di relazioni solide Banca Mediolanum potrà continuare a crescere oggi e in futuro.

**Massimo Doris**

Amministratore Delegato  
di Banca Mediolanum S.p.A.



## Nota Metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità 2017 è stato redatto seguendo le “G4 Sustainability Reporting Guidelines”, secondo l’opzione “Core” e la Sector Disclosure “Financial Services”, entrambe pubblicate nel 2013 dal “Global Reporting Initiative” (GRI). L’adozione delle linee guida GRI testimonia l’impegno del Gruppo nel rendere il processo di rendicontazione completo ed efficace, aumentando l’ampiezza e la profondità dei temi trattati. Tale documento segue l’attività di rendicontazione “Dichiarazione Non Finanziaria”, in linea con quanto disposto dal d.lgs. 254/16, approvata, con il bilancio consolidato del Gruppo Mediolanum in data 27 febbraio 2018.

Le linee guida per il reporting di sostenibilità GRI G4 prevedono che il Bilancio di Sostenibilità contenga informazioni relative agli aspetti che sono ritenuti materiali, ovvero che riflettono gli impatti significativi per l’organizzazione da un punto di vista economico, ambientale e sociale e che possono influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

Il perimetro dei dati e delle informazioni sociali e ambientali risulta essere composto dalle Società consolidate integralmente al 31 dicembre 2017.

Tuttavia si segnala che:

- > La società “EuroCQS” è esclusa dal perimetro considerato in quanto acquisita in data 30 novembre 2017.
- > Con riferimento alle informazioni e ai dati relativi alla catena di fornitura, il perimetro considerato include solo Banca Mediolanum S.p.A, in quanto gli acquisti degli altri uffici commerciali sono stati ritenuti non rilevanti.
- > La società Gamax Management è esclusa dal perimetro considerato, tranne che per i dati riguardanti l’organico dipendenti complessivo, in quanto gli altri impatti (ambientali e sociali) sono da considerarsi poco significativi rispetto al Gruppo.

Eventuali ulteriori eccezioni a questo perimetro sono opportunamente indicate all’interno del presente documento.

Il Bilancio di Sostenibilità, redatto con frequenza annuale, rappresenta un valido strumento per comunicare le performance conseguite dal Gruppo in ambito economico, sociale e ambientale e per ripercorrere la storia e l’impegno del Gruppo nel condurre il proprio business con il fine di creare valore non solo per l’azienda ma anche per i propri stakeholder.

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni ai fini della redazione del presente Bilancio di Sostenibilità è stato gestito in collaborazione con le diverse funzioni aziendali, con l’obiettivo di consentire una chiara e precisa

indicazione delle informazioni considerate significative per gli stakeholder secondo i principi di balance, comparability, accuracy, timeliness, clarity e reliability, espressi dalle linee guida GRI. Parte integrante del presente Bilancio sono gli “Allegati”, che contengono informazioni di dettaglio - prevalentemente quantitative, al fine di fornire completa disclosure degli aspetti GRI materiali e degli indicatori ad essi associati.

Le informazioni e i dati riportati fanno riferimento all'anno 2017 (dal 1° gennaio 2017 al 31 dicembre 2017) e, in particolare, alle attività sviluppate dall'intero Gruppo Mediolanum nel corso dell'anno, salvo dove diversamente indicato. Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e valutare l'andamento delle attività del Gruppo, è stato proposto il confronto con l'anno precedente, laddove possibile. Vengono segnalate alcune variazioni tra i dati pubblicati nel Bilancio di Sostenibilità 2016 e i dati, riferiti al medesimo anno, riportati nel presente Bilancio, avvenute in conseguenza di un ricalcolo atto a migliorare la qualità del dato.

Inoltre ai fini di una corretta rappresentazione delle *performance* e di garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e opportunamente segnalate.

In appendice al documento è presente la tabella degli indicatori GRI rendicontati che funge da bussola per i lettori. I contenuti oggetto di rendicontazione sono stati inseriti a partire dai risultati della prima analisi di materialità realizzata nel 2016, che ha permesso di individuare gli aspetti materiali per il Gruppo e per i suoi *stakeholder* e che è contenuta all'interno di questo documento.

Per ogni informazione relativa al Bilancio di Sostenibilità è possibile contattare la struttura aziendale di Corporate Social Responsibility. Il Bilancio di Sostenibilità 2017 è disponibile anche sul sito web [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it).

Il presente Bilancio è stato sottoposto a giudizio di conformità da parte della Società di Revisione Deloitte & Touche S.p.A.. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella “Relazione della Società di Revisione”, riportata in calce al presente documento. Il Bilancio è stato presentato all'esame e alla valutazione del Comitato Rischi il 19 marzo 2018 e successivamente approvato dal Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum S.p.A. in data 22 marzo 2018.

## Contatti

La redazione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Mediolanum è curata dalla struttura aziendale di Corporate Social Responsibility, in accordo con tutte le unità aziendali coinvolte nell'iniziativa.

Al fine di favorire il dialogo sulle relative tematiche, tale funzione del Gruppo è a disposizione per qualsiasi richiesta o commento all'indirizzo e-mail: [csr@mediolanum.it](mailto:csr@mediolanum.it)

# 1. Profilo



# 1.1 Highlights 2017

Raccolta netta

**5.380** mln di euro

▶ -11%\*\*

Utile netto

**380** mln di euro

▶ -3%\*

Patrimonio amministrato

**75.717** mln di euro

▶ +10%\*\*

CET 1

**21,9** % ratio

Totale impieghi alla clientela

**8.521** mln di euro

Indicatore relativo al rapporto tra i crediti deteriorati e il totale impieghi

**1,60** %

Numero di Clienti

**1.338.918**

Numero di collaboratori

**7.905**

Numero di ore di formazione complessivo

Oltre **740** mila

Consumi energetici sede di Basiglio Milano Tre

**36** %

del fabbisogno di energia elettrica coperto da impianto di trigenerazione

Erogazioni liberali di Banca Mediolanum

Dal 2008 oltre **233** mln di euro

Erogazioni liberali della Fondazione Mediolanum Onlus

Nel 2017 oltre **247** mila euro

Oltre **11,6** mln di euro

Nel 2017 oltre **1,6** mln di euro

▶ +10%\*

A favore di 77 progetti a sostegno dell'infanzia in condizioni di disagio

\* Rispetto al 2016

\*\* Rispetto al 2016 escludendo la contribuzione di Banca Esperia

## Awards 2017

### Banca Mediolanum:



**PREMIO:** "ASSITECA" dedicato all'Innovazione Digitale

**Azienda:** Banca Mediolanum

**Oggetto:** Il premio è dedicato ai migliori progetti e modelli di governance e gestione del rischio che sono stati adottati nelle imprese italiane.

Banca Mediolanum si è classificata al primo posto nella CATEGORIA: Grandi Imprese - AMBITO: eCommerce, Mobile Commerce, Mobile Payment con "MEDIOLANUM WALLET".



**PREMIO:** "LEAD 2017"

**Azienda:** MCU

**Oggetto:** Il prestigioso premio internazionale volto a riconoscere l'eccellenza nella formazione e nello sviluppo della leadership. Mediolanum Corporate University, per la sua visione innovativa e l'alto livello dei suoi programmi formativi, si è posizionata al quinto posto tra le TOP15 Best Corporate University del mondo: unica azienda italiana, unica banca.



**PREMIO:** "ABI INNOVAZIONE"

**Azienda:** Banca Mediolanum

**Oggetto:** Categoria "Innovazione sui canali: Acquisition, Cross Up Selling e multicanalità" con il progetto: "5D Mediolanum Strategy". Il premio è volto a valorizzare le iniziative più tecnologiche e all'avanguardia, che le banche italiane applicano a canali, servizi e prodotti, per soddisfare le crescenti esigenze di imprese, famiglie e nuove generazioni. La giuria ha decretato vincitore il Progetto per aver pensato uno strumento efficace ed immediato che consente di creare una documentazione personalizzabile che sia per il Cliente un segno tangibile di scelte condivise e di una consulenza evoluta.



**PREMIO:** "World Finance Investment Management Awards"

**Azienda:** Mediolanum Gestione Fondi

**Oggetto:** "Migliore Società di gestione degli investimenti, Italia - 2017" I premi sono assegnati su base nazionale e si articolano in due categorie: Azioni e Proventi Fisso, riconoscendo la migliore Società di Gestione degli Investimenti basata su una serie di criteri, tra cui performance, servizio, leadership, coerenza, obiettivi.



### PREMIO: "AIM Investor Day"

**Azienda:** Mediolanum Gestione Fondi

**Oggetto:** Categoria "AIM Fondo PIR" - Con oltre 27 milioni di euro di investimento e 26 partecipate è il Primo Investitore su AIM Italia (mercato di Borsa Italiana per le PMI) per Passione Innovazione Responsabilità. Passione: capacità di osservare, individuare criticità e fornire risposte adeguate alle PMI. Innovazione: nel 2013, lancia "Mediolanum Flessibile Sviluppo Italia" per supportare la crescita delle PMI sia lato equity che lato bond. Responsabilità: verso il Paese, in quanto la crescita economica dell'Italia dovrà necessariamente passare attraverso lo sviluppo di un mercato in grado di supportare le sue innumerevoli e sorprendenti PMI.



### PREMIO: "The Procurement Awards 2017"

**Azienda:** Banca Mediolanum

**Oggetto:** Secondo posto per gli "Acquisti etici sostenibili" e "Acquisti in team interfunzionale". I criteri di valutazione dei progetti sono focalizzati sulla capacità degli Acquisti di migliorare e contribuire ai risultati aziendali, attraverso la gestione di progetti di ottimizzazione, la negoziazione, la gestione dei fornitori, la riduzione dei costi, i perfezionamenti dei processi e il lavoro di team interfunzionale.



### PREMIO: "MF INSURANCE E PREVIDENZA Award 2017" (ed. 2016)

**Azienda:** MedAss

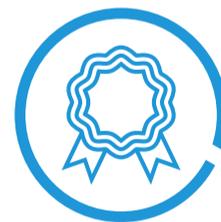
**Oggetto:** Insurance & Previdenza Elite nella categoria "per la centralità del cliente" per la capacità di proporre soluzioni flessibili e modulari che si adattano alle esigenze specifiche del Cliente al fine di offrire coperture complete in linea con i punti di forza della Compagnia come nel caso di Mediolanum Capitale Casa.



### PREMIO: "BLUERATING AWARD"

**Azienda:** Ennio Doris

**Oggetto:** Premio speciale alla carriera con la seguente motivazione: "Il premio alla carriera per Ennio Doris è il meritatissimo riconoscimento a un uomo che in quasi 50 anni di attività è stato capace di interpretare la professione di consulente finanziario prima, di manager poi e quindi di capo azienda con risultati straordinari e grande carisma personale".

**PREMIO: "FintechAge Awards"****Azienda:** Banca Mediolanum**Oggetto:** Miglior Servizio Digitale per il Mediolanum Wallet "Per aver facilitato ai suoi clienti una serie di operazioni come fare acquisti, trasferire denaro in tempo reale, pagare i bollettini".**PREMIO: "Best Event Awards"****Azienda:** Banca Mediolanum**Oggetto:** "La Voce del Silenzio", la Charity Dinner del 2016 - secondo posto per la categoria Evento non Profit/Sociale/CSR. "Mediolanum Winners 2017", il viaggio incentive 2017 - secondo posto per la categoria Evento Incentive.**PREMIO: "ECCELLENZA D'IMPRESA"****Azienda:** Banca Mediolanum**Oggetto:** Primo premio "Eccellenze d'Impresa 2017" nella categoria "Innovazione e Tecnologia". Nella nota di motivazione si legge che "Banca Mediolanum, fondata nel 1982 come Programma Italia, si è sempre contraddistinta per un modello di business particolarmente dinamico votato all'innovazione dei prodotti e dei servizi allo scopo di facilitare il rapporto col cliente e di ottimizzare le prestazioni. Una capacità innovativa che non a caso le è stata riconosciuta dalla stessa Associazione bancaria italiana che le ha attribuito il Premio Abi Innovazione."**PREMIO: "Private Banking Awards"****Azienda:** Banca Mediolanum**Oggetto:** Banca Mediolanum si è qualificata al primo posto nella categoria Investimenti Alternativi, in particolare per l'attività svolta sui PIR, con la seguente motivazione: Banca Mediolanum: Per la capacità nell'individuare nuove soluzioni d'investimento - dai fondi di private equity ai minibond, dagli investimenti negli incubatori tecnologici ai titoli illiquidi - capaci di generare rendimento in una fase difficile per le asset class tradizionali.**PREMIO: "MF Innovazione Award 2017"****Azienda:** Banca Mediolanum**Oggetto:** Categoria Conti per Privati, area Conti correnti modulari per il prodotto Conto Mediolanum.

**PREMIO: "PREMIO AIF ADRIANO OLIVETTI"****Azienda:** Banca Mediolanum**Oggetto:** PRIMO POSTO alla terza edizione del premio AIF - ADRIANO OLIVETTI per la categoria Amministrazione & Finanza per il progetto "Banking & Innovation Management Executive Master".**Banco Mediolanum (Spagna)****PREMIO: "Sello Funds People"****Azienda:** Banco Mediolanum**Oggetto:** Banco Mediolanum in Spagna ha ricevuto dalla prestigiosa rivista specializzata Funds People il riconoscimento per i risultati raggiunti da 5 dei suoi fondi: Mediolanum Activo FI, Mediolanum BB Coupon Strategy Collection, Mediolanum BB Morgan Stanley Global Selection, Mediolanum Challenge Energy Equity Fund, Mediolanum Renta FI.**Bankhaus August Lenz:****PREMIO: "Silver Stevie Award"****Oggetto:** Categoria 'Best new product or service in the finance sector' per la strategia di investimento (Intelligent Investment Strategy).**PREMIO: "Deutschlands Kundenchampion 2017"****Oggetto:** Per la particolare relazione con i clienti, Bankhaus August Lenz ha ricevuto il premio 'Deutschlands Kundenchampion 2017' e ha ottenuto il terzo posto per la categoria 'B2C Companies - 50 to 499 Employees'.

# 1.2 Struttura del Gruppo



## 1.3 Storia del Gruppo, le principali tappe

### 1982

Ennio Doris fonda Programma Italia S.p.A. in partnership con il Gruppo Fininvest. Si tratta della prima rete in Italia ad offrire consulenza globale nel settore del risparmio.

### 1996

Nasce Mediolanum S.p.A., holding di tutte le attività di settore, che viene quotata in borsa a Milano il 3 giugno 1996.

### 1997

Nasce Banca Mediolanum, innovativa Banca multicanale, che sfrutta tutte le possibilità della tecnologia e della multimedialità. Costituzione di Mediolanum International Funds, fabbrica di prodotti con sede a Dublino.

### 2000

Mediolanum offre i primi servizi di trading online. Banca Mediolanum approda in Spagna e acquisisce il Gruppo Bancario

Fibanc. Mediolanum entra nel capitale di Mediobanca e con essa, successivamente, costituisce Banca Esperia, una joint-venture punto di riferimento nell'offerta di servizi di private banking.

### 2001

Procede l'espansione europea del Gruppo con l'acquisizione di Bankhaus August Lenz & Co. in Germania e di Gamax Holding AG in Lussemburgo.

### 2004

Mediolanum Channel, il canale satellitare del Gruppo, inizia le sue trasmissioni. Nasce il Club PrimaFila dedicato ai Clienti ad elevata patrimonialità.

### 2006

Come evoluzione del Consulente Globale, nasce la figura del Family Banker®. In aggiunta alla qualifica di Promotore Finanziario, regolamentata dalla Legge, la figura del Family Banker® diviene il segno distintivo della rete di vendita della Banca e punto di riferimento dei propri Clienti.

## 2009

Mediolanum Corporate University diventa una realtà operativa del Gruppo Mediolanum, un centro di formazione di primaria rilevanza, combinazione di tecnologia ed elevata capacità formativa.

## 2013

Viene acquisita Mediolanum Assicurazioni S.p.A. - attiva nel settore danni - che fa il suo ingresso nel Gruppo Mediolanum. Banca Mediolanum è la prima ad offrire un servizio di trasferimento di denaro tramite smartphone (Premio "ABI" per l'innovazione nei servizi bancari).

## 2014

Mediolanum S.p.A. diventa capogruppo del Gruppo Bancario. Prosegue l'attività di vicinanza ai Clienti colpiti da calamità naturali sul territorio e tale impegno viene riconosciuto dal premio "ABI" per l'Innovazione nei servizi bancari, circa 160 milioni di euro sono infatti stati erogati sotto forma di liberalità.

## 2015

A partire dal 30 dicembre 2015 Banca Mediolanum diventa capogruppo del Gruppo Bancario nonché del Conglomerato Finanziario Mediolanum.

Il cerchio, che rappresenta da sempre la centralità del Cliente ed i valori di solidità, serietà, sicurezza diventa protagonista del nuovo logo di Banca Mediolanum. Con l'obiettivo di ampliare l'offerta di prodotti di risparmio gestito, nell'ottica di approccio economicamente sostenibile, viene lanciato il nuovo Mediolanum Best Brands Socially Responsible Collection.

## 2016

L'anno 2016 si contraddistingue per la crescente importanza legata alla solidità e stabilità finanziaria. Banca Mediolanum è stata oggetto dell'attività di Comprehensive Assessment da parte della Banca Centrale Europea, composto da due parti: l'Asset Quality Review e lo Stress Test. I risultati della valutazione hanno confermato l'**assoluta solidità di Banca Mediolanum**, i cui requisiti patrimoniali riferiti al Gruppo risultano ben al di sopra delle soglie minime fissate dalla Banca Centrale Europea nonché da Banca d'Italia. Il **Common Equity Tier 1 Ratio** al 31 dicembre 2016 è pari a **20,0%**.

Inoltre, a seguito delle calamità naturali e in particolare il terremoto che ha sconvolto il Centro Italia, Banca Mediolanum ha dimostrato ancora una volta la vicinanza ai propri Clienti e Collaboratori erogando l'importante somma di **5.630.700 euro** a fondo perduto.

# 2017

Prosegue l'attenzione alla solidità e stabilità finanziaria, il Common Equity Tier I, al 31 dicembre 2017, raggiunge 21,9%. I fondi PIR lanciati dal gruppo danno un supporto tangibile alle PMI italiane, Banca Mediolanum risulta infatti essere primo investitore assoluto su Aim Italia, e primo investitore domestico (quinto in assoluto) sul segmento Star, che ospita quelle che sono le eccellenze del tessuto industriale italiano. Nel mese di aprile, si conclude definitivamente la cessione di Banca Esperia. Nel mese di novembre viene acquisita EuroCQS S.p.A. - società operante nel settore della cessione del quinto dello stipendio - facendo il suo ingresso nel Gruppo Bancario Mediolanum.

## 2. Identità aziendale e business responsabile



## 2.1 Vision, Mission, i nostri Valori

### Vision

Il Gruppo Mediolanum porta al mercato un cambiamento nella tradizione bancaria che va oltre le tecnologie. Offriamo ai clienti un nuovo concetto di relazione con la Banca improntato alla libertà e al rapporto umano - Freedom in Banking.

### Mission

Offrire “Freedom in Banking” significa garantire alle famiglie, attraverso soluzioni tecnologiche semplici e innovative, risposte sempre personalizzate e soluzioni finanziarie complete e rasserenanti, fondate sulla trasparenza. I concetti di identità espressi da Vision e Mission prendono forma in Valori concreti, applicati ogni giorno, in ogni attività - all'interno e verso l'esterno - da ogni società e ogni collaboratore del Gruppo.

## I nostri Valori

### LIBERTÀ

LA "LIBERTÀ" È IL VALORE CARDINE SU CUI SI FONDA BANCA MEDIOLANUM CHE CONSISTE NEL CONSENTIRE AI CLIENTI L'ACCESSO ALLA BANCA IN QUALSIASI MOMENTO.

In particolare la libertà di avere un Family Banker® a disposizione, per gestire al meglio i propri risparmi e i propri interessi.

### RELAZIONE

LA "RELAZIONE" CHE PONE I CLIENTI AL CENTRO DEL MODELLO E DELL'ATTENZIONE DI BANCA MEDIOLANUM.

Ogni cosa è pensata per la valorizzazione delle risorse del cliente e per la sua soddisfazione. Il Family Banker® è responsabile della relazione con il cliente e rappresenta la Banca per il cliente stesso.

### IMPEGNO

L'"IMPEGNO" PER ESSERE LEADER E PUNTI DI RIFERIMENTO.

Banca Mediolanum si adopera per produrre servizi di eccellenza nei prodotti, nelle soluzioni nella formazione e nei rapporti. Si concentra sull'eticità, la responsabilità, lo spirito imprenditoriale e la conoscenza per accrescere il valore aziendale e delle persone, e diffondere così un nuovo approccio alle opportunità. Banca Mediolanum investe nella solidarietà, nelle emergenze e in progetti di sviluppo, con interventi tangibili e di ampio respiro.

### INNOVAZIONE

L'"INNOVAZIONE" INTESA COME CAMBIAMENTO DI IDEE E TECNOLOGIE PER ANTICIPARE NEL MERCATO ESIGENZE LATENTI.

La Banca controlla e sviluppa nuovi strumenti, processi e comportamenti per la piena soddisfazione dei clienti attraverso l'impiego efficiente di risorse, umane, strumentali e finanziarie.

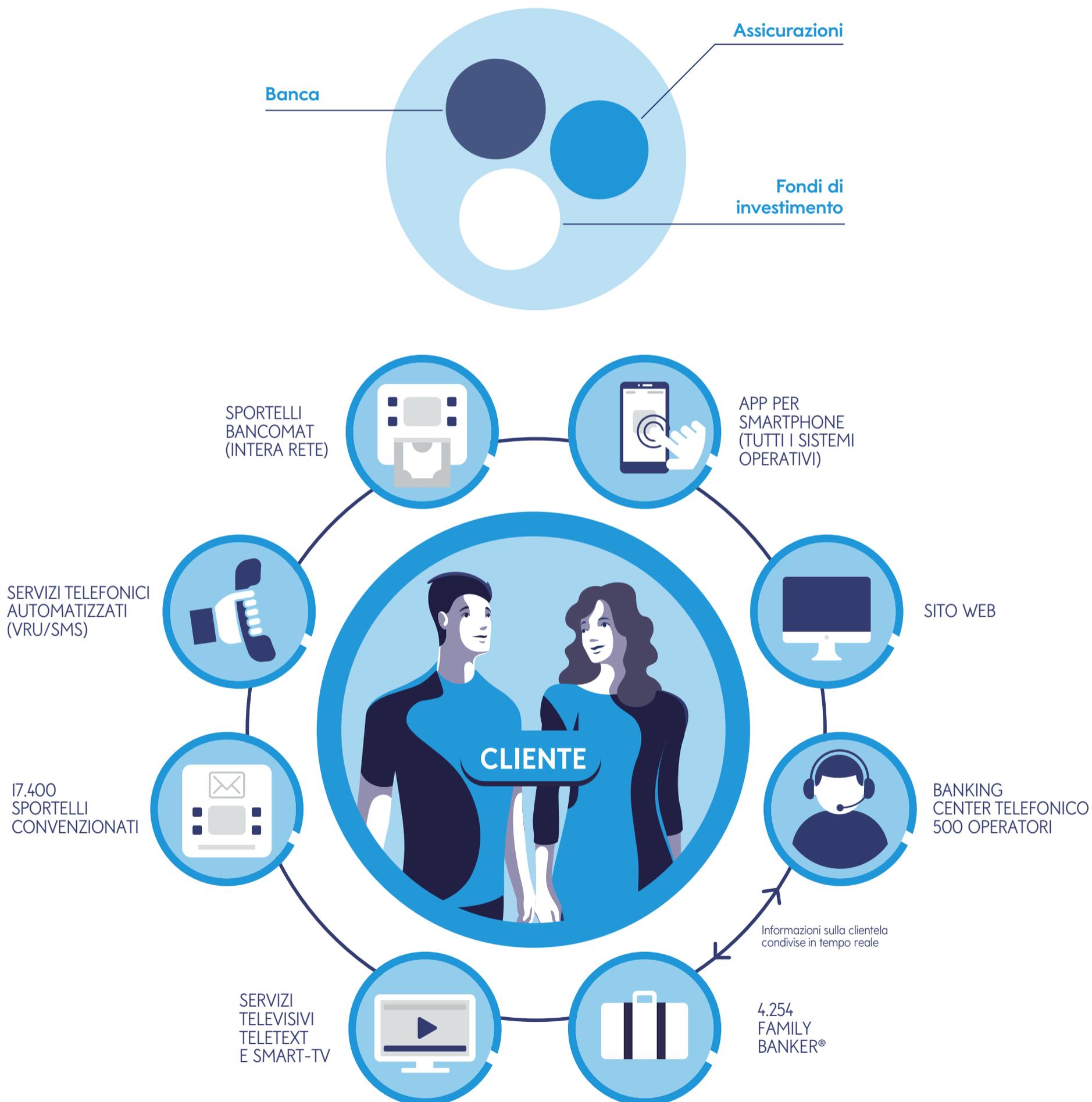
## 2.2 Modello di Business del Gruppo Mediolanum

Il modello di business di Banca Mediolanum è costruito per soddisfare le esigenze estrinseche e intrinseche di ciascun Cliente. Il cliente, grazie ai numerosi canali di comunicazione, può scegliere come “usare” la “sua” banca, decidendo i tempi e le modalità di relazione che di volta in volta preferisce. Banca Mediolanum offre in modo semplice e facilmente accessibile prodotti e servizi che rispondono alle esigenze delle persone e delle famiglie, le quali sono il target di riferimento principale.

Attraverso i Family Banker<sup>®</sup>, iscritti all’Albo unico dei consulenti finanziari, Banca Mediolanum offre ai suoi Clienti assistenza nella gestione del risparmio e consulenza in materia di investimenti, in abbinamento ai prodotti e ai servizi offerti dalla banca stessa. Banca Mediolanum non vende semplicemente prodotti, ma offre soluzioni. Questo principio permette di operare nelle diverse aree di business dei servizi finanziari, con la competenza e la flessibilità necessarie per meglio rispondere ai costanti mutamenti economici, fiscali, finanziari e normativi. La strategia d’investimento è frutto di un attento studio dei mercati mondiali e di elevate competenze che Mediolanum ha sviluppato nella gestione del risparmio, con il risultato di contenere i rischi di concentrazione degli investimenti.

# LA BANCA COSTRUITA INTORNO AL CLIENTE

## Modello integrato di business - Banca Mediolanum



## 2.3 Coinvolgimento degli stakeholder

Banca Mediolanum S.p.A. ritiene fondamentale crescere grazie all'interazione continua con tutti gli *stakeholder*, con i quali si relaziona costantemente nell'esercizio della propria attività, in modo tale da ottenerne il consenso e la fiducia. Pertanto la mappatura degli *stakeholder* di Banca Mediolanum e l'istaurazione di un dialogo costante con ognuno di essi, assumono una valenza strategica nella creazione di valore sostenibile nel tempo. La relazione e il dialogo si concretizzano attraverso iniziative e momenti di interazione e ascolto dedicati agli *stakeholder*.

Categoria di stakeholder	Strumenti di dialogo	Funzioni aziendali coinvolte
<b>Clienti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valutazione della customer satisfaction</li> <li>- Indagine periodica di customer experience con frequenza trimestrale</li> <li>- Indagini di customer experience su temi specifici</li> <li>- Indagine di brand reputation</li> <li>- Eventi sul territorio</li> <li>- Social Network</li> <li>- MPM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direzione commerciale</li> <li>- Direzione Marketing, Comunicazione e Innovazione</li> <li>- Direzione Banking Operations</li> <li>- Presidenza</li> <li>- Vice Presidenza</li> <li>- Amministratore Delegato</li> </ul>
<b>Dipendenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Portale intranet</li> <li>- Meeting periodici</li> <li>- Good News</li> <li>- Social Network interno</li> <li>- House Organ</li> <li>- Attività extralavorative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direzione Risorse Umane</li> <li>- Direzione Marketing, Comunicazione e Innovazione</li> </ul>
<b>Azionisti e Comunità Finanziaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attività Ufficio Investor Relations</li> <li>- Incontri regolari</li> <li>- Contatti telefonici</li> <li>- Roadshow</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chief Financial Officer</li> <li>- Amministratore Delegato</li> <li>- Divisione Affari Societari</li> <li>- Presidente</li> </ul>

<b>Rete di Family Banker</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incontri regolari (meeting periodici)</li> <li>- Portale aziendale (B.medNet)</li> <li>- Attività di invio sms e email</li> <li>- Servizio di assistenza e supporto alla rete (SAS e SARC)</li> <li>- Indagini periodiche di customer satisfaction e brand reputation specifiche per Family Banker</li> <li>- Indagini di experience dei canali di relazione specifici per Family Banker</li> <li>- Eventi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direzione Commerciale</li> <li>- Direzione Marketing, Comunicazione e Innovazione</li> <li>- Direzione Banking Operations</li> <li>- Presidenza</li> <li>- Vice Presidenza</li> </ul>
<b>Media</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conferenze stampa</li> <li>- Comunicati stampa</li> <li>- Incontri regolari</li> <li>- Apertura di eventi istituzionali ai media</li> <li>- Pagine pubbliredazionali</li> <li>- Prodotti editoriali</li> <li>- Contatti telefonici</li> <li>- Social Network</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direzione Marketing, Comunicazione e Innovazione</li> </ul>
<b>Associazioni di categoria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incontri istituzionali</li> <li>- Esponenti del gruppo negli organi associativi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direzione Relazioni Istituzionali</li> </ul>
<b>Istituzioni e Regolatori</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incontri regolari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divisione Legal and Compliance</li> <li>- Direzione Relazioni Istituzionali</li> </ul>
<b>Fornitori</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incontri regolari</li> <li>- Contatti telefonici</li> <li>- Portale</li> <li>- Questionari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chief Financial Officer</li> <li>- Direzione acquisti e Corporate Services</li> </ul>
<b>Collettività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relazioni con i Media</li> <li>- Indagini periodiche di customer satisfaction</li> <li>- Indagine di Brand Reputation</li> <li>- Indagine di brand equity</li> <li>- Indagine di efficacia comunicazione pubblicitaria</li> <li>- Incontri ed eventi sul territorio e in sede</li> <li>- Attività di Fondazione Mediolanum Onlus</li> <li>- Social network</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direzione Marketing, Comunicazione e Innovazione</li> <li>- Direzione Commerciale</li> </ul>

## CLIENTI

I valori fondanti del Gruppo Mediolanum si basano sulla volontà di fare del Cliente il centro del proprio modello di business. L'elemento distintivo della strategia di Mediolanum è proprio quello di costruire una relazione solida e duratura con i Clienti attraverso conoscenze e competenze sviluppate per guidarli nella gestione dei risparmi e per offrire loro i prodotti e servizi più adatti alle loro esigenze.

La figura del Family Banker, l'estensione della multicanalità e la digitalizzazione dell'offerta contribuiscono al rafforzamento e alla continuità di questa relazione, che viene tenuta costantemente "attiva" con il Mediolanum Personal Marketing (MPM), l'interfaccia di Marketing Automation che permette di inviare ai Clienti e potenziali Clienti ("Prospect") comunicazioni a titolo informativo e commerciale. Nel 2017 è stata costante la comunicazione sulla tematica dei Piani Individuali di Risparmio (PIR), anticipando la nascita dei prodotti attraverso un format info-formativo legato agli aspetti normativi e ai prodotti creati sulle linee guida dei PIR. Attraverso MPM la clientela è stata inoltre guidata all'interno di tre importantissime novità legate alla digitalizzazione del mondo dei pagamenti e del credito (l'arrivo di Apple Pay, il restyling della APP MEDIOLANUM e Instant Credit) ricevendo le informazioni necessarie ad usufruirne. Il contatto diretto e continuativo si realizza anche attraverso il "Mediolanum Magazine" e la sua versione spagnola "Apuntes Mediolanum", newsletter mensili che riassumono notizie, articoli e consigli di maggior interesse per i Clienti.

I numeri del 2017 in Italia sono stati:

- > totale comunicazioni circa 23.800.000 (circa il 12% in più del 2016);
- > 23 comunicazioni medie per clienti;
- > 221 campagne totali;
- > circa 600.000 clienti hanno ricevuto almeno una comunicazione riguardante i Piani Individuali di Risparmio.

L'ascolto del cliente per definire aree di intervento o di miglioramento si articola in diverse indagini di customer satisfaction, customer experience e brand reputation.

Anche nel 2017, in Italia, Banca Mediolanum ha realizzato, in collaborazione con DOXA, la consueta indagine di customer satisfaction con l'obiettivo di verificare il livello di soddisfazione dei propri Clienti. L'indagine di Customer Satisfaction ha avuto la stessa cadenza del 2016 (annuale) per un totale di

2.000 interviste, dal 2016 la customer experience ha avuto frequenza mensile per un totale di oltre 5.000 interviste.

Le tipologie di interviste sono state due: cawi (online) e cati (telefoniche). I risultati sono presentati in forma sintetica al top management e sono poi effettuate presentazioni di dettaglio alle singole funzioni aziendali per le quali, ove necessario, sono svolte anche analisi di approfondimento volte a meglio identificare le eventuali aree di intervento e a supportare la definizione delle relative azioni di miglioramento.

### Customer Satisfaction Index - Mercato\*

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche Online
	n=908**	n=512**	n=402**
Customer Satisfaction Index	85,7	72,9	82,8
Soddisfazione complessiva	85,3	74,6	83,6
Soddisfazione complessiva vs aspettative	84,1	70,8	80,9
Soddisfazione complessiva vs altre banche	87,8	73,6	83,8

\* In tutti i confronti con il Mercato sono considerati per omogeneità solo i clienti intervistati online per cui Banca Mediolanum è Banca di riferimento.

\*\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2017, sul perimetro Italia.

### Mediolanum - Trend



In Spagna Banco Mediolanum non solo si è confermato nella top 10 della OCU (Organización de Consumidores y Usuarios), ma ha guadagnato una posizione rispetto all'anno precedente: attraverso interviste a circa 10.000 soci, il Banco si è classificato al settimo posto in termini di soddisfazione con la propria Banca.

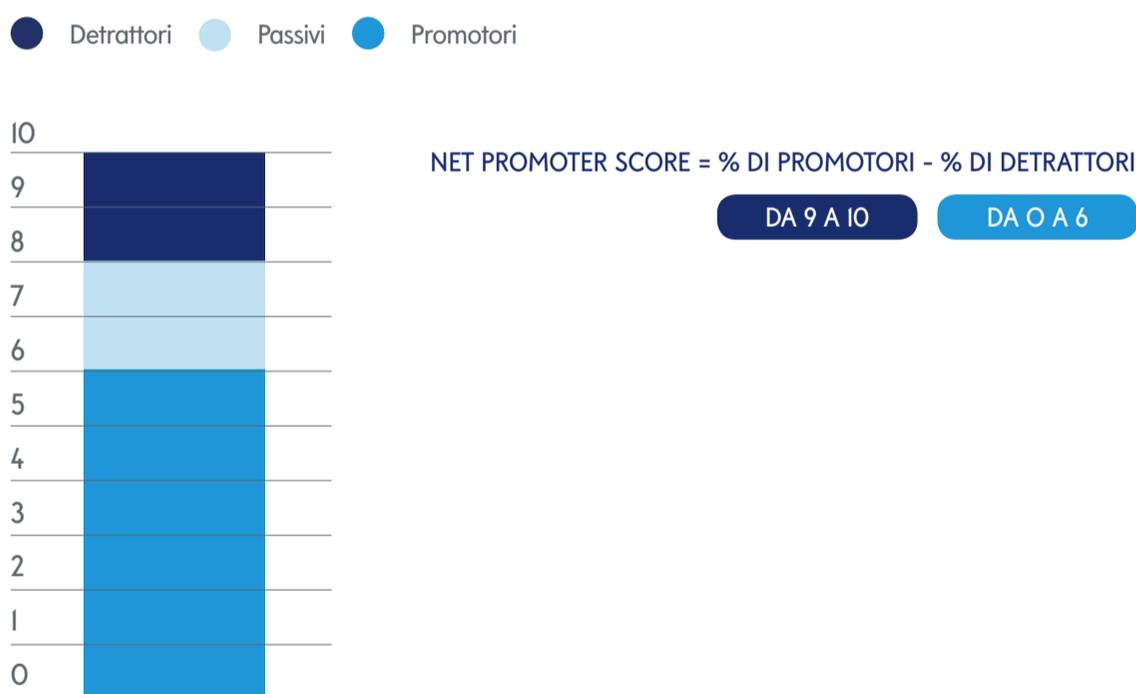
Entità	Soddisfazione (max. 100)
Ing Direct	83
Caja de Ingenieros	82
Triodos Bank	80
Arquia Banca (Caja de Arquitectos)	79
Evo Banco	79
Openbank	79
Banco Mediolanum	78
Uno-E (Gruppo BBVA)	77
Selfbank	76
Activobank	75
Oficinadirecta.com	73
Globalcaja	69
Imaginbank	67
Labolal Kutxa	67
Bankinter	66
Banco Sabadell	65
Bantierra	63
Deutsche Bank	63
Banco Caminos	62
Caja Rural	62
Caja Rural de Navarra	61
BBVA	60

Per quanto riguarda il livello di soddisfazione dei propri Clienti, Banco Mediolanum ha realizzato nel 2017 la prima analisi di fidelizzazione utilizzando la metodologia NPS (Net Promoter Score).

L'indice Net Promoter è una metrica sviluppata e registrata da Bain & Company e fu introdotta da Reichheld, ("One Number You Need to Grow", Harvard Business Review, 2003) ed è ad oggi molto utilizzato da numerose aziende in tutto il mondo. L'indice misura la fedeltà che esiste fra cliente e fornitore, si basa su una semplice domanda: "Consigliaresti o Raccomanderesti la nostra azienda/brand/prodotto ad amici, conoscenti o colleghi?".

La misurazione è effettuata su scala da 0 a 10, nell'ambito della quale: 0 significa nessuna intenzione di farlo e 10 indica la volontà di farlo. La clientela è segmentata sulla base del giudizio espresso; in particolare, sono identificate tre categorie: Detrattori, Passivi, Promotori. L'indice è dato dalla percentuale dei Promotori meno la percentuale dei Detrattori:

### Probabilità di consigliare a un amico o a un collega



La valutazione va quindi da 0 a 10. Il risultato della risposta si classifica in 3 cluster:

- > da 0 a 6: clienti detrattori;
- > da 7 a 8: clienti passivi;
- > da 9 a 10: clienti promotori.

In base alle 6.468 risposte pervenute il 45,9% sono clienti promotori e il 16,1% sono clienti detrattori; di questo detrattori il 56,1% ha dato un voto compreso tra 5 e 6.

Il risultato finale quindi nel 3° trimestre è quindi pari al 29,8%, tra i migliori del settore bancario spagnolo, un livello elevatissimo che si compara con una media del settore di 1,1%.

## DIPENDENTI

Il Gruppo Mediolanum, attivo in Europa in 5 paesi con 2.611 dipendenti, promuove una cultura improntata ai valori dell'integrità e una politica di rispetto delle persone, sostenendo comportamenti consapevoli e responsabili e realizzando percorsi di sviluppo professionale.

Per preservare e accrescere il capitale umano il Gruppo offre a tutti i dipendenti pari opportunità di crescita, senza alcuna discriminazione di genere o di altra natura, attraverso la formazione continua lungo tutta la vita lavorativa correlata alla periodica valutazione professionale legata al riconoscimento del merito.

L'adesione alla cultura ed ai valori aziendali è una leva fondamentale per promuovere il senso di appartenenza e costante è l'investimento nelle iniziative di comunicazione interna, con l'obiettivo di facilitare in modo organico e capillare la diffusione delle informazioni, favorendone la partecipazione attiva e la collaborazione.

In quest'ottica si rivelano particolarmente efficienti:

- > Comunicazione interna: un sistema integrato di strumenti quali Intranet, TV aziendale, house organ locali permettono una costante comunicazione interna su varietematiche che riguardano il Gruppo (risultati di bilancio, operazioni straordinarie, focus su singoli temi, progetti, iniziative, sponsorizzazioni, eventi, survey, ecc.). L'accesso al portale nelle Società italiane del Gruppo nell'anno 2017, si attesta su una media di 664 mila accessi mensili, per un totale complessivo di 530.279 visitatori. In Spagna viene inviata mensilmente ai dipendenti la rivista "El Apuntador", un mezzo di scambio di informazioni per tenere aggiornati i dipendenti su novità aziendali, attività in programma e notizie del settore finanziario.
- > Eventi community: con l'obiettivo di promuovere la condivisione della strategia aziendale, in occasione di iniziative o eventi specifici, i dipendenti incontrano e interagiscono con l'Amministratore delegato,

il Direttore Generale e il Top Management. Durante il 2017 nelle Società italiane del Gruppo si sono pianificati una serie di incontri dedicati a tutti i dipendenti del Gruppo denominati "INSIEME, IN SEDE". Anche in Spagna il Direttore Generale del Banco Mediolanum ha incontrato periodicamente gruppi di dipendenti per momenti di dialogo aperto nei quali i collaboratori possano proporre, presentare e discutere direttamente nuove idee ed iniziative in un ambito informale.

- › Attività extralavorative: sono stati attivati servizi e progetti rivolti a tutti i collaboratori, al fine di facilitare la quotidianità e conciliare la vita professionale con la vita privata, come ad esempio la presenza dell'asilo nido aziendale, la prevenzione della salute e attività ricreative, culturali e atletico-sportive. In Spagna ad esempio per promuovere la cultura finanziaria Banco Mediolanum ha offerto ai figli dei dipendenti l'opportunità di vedere realmente l'operatività del sistema finanziario avvicinarsi al mondo della finanza, conoscerne le nozioni basiche, e promuovere una mentalità consapevole e responsabile.

## AZIONISTI E COMUNITÀ FINANZIARIA

L'azienda si impegna nei confronti degli azionisti e delle comunità finanziarie a mantenere una crescita sostenibile nel breve, medio e lungo termine e a garantire la trasparenza e la buona gestione dell'informazione economico-finanziaria.

### IL TEAM INVESTOR RELATIONS

Il team Investor Relations, fin dalla quotazione in Borsa di Mediolanum S.p.A. avvenuta nel 1996, si occupa di curare i contatti con gli azionisti e la comunità finanziaria. Le attività ricorrenti comprendono l'introduzione alla storia, alla struttura aziendale e al modello di business per analisti e investitori che per la prima volta entrano in contatto con il Gruppo Mediolanum, l'illustrazione delle strategie aziendali e, naturalmente, la presentazione e il commento ai risultati trimestrali. Il lavoro è svolto sia unitamente al Top Management che in autonomia, in sede o in occasione di conferenze finanziarie e roadshow, organizzati in Europa e USA dai principali broker.

	Numero di eventi			Investitori incontrati			Analisti incontrati		
	2017	2016	Var. %	2017	2016	Var. %	2017	2016	Var. %
<b>TOTALE</b>	<b>357</b>	<b>346</b>	<b>3%</b>	<b>492</b>	<b>564</b>	<b>(13%)</b>	<b>221</b>	<b>139</b>	<b>59%</b>
<b>con Top Management</b>	173	151	15%	416	436	(5%)	105	43	144%
<b>solo Investor Relations</b>	184	195	(6%)	76	128	(41%)	116	96	21%
<b>% in autonomia sul totale</b>	52%	56%		15%	23%		52%	69%	

Il team Investor Relations è soggetto a rischi tipici, connessi al tipo di attività che svolge. Il più rilevante è quello di non conformità del processo di diffusione dei dati destinati all'esterno. Questo rischio viene adeguatamente presidiato grazie all'organizzazione interna dell'ufficio, alla presenza di una pianificazione iniziale dell'attività annuale che consente un adeguato coordinamento tra i vari attori coinvolti e ai diversi livelli di controllo e condivisione della documentazione preliminarmente alla diffusione all'esterno, secondo le modalità e le tempistiche contemplate nel Regolamento del processo "Predisposizione e diffusione dei dati agli analisti ed al mercato" del 16 dicembre 2016.

Le informazioni riservate e privilegiate a cui l'ufficio accede e la non corretta gestione della riservatezza dei dati potrebbero generare danni economici o perdite patrimoniali. Banca Mediolanum ha definito, anche in ottemperanza alle innovazioni normative introdotte dal Regolamento UE n. 596/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 16/4/2014 relativo agli abusi di mercato (MAR), delle politiche interne, valide per l'intero Gruppo, riguardanti la circolazione ed il monitoraggio delle informazioni riservate e privilegiate e la gestione infragrupo delle informazioni rilevanti. Le disposizioni in argomento sono contenute nel "Manuale per la circolazione ed il monitoraggio delle informazioni riservate e privilegiate".

Si informa inoltre che tutti gli atti o le comunicazioni diffuse al mercato ufficialmente tramite il Settore Investor Relations (in via ordinaria: rendicontazioni trimestrali, presentazioni di risultati, comunicati stampa) devono contenere l'informativa, resa dal Dirigente Preposto, per i dati contabili

circa la corrispondenza alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili secondo quanto previsto dal comma 2 dell'art.154-bis del TUF.

## RETE DI FAMILY BANKER

Il Family Banker® è il marchio registrato che contraddistingue i consulenti finanziari delle banche del Gruppo Mediolanum. Questa figura professionale è il canale diretto per alimentare il rapporto con il Cliente: porta la Banca a casa del Cliente, studia le soluzioni che meglio rispondono alle sue esigenze di risparmio, investimento, previdenza, protezione o finanziamento, e lo affianca, se necessario, nel primo approccio all'utilizzo della multicanalità. I Family Banker® sono inseriti in un sistema di comunicazione che favorisce la condivisione di esperienze e il tempestivo scambio di informazioni. I punti cardine di questo sistema sono:

- > **Portale aziendale:** portale che veicola tutte le informazioni e raggruppa tutti gli accessi ai principali strumenti utili per il lavoro quotidiano della Rete di Family Banker®. In Italia sul portale BMedNet sono stati pubblicati, nel corso del 2017, oltre 1.800 aggiornamenti di contenuti.
- > **Attività di invio sms e email:** per comunicazioni di particolare interesse, rilevanza od urgenza la Rete di Family Banker® viene anche contattata attraverso l'invio di sms ed e-mail.
- > **Tv aziendale:** in Italia la tv aziendale, accessibile a tutti i Family Banker® dal portale B.MedNET, trasmette programmi di formazione e aggiornamento, incentrati su prodotti, iniziative e strategie commerciali di Banca Mediolanum. Nel corso del 2017 sono stati pubblicati sulla piattaforma di tv Aziendale oltre 280 contenuti (video).
- > **Meeting periodici:** i Family Banker® incontrano la Direzione Generale e Commerciale in diverse occasioni durante l'anno, grazie ad eventi di info-formazione con ricorrenza periodica. Nel corso del 2017 gli eventi più significativi sono stati un tour delle aree in due tappe (Il gennaio Milano, 12 gennaio Roma) e una convention nazionale ("SIAMO SEMPRE NOI"), che ha avuto luogo il 21 settembre 2017 ad Assago (Milano). Oltre a questi appuntamenti di rilevanza nazionale, nel corso dell'intero anno sono stati organizzati numerosi incontri locali e regionali dedicati a PIR (Piani Individuali di risparmio) e MiFID II (oltre 10 incontri in 10 differenti location sul territorio nazionale). In Spagna si è svolta il 16 marzo, presso il Centro Congressi di Saragozza, la Convention nazionale con il claim "Un viaggio nel tempo" a cui hanno partecipato un totale di 1.016 invitati.

- > **Sales Support Center:** il Sales Support Center in Italia e il SARC (Servicio de Atencion a la Red Comercial) in Spagna offrono un servizio di assistenza e supporto alla Rete da parte della Sede. In Italia tale struttura è presidiata da 126 operatori raggiungibili sia telefonicamente, sia attraverso istanze scritte. Nel corso del 2017 sono state gestite oltre 552.000 richieste pervenute dai Family Banker e dai Private Banker, di cui circa 345.000 attraverso il canale telefonico; in quest'ultimo caso, il 75% delle richieste sono state gestite ed evase nell'ambito della stessa telefonata.

## MEDIA

Il Gruppo Mediolanum riconosce l'importanza dei media come stakeholder poiché veicolano al pubblico notizie, informazioni e momenti salienti della vita del Gruppo. L'ufficio Media Relations si confronta quotidianamente con gli organi di informazione al fine sia di divulgare le notizie di maggiore rilievo che riguardano l'Istituto sia per dar seguito alle istanze della stampa. Attraverso attività di dialogo vivo e costante con i Media, la Banca riesce a trasferire all'opinione pubblica una ricchissima varietà di informazioni che vanno dai contenuti più strategici alla valorizzazione degli eventi sul territorio dedicati a un pubblico locale al fine di raccontare tutti quegli aspetti culturali e intangibili che comunque contribuiscono a creare la reputazione e l'identità aziendali. Le relazioni con i Media trovano manifestazione in molteplici iniziative e forme che necessitano di essere indirizzate e governate coerentemente alle linee guida strategiche e ai principi alla base del governo dei rischi reputazionali di Banca Mediolanum S.p.A. e delle Società controllate.

A tal fine nel 2017 è stata introdotta la Media Policy quale azione di mitigazione del rischio reputazionale. La stessa, rivolta ai dipendenti e alla rete di Family Banker, riporta le linee guida cui attenersi: dall'individuazione dei soggetti che possono intrattenere i rapporti con la stampa ai temi che possono essere trattati, dall'iter autorizzativo all'ambito di intervento e le eventuali azioni correttive nel caso di mancato rispetto della stessa Policy.

Coerentemente alla Policy sulla gestione del rischio di reputazione approvata dal Consiglio di Amministrazione della Banca, sono riportate nella Media Policy i principi e i criteri di comportamento che tutti i soggetti sono tenuti ad osservare nei confronti dei Media, per preservare e sostenere la reputazione e l'immagine della Banca, contribuendo alla creazione di una specifica identità.

Per quanto riguarda l'Italia nel 2017 sono stati dedicati a Banca Mediolanum e al top management 11.109 tra articoli e servizi radio tv (dato parziale). Si registra, in termini numerici, una leggera flessione rispetto al 2016 motivata dal miglioramento complessivo della qualità delle testate.

Media	Nr Item*	AVE/AVEO** €
Stampa	3.094	€ 20.539.386
Web	7.692	€ 5.833.166
Radio	80	€ 680.057
TV	243	€ 3.391.137
<b>TOTALI</b>	<b>11.109</b>	<b>€ 30.443.746</b>

Sentiment	Nr Item complessivi	Stampa	Web	Radio	TV
Molto Positivo	149	77	64	1	7
Positivo	3.324	880	2.313	26	105
Neutrale	7.392	2.080	5.145	45	122
Negativo	236	57	162	8	9
Molto Negativo	8		8		
<b>TOTALI</b>	<b>11.109</b>	<b>3.094</b>	<b>7.692</b>	<b>80</b>	<b>243</b>

Fonte: L'Eco della stampa

\* Nr Item: articoli su carta stampata e testate online e clip radio tv

\*\* AVE: Advertising Value Equivalent/AVEO: Advertising Value Equivalent Online

## ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Le società del Gruppo Mediolanum operano in diversi business e quindi aderiscono a diverse associazioni di categoria

In Italia le più significative sono:

- > ABI - Associazione Bancaria Italiana;
- > Ania - Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici;
- > Pri. Banks - Associazione Nazionale Banche Private;
- > ASSBB - Associazione per lo sviluppo degli studi di Banca e Borsa;
- > Assogestioni - Associazione del Risparmio Gestito;
- > Assoreti - Associazione Nazionale delle Società di Collocamento di Prodotti Finanziari e di Servizi di Investimento;
- > AIPB - Associazione Italiana Private Banking
- > AIFI - Associazione italiana del Private Equity Venture Capital Private Debt
- > Assonime - Associazione fra le Società Italiane per Azioni.

Con le associazioni di categoria avviene un costante scambio di informazioni e una partecipazione attiva che si concretizza in diverse attività, a partire dalla partecipazione di esponenti delle società del Gruppo agli organi direttivi di alcune Associazioni.

Fra le altre attività segnaliamo:

- > Partecipazione a gruppi di lavoro convocati su argomenti di specifico interesse e a commissioni tecniche specifiche per ambiti e competenze;
- > Osservatori creati periodicamente con l'obiettivo di monitorare l'evoluzione dei rapporti con la Clientela, le istituzioni, le Autorità di Vigilanza, etc.;
- > Ricerche e questionari.

Le principali associazioni di categoria a cui partecipano le società del Gruppo Mediolanum in Spagna sono:

- > AEB - Asociación Española de Banca
- > CCI - Centro de Cooperación Interbancaria
- > INVERCO - Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones

Così come per Banca Mediolanum in Italia, Banco Mediolanum realizza un costante scambio di informazioni, e partecipa attivamente a gruppi di lavoro convocati su argomenti specifici, fra cui spicca il Comité Digital de la Asociación Española de Banca.

## ISTITUZIONI E REGOLATORI

Le attività del Gruppo Mediolanum si svolgono in un settore ad elevata regolamentazione (primaria e secondaria), devono quindi rispettare norme e regolamenti specifici e possono essere periodicamente sottoposte a verifiche degli organi di vigilanza competenti.

Nel corso del 2014 è stata istituita l'unità Relazioni Istituzionali responsabile della promozione e gestione delle relazioni domestiche e internazionali con Autorità di Controllo e Vigilanza, ma anche del dialogo con Associazioni e Ordini di Categoria, Pubblica Amministrazione, Enti religiosi e ONLUS, Clienti istituzionali, Associazioni dei consumatori, Centri di ricerca economico-politici e Accademie, Organismi internazionali ed Enti nazionali a valenza internazionale.

Le principali Autorità e Organismi di riferimento per le Società del Gruppo Mediolanum di diritto italiano sono: Banca d'Italia, Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni (IVASS), Consob, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), Fondo Interbancario Tutela dei Depositi (FITD), Albo Unico dei Consulenti Finanziari (APF), Arbitro Bancario e Finanziario, Ombudsman. Si ricorda che la Banca d'Italia, che vigila sulle banche italiane con esclusione di quelle considerate "significative", è parte del Meccanismo di Vigilanza Unico in cui la Banca Centrale Europea sovrintende l'attività di vigilanza bancaria in una prospettiva europea.

Per le Società del Gruppo Mediolanum in Spagna le principali Autorità e Organismi di riferimento sono Banco de España, Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV), Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSyFP).

Per Bankhaus August Lenz la principale Autorità di controllo Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht e per le società irlandesi del Gruppo l'Autorità di riferimento è la Bank of Ireland.

## FORNITORI

Mediolanum presta grande attenzione ai fornitori dato il ruolo chiave che assumono per il Gruppo. Il processo di selezione dei fornitori è regolato dalla "Policy Acquisti" e dal "Regolamento del Processo degli Acquisti" per garantire la massima trasparenza e la qualità dei beni e servizi acquistati.

Mediolanum è da sempre impegnata nella gestione efficiente della catena di fornitura e nel monitoraggio dei rischi di natura etica, ambientale e sociale ad essa legati. Il Settore Acquisti è la funzione aziendale che supporta le diverse unità organizzative nella ricerca, individuazione e approvvigionamento dei beni e servizi necessari. Si interfaccia con i referenti delle funzioni richiedenti e gestisce l'Albo Ufficiale dei Fornitori in cui figurano i principali dati delle società con le quali vengono mantenuti rapporti ricorrenti per la fornitura di beni e servizi.

## COLLETTIVITÀ

La collettività include le realtà sociali e culturali con le quali l'azienda si relaziona nel corso della propria attività. Banca Mediolanum è presente anche negli aspetti della vita quotidiana non direttamente legati alle attività finanziarie. A tal fine, organizza e partecipa a diverse attività di carattere sociale, culturale e sportivo, proponendo, sul territorio, iniziative a supporto di quelle situazioni che richiedono sostegno.

## 2.4 Governance, gestione dei rischi, Compliance e catena di fornitura

### GOVERNANCE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Banca Mediolanum, Capogruppo del Conglomerato Finanziario Mediolanum, allo scopo di favorire la diffusione di valori improntati alla correttezza professionale, al rispetto di leggi e regolamenti, si è dotata di un Codice Etico che delinea i comportamenti cui attenersi, che è stato diffuso per la relativa adozione a tutte le Società controllate.

Il Codice Etico è complementare al “Codice di Autodisciplina”, codice interno di comportamento di Banca Mediolanum S.p.A, rivolto ai componenti degli organi amministrativi e di controllo, ai dipendenti, agli agenti e ai collaboratori ed adottato rispettivamente da Banca Mediolanum S.p.A. e da Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A., Società italiane del Gruppo qualificate come “intermediari autorizzati”; analoghi codici sono adottati presso le Società estere in conformità alle normative locali vigenti.

Il Codice Etico ed il Codice di Autodisciplina, sono stati debitamente diffusi all'interno del Gruppo e con essi sono state diffuse le informazioni relative alla normativa ed alle regole comportamentali e procedurali da rispettare, al fine di assicurare che l'attività d'impresa si svolga nel rispetto dei principi etici e di integrità. Sia il Codice Etico, di cui è obbligatoria la presa visione, che il “Codice di Autodisciplina” sono disponibili per tutti i dipendenti sul portale aziendale “Innova”, inoltre, ove previsto, costituiscono, altresì, elementi fondamentali previsti dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01, di cui si è dotata la Banca e le Società italiane del Gruppo Mediolanum, per cui ne è prevista l'adozione.

Al Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum è attribuita la funzione di supervisione strategica; tra i compiti ad esso assegnati, finalizzati alla definizione dell'assetto organizzativo e di governo, è prevista l'approvazione del Codice Etico cui sono tenuti a uniformarsi i componenti degli organi aziendali, i dipendenti e i collaboratori al fine di attenuare i rischi operativi e di reputazione

della Banca e favorire la diffusione di una cultura dei controlli interni.

Il Comitato Rischi di Banca Mediolanum, tra le sue funzioni, vigila sul rispetto, da parte dei destinatari, dei valori etici e delle regole di condotta indicate nel Codice Etico; coordina, per il tramite delle funzioni competenti, le iniziative di diffusione, formazione e comunicazione degli stessi valori e regole di condotte promosse da Banca Mediolanum e dalle Società da questa controllate. Inoltre supporta le decisioni del Consiglio di Amministrazione in merito alle questioni di sostenibilità connesse all'esercizio dell'attività dell'impresa e alle sue dinamiche di interazione con tutti gli stakeholder, valutando preliminarmente al Consiglio di Amministrazione la matrice di materialità che riporta i temi rilevanti in termini di sostenibilità, la dichiarazione non finanziaria (DNF) e il Bilancio di sostenibilità.

All'interno della Direzione Marketing e Innovazione è stato istituito l'Ufficio Corporate Social Responsibility, responsabile di sviluppare il progetto di "Corporate Social Responsibility" aziendale. Tra gli ambiti di responsabilità rientrano le iniziative sociali e solidali di Banca Mediolanum nonché la predisposizione della DNF, e del Bilancio di Sostenibilità di Banca Mediolanum, che riporta una visione completa e dettagliata della responsabilità economica, sociale e ambientale.

## MODELLO DI CORPORATE GOVERNANCE

Il modello di governance del Gruppo Mediolanum si basa sul mantenimento degli esistenti assetti di amministrazione e controllo delle singole Società Controllate da Banca Mediolanum, con l'obiettivo quindi di conferire stabilità e continuità alla gestione del Gruppo nel suo complesso.

Con particolare riferimento alla Capogruppo Banca Mediolanum, essa riconosce la validità del modello c.d. tradizionale (Assemblea degli Azionisti, Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale), considerato il più idoneo a rispondere alle esigenze della Banca e della dimensione e dell'articolazione dei propri Organi Aziendali. Tale sistema assicura il perseguimento degli obiettivi di sana e prudente gestione nonché le esigenze di bilanciamento dei poteri e dell'adeguata distinzione delle funzioni di supervisione strategica, di gestione e di controllo indicate dalla disciplina di Vigilanza.

## Modello di Corporate Governance

### ASSEMBLEA DEI SOCI

Regolata nel funzionamento e nelle competenze dalle vigenti disposizioni di legge. La Società si è dotata, con delibera del 23/11/2015, di un "Regolamento dei lavori assembleari."

### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Ha una funzione di supervisione strategica e approva l'assetto organizzativo della Banca, ne verifica la corretta attuazione e promuove le misure correttive. Assicura il governo dei rischi ed i necessari presidi. Tutte le funzioni svolte dal CdA vengono descritte nella "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari (ai sensi dell'articolo 123-bis TUF)". È composto da 11 membri nominati dall'Assemblea dei soci, che presentano requisiti di professionalità, di onorabilità e di indipendenza. Il Presidente è non esecutivo e la rappresentanza della Società è in capo all'Amministratore Delegato che in qualità di organo con funzione di gestione, cura l'attuazione degli indirizzi strategici, del RAF (Risk Appetite Framework), delle politiche di governo dei rischi e degli interventi necessari ad assicurare l'aderenza dell'organizzazione e del sistema dei controlli interni.

### COMITATI INTERNI AL CDA

#### COMITATO NOMINE

Ha poteri propositivi, consultivi ed istruttori, che si esplicano nella formulazione di proposte, raccomandazioni e pareri con l'obiettivo di consentire al CdA di adottare le proprie decisioni con maggiore cognizione di causa (ad esempio nel processo di nomina di consiglieri). Evita che i processi decisionali del CdA siano dominati da un unico soggetto.

#### COMITATO RISCHI

Svolge funzioni di supporto al CdA in materia di rischi e sistema di controlli interni. Particolare attenzione viene posta in tutte quelle attività strumentali e necessarie ad una efficace determinazione del RAF e delle politiche di governo dei rischi.

#### COMITATO REMUNERAZIONI

Svolge funzioni di supporto al CdA in materia di remunerazioni, assicurando che i criteri del sistema di remunerazione e incentivazione siano coerenti con la gestione dei profili di rischio, di capitale e di liquidità.

## SISTEMA DEI CONTROLLI INTERNI

Il Sistema dei Controlli Interni (in breve anche “SCI”) è definito come l’insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire, attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, una conduzione dell’impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati.

Un efficace SCI contribuisce a garantire la salvaguardia del patrimonio sociale, l’efficienza e l’efficacia delle operazioni aziendali, l’affidabilità dell’informazione finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti.

L’ambiente di controllo è l’elemento della cultura aziendale che determina il livello di sensibilità della direzione e del management alle esigenze di controllo. Esso costituisce la base per tutte le altre componenti del SCI. I fattori che influenzano l’ambiente di controllo sono: l’integrità, i valori etici e la competenza del personale, la filosofia e lo stile gestionale del management, le modalità di delega delle responsabilità, di organizzazione e di sviluppo professionale e l’impegno e la capacità di indirizzo e di guida del Consiglio di Amministrazione.

Nel Gruppo, le varie Società si impegnano ad implementare nelle loro strutture operative un articolato ed efficiente Sistema dei Controlli Interni, tenendo conto, nel rispetto delle linee guida ricevute dalla Capogruppo, delle differenti normative applicabili e dei vari ambiti di attività.

Un ruolo fondamentale è svolto dal Comitato Rischi della Capogruppo, quale momento di confronto e di analisi per lo sviluppo di una visione d’insieme dei diversi rischi correlati alle differenti tipologie di business e di condivisione delle azioni intraprese a presidio dei rischi rilevati.

## Articolazione del sistema dei controlli interni

### CONTROLLI DI LINEA (DI PRIMO LIVELLO)

Sono diretti ad assicurare il corretto svolgimento delle operazioni. Sono effettuati dalle stesse strutture operative (ad es., controlli di tipo gerarchico, sistematici ed a campione) e, quando possibile, incorporati nelle procedure informatiche.

### CONTROLLI SU RISCHI E SULLA CONFORMITÀ (DI SECONDO LIVELLO)

Sono diretti ad assicurare il rispetto dei limiti operativi attribuiti alle diverse funzioni, la corretta attuazione del processo di gestione dei rischi e la conformità dell'operatività aziendale alle norme, incluse quelle di autoregolamentazione.

Nello specifico le funzioni aziendali di controllo di secondo livello sono:

- > Funzione di controllo dei rischi (Risk Management);
- > Funzione di conformità alle norme (Compliance);
- > Funzione di Antiriciclaggio.

### INTERNAL AUDIT (DI TERZO LIVELLO)

Sono diretti a individuare violazioni delle procedure e della regolamentazione, nonché a valutare periodicamente la completezza, l'adeguatezza, la funzionalità e l'affidabilità del sistema dei controlli interni e del sistema informativo (ICT audit), con cadenza prefissata in relazione alla natura e all'intensità dei rischi.

Per ulteriori dettagli si rimanda alla "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari (ai sensi dell'articolo 123-bis TUF)".

## INDUCTION PROGRAMME

La Presidenza del Consiglio di Amministrazione, coadiuvata dalle strutture competenti, si è occupata nel corso del 2017, di organizzare per gli Amministratori e i Sindaci dell'Emittente e di altre società del Gruppo due sessioni di *Board Induction* che hanno visto la partecipazione di relatori di primaria rilevanza su taluni argomenti in materia di *governance*. In particolare sono stati trattati gli aspetti più salienti della tematica sulla responsabilità degli Amministratori nelle comunicazioni sociali, sugli aspetti rilevanti della "Markets in Financial Instruments Directive" (c.d. MIFID II) e della Informativa non finanziaria nell'ambito del Bilancio d'Impresa (Dlgs 254/16).

## AUTOVALUTAZIONE

L'Emittente, in ottemperanza alla normativa vigente, ha previsto, con cadenza annuale, uno strutturato processo di autovalutazione degli organi con funzioni di supervisione strategica e di gestione, descritto nella "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari (ai sensi dell'articolo 123-bis TUF)" dell'esercizio 2017.

Il Consiglio di Amministrazione effettua, con il supporto del Comitato Nomine, la valutazione sulla dimensione, composizione e funzionamento del Consiglio stesso e degli eventuali comitati costituiti al suo interno.

Le analisi condotte sono formalizzate nel documento sulla "Composizione Quali-Quantitativa del Consiglio di Amministrazione" che illustra:

- > metodologia e le singole fasi di cui il processo si è composto;
- > soggetti coinvolti;
- > risultati ottenuti, evidenziando i punti di forza e di debolezza emersi;
- > azioni correttive eventualmente necessarie.

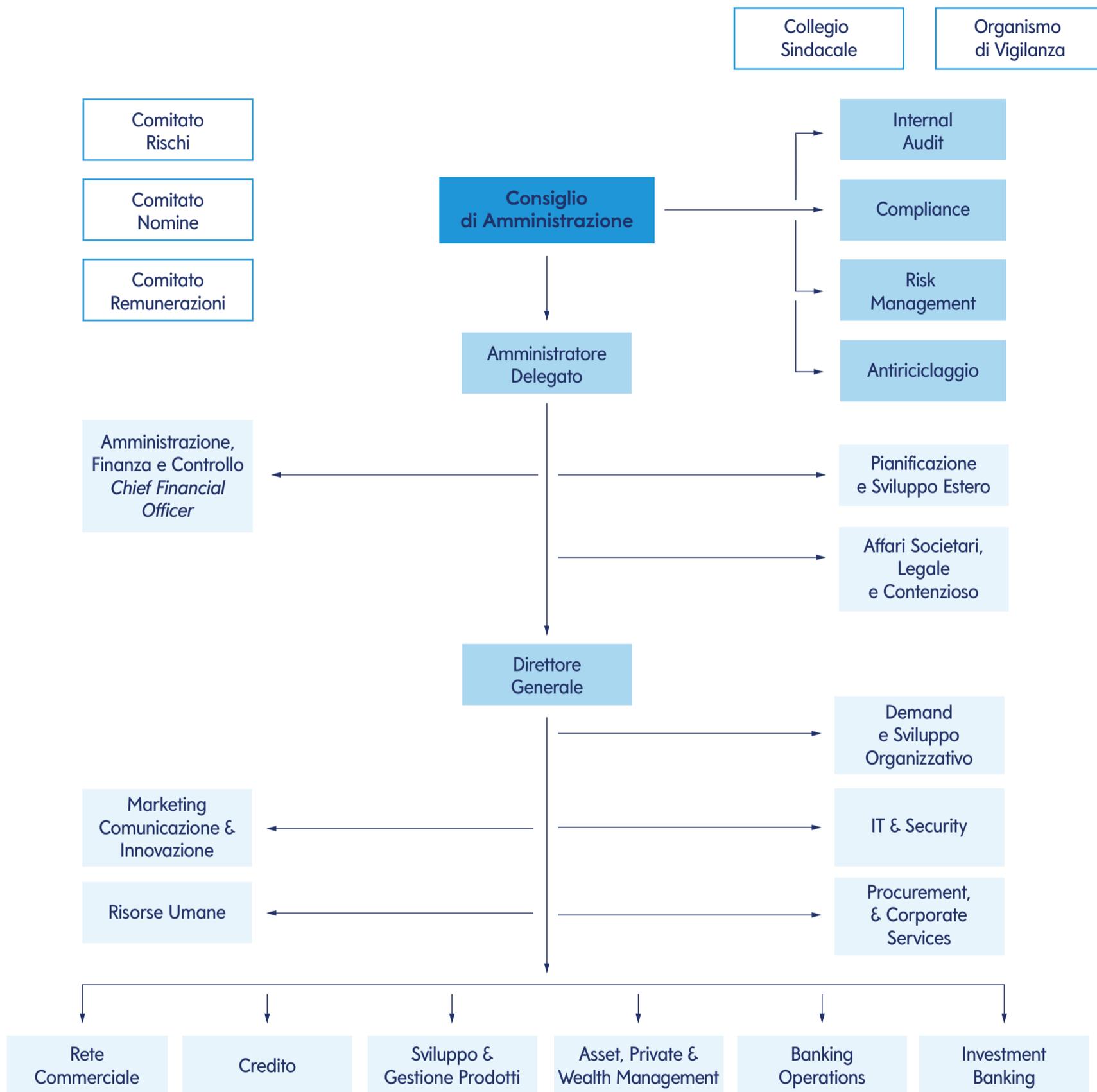
Il Documento è approvato dal Consiglio di Amministrazione e sottoposto, ove richiesto, alla Banca d'Italia.

## STRUTTURA OPERATIVA

La struttura organizzativa di Banca Mediolanum si articola in Direzioni, Divisioni, Settori, Uffici e Unità di Supporto Manageriale, avendo a riferimento l'assetto rappresentato di seguito.

I compiti e le responsabilità essenziali delle unità attraverso le quali la Banca svolge la propria operatività, sono esplicitati all'interno del documento "Ordinamento dei servizi" della Banca, periodicamente aggiornato a cura delle preposte funzioni aziendali.

## Struttura Organizzativa di Banca Mediolanum al 31.12.2017



## REGOLE DI COMPORTAMENTO

Il Codice Etico e il Codice di Autodisciplina, di cui al paragrafo I, esprimono le regole che informano l'operato del Gruppo.

### CODICE ETICO

A partire dal 2002, Banca Mediolanum e le società del Gruppo da essa controllate si sono dotate di un Codice Etico al fine (i) sia di attenuare i rischi operativi e di reputazione e favorire la diffusione di una cultura dei controlli interni, (ii) sia di prevenire i reati previsti dal D. Lgs. 231/2001, poiché contiene una serie di principi di "deontologia aziendale" con cui si mira a raccomandare, promuovere o vietare determinati comportamenti, al di là e indipendentemente da quanto previsto a livello normativo.

Il Codice Etico, frutto di un percorso di consultazione e di partecipazione attiva da parte dei vari stakeholder, intende diffondere i valori etici nei quali la Società si riconosce nonché dare risposte concrete da parte della Società ai propri portatori d'interesse, indicando nei loro confronti e per i vari ambiti di relazione, precisi impegni in termini di principi di comportamento e di controllo. In un rapporto di reciprocità viene richiesto agli stessi stakeholder di impegnarsi sugli stessi valori enunciati. Il Codice Etico è disponibile sul sito della Società e ne è obbligatoria la presa visione da parte di tutti i dipendenti.

### CODICE DI COMPORTAMENTO

Il Codice di Autodisciplina di Banca Mediolanum S.p.A., definisce più dettagliatamente le regole che i collaboratori della Banca Capogruppo sono tenuti a osservare nell'ordinario svolgersi della propria attività.

Le principali norme in esso contenute riguardano, tra l'altro:

- > obblighi di riservatezza sulle informazioni riservate, confidenziali o privilegiate;
- > limitazioni specifiche relative alle operazioni in strumenti finanziari;
- > obblighi di rendere note eventuali situazioni o attività di rilevante convenienza personale, ovvero nelle quali gli interessi personali possano essere in conflitto con quelli della società, dei Clienti/potenziali Clienti e/o dei patrimoni gestiti;
- > divieto di ricevere da terzi utilità che, per natura o entità, possano indurre a tenere comportamenti in contrasto con gli interessi della Società;
- > obblighi di comportamento sul web.

## RESPONSABILITÀ AMMINISTRATIVA DEGLI ENTI: MODELLO DI PREVENZIONE AI SENSI DEL D.LGS. 231/01 E ANALOGA NORMATIVA SPAGNOLA

Banca Mediolanum ha adottato dal 2003 uno specifico Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del d.lgs. 231/01. Il Modello Organizzativo 231/01 è stato sviluppato da Banca Mediolanum a seguito di un processo che ha consentito di identificare nell'ambito delle diverse operatività gestite le fattispecie di reato che potenzialmente possono essere commesse nell'esecuzione delle medesime attività.

L'analisi ed il monitoraggio delle fasi operative in cui i singoli processi si suddividono ha consentito di individuare procedure e prassi operative che costituiscono presidi organizzativi ai rischi-reato di cui al d.lgs. 231/01. La normativa specifica sulla responsabilità degli enti derivante dalla commissione di reati è stata interpretata alla luce degli assetti organizzativi della banca e in considerazione delle Linee guida associative ABI, delle *best practice* di mercato e della giurisprudenza sviluppatesi negli anni. Oltre ai reati peculiari alla realtà bancaria e finanziaria, (quali: abusi di mercato, antiriciclaggio, rapporti con le autorità di vigilanza, ...) sono stati considerati anche i reati non peculiari alla attività bancaria ma che ugualmente presentano profili di rischio per la società (come i reati informatici, le violazioni delle norme sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, i reati societari, ambientali...).

Il Modello viene costantemente aggiornato sia a seguito delle integrazioni apportate dal legislatore alle fattispecie "sensibili" sia a seguito di rilevanti modifiche organizzative aziendali. L' Organismo di Vigilanza esercita le proprie attività grazie ad un organizzato sistema di flussi informativi rinvenienti dalle Unità Organizzative aziendali interessate da attività sensibili. Banca Mediolanum S.p.A., dal 1° settembre 2016, ha attribuito le funzioni di Organismo di Vigilanza al Collegio Sindacale.

Un estratto del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo adottato ai sensi del d.lgs. 231/2001 e approvato dal Consiglio di Amministrazione della Società è pubblicato sul sito internet istituzionale ([www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it) nella sezione Corporate Governance alla voce Organismo di Vigilanza). Attraverso la Ley Organica 5/2010 è stata introdotta nella legislazione spagnola la responsabilità penale per le Persone Giuridiche.

La Ley Organica, unitamente alla Circolare I/2016 de la Fiscalía General del Estado, precisa determinati aspetti di questa forma di responsabilità, simile alla “responsabilità amministrative degli enti” prevista in Italia, individuando puntualmente quanto debba essere ricompreso in un corretto sistema di controllo e di prevenzione dei reati all’interno di un’impresa.

In quest’ottica Banco Mediolanum, società controllata da Banca Mediolanum, ha adottato un Modello la cui finalità consiste nello stabilire un sistema di prevenzione e risposta in caso di possibili reati riconducibili a Banco Mediolanum e alle società da essa controllate, mediante provvedimenti e controlli nell’ambito dell’operatività delle Società spagnole.

Durante l’anno 2017 Banco Mediolanum ha proseguito nel rafforzamento delle attività in atto finalizzate ad individuare, valutare e mitigare i principali rischi relativi all’ambito di attività bancaria e finanziaria, coerentemente alla legislazione applicabile, alle interpretazioni ufficiali emanate da la Fiscalía General del Estado così come delle best practice di settore.

La normativa italiana e spagnola prevedono ambiti normativi simili per quanto riguarda il contrasto alla corruzione sia pubblica che privata, la salvaguardia della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e la prevenzione degli illeciti con impatto ambientale.

## IMPEGNO AL CONTRASTO DELLA CORRUZIONE

Il contrasto alla corruzione si prefigge l’obiettivo di assicurare lo sviluppo sociale ed economico di una collettività organizzata di persone.

Le pratiche corruttive influiscono negativamente sul rapporto di fiducia che deve essere mantenuto ad ogni livello con le istituzioni pubbliche e tra gli stessi operatori economici creando un sistema che distorce gli effetti positivi di una economia di mercato tesa al contempo alla tutela di imprescindibili interessi e diritti comuni.

In tale contesto Banca Mediolanum partecipa attivamente alla lotta di ogni forma di corruzione, sia pubblica che privata, così come definito dalla legislazione nazionale che, per alcune previsioni, attua la *Convenzione dell’Organizzazione delle Nazioni Unite contro la corruzione*, la *Convenzione Penale sulla Corruzione di Strasburgo* e le *Linee Guida OCSE*.

Banca Mediolanum e le società del Gruppo da essa controllate proibiscono ogni tentativo di corruzione, induzione a dare o promettere utilità così come l’accettazione di qualsiasi utilità che sia finalizzata all’omissione dei doveri della propria funzione o al venir meno agli obblighi di fedeltà.

Nell'ambito della normativa interna finalizzata, tra gli altri obiettivi, ad evitare comportamenti che possano costituire fenomeni rientranti nella corruzione, si segnalano i sopracitati Codice Etico e il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo adottato ai sensi del d.lgs. 231/2001.

L'implementazione delle misure esimenti ai rischi introdotti nell'ordinamento giuridico dal d.lgs. 231/2001 in tema di responsabilità amministrativa degli Enti, ha comportato da tempo l'adozione del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del d.lgs. 231/2001 di cui al precedente punto. Analogo Modello è stato adottato dalle principali Società italiane del Gruppo. Tra i reati presupposto, previsti sin dalla nascita del decreto citato, figurano i reati di concussione, induzione indebita a dare e promettere utilità e corruzione sia in ambito pubblico che privato.

Il Modello è stato sviluppato da Banca Mediolanum a seguito di un processo che ha consentito di identificare, nell'ambito delle diverse operatività gestite, le fattispecie di reato che potenzialmente possono essere commesse nell'esecuzione delle medesime attività. L'analisi ed il monitoraggio delle fasi operative in cui i singoli processi si suddividono ha consentito di individuare procedure e prassi operative che costituiscono presidi organizzativi ai rischi-reato di cui al d.lgs. 231/2001, anche in ambito di contrasto alla corruzione. I protocolli del modello 231 che affrontano le tematiche illecite in oggetto, riguardano principalmente:

- > i rapporti con la Pubblica Amministrazione;
- > la selezione e assunzione del personale;
- > i rapporti con i fornitori;
- > la gestione delle prassi commerciali;
- > la definizione di accordi transattivi derivanti da contenziosi.

Inoltre numerose altre normative hanno introdotto presidi organizzativi e di controllo che consentono di azionare per via indiretta il contrasto alla corruzione: si ricordano i principi della tracciabilità e dell'analisi delle operazioni sospette ai fini antiriciclaggio, il contrasto alle pratiche commerciali scorrette, piuttosto che i controlli previsti nei processi contabili ai sensi della normativa che ha istituito la figura del Dirigente preposto alla redazione dei prospetti contabili e societari, in quanto la Banca assume la veste di Capogruppo quotata. Le normative citate, oltre a formare un "corpus normativo" aziendale formato da Modelli, Protocolli, Procedure operative, è periodicamente oggetto di corsi di formazione obbligatori resi disponibili sia tramite tecniche informatiche che formazione in aula.

## GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

Banca Mediolanum S.p.A., adeguandosi alla normativa sulla Gestione della Salute e Sicurezza sul lavoro ex D.Lgs. 81/08, ha individuato all'interno della propria struttura organizzativa:

- > precise responsabilità,
- > procedure operative,
- > processi sensibili a tali tematiche,
- > risorse economiche,

per l'implementazione delle strategie finalizzate ad ottenere elevati standard di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Per garantire l'attuazione e il monitoraggio di tali adempimenti e come previsto dall'art. 28 comma 2 del D.Lgs. 81/08, la Società ha redatto il documento di valutazione dei rischi per la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro ("DVR" di Banca Mediolanum S.p.A) che deve contenere almeno i criteri per la valutazione dei rischi, le misure di prevenzione e protezione in atto e quelle per il miglioramento dei livelli di sicurezza, le procedure e i responsabili per l'attuazione di tali misure, l'individuazione delle mansioni che eventualmente espongono i lavoratori a rischi specifici.

## ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

L'approccio di Banca Mediolanum alla sostenibilità ambientale prevede l'adozione, nei propri processi aziendali, di comportamenti e di soluzioni innovative che riducano al minimo il consumo di risorse o prevedano l'utilizzo di risorse a ridotto impatto ambientale, mantenendo elevati standard di efficienza e sicurezza.

Ne sono un esempio l'installazione (nel 2009) e l'utilizzo, presso la sede italiana di Milano 3 City, di due impianti di Trigenerazione che autoproducono energia elettrica per alimentare le utenze finali di consumo giornaliero (luci, personal computer, forze motrici) e le iniziative di mobilità sostenibile. La Società è costantemente impegnata nel ricercare le soluzioni maggiormente indirizzate alla responsabilità ambientale, garantendo la piena adozione delle prescrizioni normative nazionali ed internazionali. Le opere ad impatto su strutture esterne degli Immobili di proprietà del Gruppo devono essere valutate dalle Unità Organizzative preposte a presidiare sia la fase autorizzativa che la fase realizzativa. Le stesse Unità Organizzative valutano, nell'ambito dei propri compiti, l'esistenza e l'applicabilità

di eventuali norme nazionali o locali che prevedano l'espletamento di pratiche autorizzative presso appositi uffici della Pubblica Amministrazione competenti in materia di ambiente, tutela del territorio e del paesaggio.

Le Unità Organizzative incaricate della realizzazione, gestione e manutenzione degli impianti di produzione energetica curano l'ottenimento delle apposite certificazioni previste dalla normativa nazionale o locale provvedendo alle dovute comunicazioni agli organi competenti.

Qualora previsti, gli obblighi di comunicazione e registrazione agli appositi albi o registri nazionali competenti in materia di rifiuti o ambiente, vengono espletati dalle Unità Organizzative preposte.

## INTERNAL AUDIT

### ATTIVITÀ SVOLTE NEL CORSO DELL'ESERCIZIO 2017

La Funzione Internal Audit effettua verifiche "di terzo livello" finalizzate ad accertare il regolare andamento dell'operatività e l'evoluzione dei rischi e valuta la completezza, l'adeguatezza, la funzionalità e l'affidabilità della struttura organizzativa aziendale e delle altre componenti del Sistema dei Controlli Interni. La Funzione porta all'attenzione degli Organi Aziendali le possibili aree di miglioramento con particolare riferimento al Sistema dei Controlli Interni, al RAF, al processo di gestione dei rischi nonché agli strumenti di misurazione e controllo degli stessi. Sulla base dei risultati delle verifiche condotte formula raccomandazioni agli Organi Aziendali. La Funzione, utilizzando un approccio risk based, predispone una programmazione pluriennale ed un piano annuale delle attività di controllo da effettuare nel corso del singolo esercizio. Entrambi sono sottoposti all'esame e all'approvazione dei competenti Organi Societari.

Complessivamente la Funzione Internal Audit di Banca Mediolanum ha previsto per il 2017 oltre 60 interventi di verifica per Banca Mediolanum e per le Società del Gruppo che hanno delegato alla Banca, mediante apposito contratto di servizio, lo svolgimento delle attività di revisione interna. Le Società del Gruppo che sono dotate di una propria Funzione di revisione interna hanno complessivamente pianificato oltre 140 interventi. La Funzione Internal Audit di Banca Mediolanum ha esercitato i propri compiti di indirizzo e supervisione sulle predette Funzioni di audit delle Società del Gruppo, mediante l'emanazione di specifiche linee guida per lo svolgimento delle attività di Internal Audit, il monitoraggio dell'avanzamento del Piano di attività, nonché mediante l'organizzazione di periodici momenti di incontro.

## ADESIONE AGLI STANDARD INTERNAZIONALI DI INTERNAL AUDIT (IPPF)

L'evoluzione del contesto regolamentare, delle best practice di riferimento, dello scenario organizzativo e societario del Gruppo richiedono processi di continuo miglioramento dell'attività di revisione interna. In ottemperanza a quanto previsto dagli Standard Internazionali di Internal Audit (International Professional Practice Framework emanato dal "The Institute of Internal Auditors" - di seguito anche "IPPF"), la Funzione Internal Audit ha formalizzato nel corso dell'esercizio 2017 un "Programma di assurance e miglioramento della qualità" relativo a tutti gli aspetti dell'attività della Funzione. Nell'ambito di tale programma, la Funzione Internal Audit è stata oggetto nell'esercizio 2017 di una attività di «Quality Assurance Review» (di seguito anche "QAR") da parte di una primaria società di consulenza. Il QAR è un processo di valutazione esterna delle attività dell'Internal Audit, secondo quanto disciplinato dagli "IPPF". L'obiettivo principale delle attività svolte è stato quello di esaminare gli aspetti afferenti le attività svolte dalla Funzione Internal Audit di Banca Mediolanum al fine di:

- > valutarne la conformità agli IPPF ed esprimere un giudizio finale di conformità;
- > effettuare un confronto di benchmarking per valutare l'allineamento alle "best practices" internazionali.

A seguito delle attività di "QAR" la società di consulenza ha attribuito un giudizio di "generale conformità" rispetto ai requisiti degli IPPF ed al Codice Etico della Professione in vigore. Si precisa che la scala di valutazione utilizzata, prevede i seguenti livelli: "generalmente conforme", "parzialmente conforme", "non conforme".

## LA FUNZIONE RISK MANAGEMENT

La Funzione Risk Management (alternativamente funzione di controllo dei rischi) di Banca Mediolanum è responsabile dell'attuazione delle politiche di governo e del sistema di gestione dei rischi. La funzione di controllo dei rischi ha la responsabilità di monitorare l'esposizione della Banca e del Gruppo ai rischi finanziari e di credito, nonché di valutare gli impatti patrimoniali dei rischi operativi e reputazionali, tenendo sotto costante controllo l'adeguatezza patrimoniale in relazione all'attività svolta, esercitando un ruolo di indirizzo e coordinamento sulle tematiche relative all'attività di gestione e controllo dei rischi, attuali e prospettici, nei confronti delle società controllate, nel cui organico sono presenti le rispettive Funzioni di Risk Management.

La Funzione di Risk Management della Capogruppo pertanto definisce e mantiene il framework del controllo e gestione di tutti i rischi delle società appartenenti al Gruppo Bancario, ovvero ha la responsabilità del presidio dei rischi di primo pilastro (credito, mercato e operativi) e svolge le attività di valutazione qualitativa sui rischi del secondo pilastro, nel rispetto delle linee guida del Consiglio di Amministrazione e delle disposizioni normative vigenti.

Provvede inoltre a definire le modalità di valutazione e controllo dei rischi reputazionali coordinandosi con la Funzione Compliance. Predispose la normativa interna, ovvero le policy ed i regolamenti relativi a tutti i rischi rilevanti ed individua e sviluppa le metodologie quantitative volte alla gestione del rischio rilevante di primo e secondo pilastro della Banca. Verifica nel continuo, per il Gruppo Bancario, l'adeguatezza del Risk Appetite Framework e coordina il processo di valutazione dell'adeguatezza patrimoniale complessiva (ICAAP - Internal Capital Adequacy Assessment Process) per le attività specificatamente attribuite e disciplinate dal Regolamento ICAAP.

## **RISK APPETITE FRAMEWORK - "RAF"**

La politica di governo dei rischi rappresenta una componente strategica del RAF, consentendone il raccordo con il complessivo piano economico finanziario e permettendo quindi il conseguimento di un obiettivo di crescita sostenibile.

Per tale ragione il RAF è il risultato di un processo articolato a cui partecipano diverse strutture organizzative aziendali ciascuna per i propri ambiti di competenza e in particolare quelle del Risk Management e della Pianificazione e Controllo. La propensione al rischio del Gruppo è annualmente rivista per tener conto delle continue variazioni di contesto, sia interno sia esterno e altresì delle variazioni nelle aspettative dei diversi stakeholder. Le grandezze economico-finanziarie stimate in occasione della predisposizione del piano economico finanziario vengono riconciliate con i limiti di propensione al rischio e recepite nell'ambito del processo di aggiornamento del RAF, determinando l'eventuale aggiornamento delle soglie e dei limiti stabiliti nel corso del precedente esercizio.

Gli indicatori strategici hanno quindi la funzione di supportare l'alta direzione nel perseguimento degli obiettivi strategico-finanziari, nonché di monitorare la solidità patrimoniale e finanziaria del Gruppo e sono quindi oggetto di un processo di revisione periodica integrato con quello di pianificazione e budgeting.

## RISCHI REPUTAZIONALI

Il rischio di reputazione, come disciplinato dalla normativa regolamentare di settore, è ricompreso tra gli “altri rischi” difficilmente misurabili per i quali le banche predispongono sistemi di controllo e attenuazione adeguati. Esso è definito come il rischio attuale o prospettico di flessione degli utili o del capitale derivante da una percezione negativa dell’immagine della Banca da parte di Clienti, controparti, azionisti, investitori o Autorità di Vigilanza. I rischi reputazionali sono spesso generati da un’altra tipologia di rischio non adeguatamente gestita, ad esempio un rischio operativo o un rischio strategico che potrebbero produrre come ulteriore effetto un rischio di tipo reputazionale. Più in generale tra i fattori di natura endogena rientrano tutti quelli direttamente associati ai processi e alle attività svolte dalla Banca o alle scelte gestionali e operative assunte dalla stessa (ad esempio il verificarsi di un evento di rischiosità operativa, il mancato rispetto di una normativa, ovvero notizie errate sulla società, sui comportamenti dei collaboratori o da una non adeguata gestione delle comunicazioni ufficiali rivolte all’esterno). Tra i fattori esterni o esogeni, rientrano i commenti e i dibattiti sviluppatasi sui media, sui social network, sui blog e/o sugli altri strumenti di comunicazione digitale, riguardanti informazioni o opinioni lesive della reputazione della Banca o del Gruppo.

Si tratta di fattori non direttamente riconducibili a specifiche attività o processi svolti dalla Banca, ma legati al diffondersi di notizie o opinioni negative sull’immagine della Banca stessa o dei suoi esponenti (ad esempio, lo sviluppo di dibattiti su blog o social network, commenti o articoli di giornale su esponenti della Banca, etc.). Il Gruppo Mediolanum ha adottato una specifica policy per la gestione del rischio di reputazione (del 23 marzo 2017) e monitora costantemente il comportamento dei propri consulenti finanziari, al fine di verificare che la loro condotta rispetti la normativa vigente e sia improntata alla massima correttezza e trasparenza nel rapporto con i Clienti. Le procedure adottate, tuttavia, possono talvolta rivelarsi non adeguate a fronte di eventi inattesi e/o fuori dal controllo del Gruppo. L’attuazione di comportamenti fraudolenti, infedeli o abusivi da parte di consulenti finanziari costituisce anche un rischio operativo tipico che potrebbe comportare un danno, anche significativo, all’immagine e alla reputazione del Gruppo e, più in generale, alla fiducia nello stesso riposta dai propri Clienti, con un conseguente effetto negativo sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria. Il rischio operativo conseguente a comportamenti illegali o inappropriati dei collaboratori, inclusi i consulenti finanziari, è oggetto di costante controllo e presidio da parte del Gruppo. In particolare, nell’ambito del processo di

identificazione dei rischi operativi, vengono svolte sia attività di raccolta e analisi delle perdite provenienti dal comportamento dei consulenti finanziari, sia valutazioni ex-ante dell'esposizione a tale rischio e relativi controlli. Inoltre, sono poste in essere anche attività di controllo ex-post svolte in via continuativa con periodicità mensile, a livello di macro fenomeno ("verifiche massive"), e, con periodicità almeno annuale, su specifici cluster di consulenti, a fronte di evidenze anomale dei portafogli dei Clienti. Tuttavia, anche quando gli indicatori e le verifiche massive non evidenzino anomalie, non possono essere esclusi comportamenti illeciti da parte dei consulenti finanziari.

## COMPLIANCE

Il modello adottato per il presidio del rischio di non conformità (cd. modello di compliance) prevede:

- > la responsabilità e gestione diretta in capo alla Funzione Compliance per le norme connesse all'esercizio dell'attività bancaria e di intermediazione, la gestione dei conflitti di interesse, la trasparenza nei confronti della clientela e, più in generale, la disciplina posta a tutela del consumatore, e per tutte le norme per le quali non siano state previste forme di presidio specializzato all'interno della Società a seguito dell'attività di scoping normativo;
- > l'individuazione di Unità Specialistiche incaricate di garantire l'adeguato presidio di specifici ambiti normativi a cui sono attribuite determinate fasi del processo di compliance, ferma restando la responsabilità della Funzione Compliance di valutare regolarmente l'adeguatezza di detti presidi;
- > l'attribuzione alle altre Funzioni Aziendali di Controllo della responsabilità esclusiva degli ambiti normativi alle stesse demandati ex lege, riferendo direttamente agli Organi Aziendali sulle eventuali carenze riscontrate e sulle proposte formulate per la rimozione delle stesse.

Rispetto al quadro normativo di riferimento alla Funzione competono attività di consulenza specialistica, alert normativo e gap analysis, verifiche di adeguatezza di assetti e processi aziendali, verifiche di funzionamento sul regolare rispetto dei comportamenti aziendali in merito a quanto prescritto nella normativa interna od in altra documentazione aziendale probativa del recepimento della normativa interna medesima, ed identificazione di azioni di mitigazione dei rischi di non conformità.

La Funzione Compliance cura lo svolgimento in outsourcing, per la Funzione Risk Management della Banca e delle altre Società italiane del Gruppo con cui sono in essere accordi di servizio, gli assessment sui rischi operativi e

reputazionali, nell'ambito delle attività di assessment integrato, sulla base della pianificazione condivisa con la Funzione Risk Management e attiva appositi flussi informativi verso la medesima sugli esiti dell'attività svolta. Tenendo conto del modello di business della Banca, particolare attenzione è posta alle attività di controllo dell'operato della Rete di Consulenti Finanziari di cui la Banca si avvale, che all'interno della Funzione Compliance sono strutturati in un'unità autonoma. Il controllo sull'attività della Rete di Vendita rappresenta, infatti, un elemento fondamentale del Sistema dei Controlli Interni, che viene svolto in particolare, in Italia, dal Team Controllo Preventivi Rete, che nello svolgimento della propria attività, si coordina in via continuativa con le altre Funzioni Aziendali di Controllo. Infine la Funzione Compliance assicura un'adeguata informativa periodica all'Amministratore Delegato ed agli altri Organi Aziendali, ai Consigli di Amministrazione e alle altre Funzioni Aziendali di Controllo. Questi aspetti sono disciplinati nella "Compliance Policy" del 21 giugno 2017, che descrive i principi adottati da Banca Mediolanum S.p.A. in tema di gestione del rischio di non conformità.

## ANTIRICICLAGGIO

La Funzione Antiriciclaggio riferisce direttamente al Consiglio di Amministrazione della Banca, attivando regolari flussi informativi nei confronti del medesimo, e ha accesso a tutte le informazioni della Banca nonché a qualsiasi informazione rilevante per lo svolgimento dei propri compiti. La Funzione è responsabile della prevenzione e contrasto del rischio di riciclaggio e finanziamento al terrorismo e degli adeguamenti dei processi all'evoluzione del contesto normativo e procedurale in tale ambito, svolgendo in *outsourcing* specifiche attività, per le società del Gruppo con le quali sono in essere appositi accordi di servizio, nel rispetto delle modalità e delle tempistiche definite negli accordi stessi. Verifica nel continuo che le procedure aziendali siano coerenti con l'obiettivo di prevenire e contrastare la violazione di norme di eteroregolamentazione (leggi e norme regolamentari) e di autoregolamentazione in materia. Cura l'analisi e la valutazione periodica dei rischi di riciclaggio e finanziamento del terrorismo, individuando apposite azioni a mitigazione della rischiosità rilevata. Nell'ambito di competenza, predispone/valida e aggiorna la normativa interna, le policy ed i regolamenti in materia di antiriciclaggio e antiterrorismo e predispone, ove necessario, le correlate linee guida di Gruppo. Il *corpus* normativo adottato internamente, in cui assume particolare rilevanza la "Policy sul contrasto al riciclaggio e al finanziamento del terrorismo"

del 20 dicembre 2017, è regolarmente aggiornato per tener conto delle dinamiche legate all'evoluzione dell'attività aziendale e della regolamentazione di riferimento. La normativa interna e le procedure operative sono oggetto, inoltre, di regolari iniziative formative, anche in aula, per assicurare che siano correttamente recepite e interiorizzate dai consulenti finanziari e dal personale dipendente.

## PROCESSO DI SELEZIONE DEI FORNITORI E MODALITÀ DI ACQUISTO

Banca Mediolanum ritiene fondamentale il ruolo dei fornitori nell'implementazione del business, poiché si riflette direttamente sulla qualità del servizio offerto ai Clienti. I fornitori sono considerati una fonte di successo competitivo e per questo la selezione, il monitoraggio e la gestione dei rapporti con essi, sono basati su processi strutturati e su principi di trasparenza e affidabilità.

Il Settore Acquisti è la funzione aziendale che supporta le diverse unità organizzative nella ricerca, individuazione e approvvigionamento dei beni e dei servizi necessari ad assicurare il regolare svolgimento dell'attività aziendale. Per assicurare una corretta e trasparente gestione del processo d'acquisto, nel 2017 Banca Mediolanum S.p.A ha aggiornato la "Policy Acquisti" e il "Regolamento del Processo degli Acquisti" entrambi approvati dal Consiglio di Amministrazione e con valenza a livello di Gruppo.

Il processo di acquisto si struttura in diverse fasi e richiede una continua interazione del settore Acquisti con le funzioni aziendali interessate.

Dopo un'analisi del mercato, si passa ad un'attenta e accurata valutazione dei potenziali fornitori finalizzata a individuarne le principali caratteristiche e l'idoneità per la fornitura. L'Ufficio Acquisti può decidere se avvalersi di un fornitore già iscritto all'Albo dei Fornitori oppure di ricorrere ad un nuovo fornitore, per il quale verrà successivamente avviato l'iter di qualificazione al fine di includere nuovi nominativi nella selezione.



L'Albo Ufficiale dei Fornitori consente di tenere traccia e avere una chiara visione di tutte le società con le quali vengono mantenuti rapporti ricorrenti per l'acquisto di beni o servizi, garantendo così una valutazione costante dell'intera catena di fornitura da parte dell'Ufficio Acquisti.

Durante il processo di qualifica per l'Albo i fornitori vengono invitati a registrarsi fornendo tutti i dati anagrafici e, in una seconda fase, a completare le informazioni relativamente ai servizi e ambiti di attività, comprese le referenze più significative. Ai fornitori viene inoltre richiesta la compilazione di un questionario nel portale aziendale dedicato. All'interno del questionario vengono indagate molteplici informazioni che, oltre a permettere la valutazione del fornitore in termini di solidità, analizzano anche aspetti come:

- > L'elevato livello di servizio;
- > La massima affidabilità;
- > La garanzia di assistenza e tempestività nell'erogazione dei servizi offerti;
- > Il rispetto di comportamenti responsabili ed etici, anche nei confronti dell'ambiente e della collettività.

Tramite il modulo vendor rating viene effettuato il monitoraggio ex-post dei fornitori, che vengono periodicamente valutati in base a Key Performance Indicators per i servizi resi, sia per gli aspetti commerciali che per gli aspetti tecnici.

Nell'ottica di adottare un Procurement sempre più sostenibile il Gruppo Mediolanum predilige l'acquisto di prodotti, quali ad esempio sedie, scrivanie, tavoli, ecc. che siano riciclabili e permettano un risparmio di costi in fase di smaltimento e riduzione del materiale inquinante.

Particolare attenzione viene posta anche su alcune iniziative commerciali che vedono l'impiego di prodotti, e la collaborazione con realtà imprenditoriali, colpite da calamità naturali.

# 3. La Sostenibilità in Banca Mediolanum



La Corporate Social Responsibility (CSR) è parte integrante dei valori e della cultura di Mediolanum. L'obiettivo prioritario di continuare a sviluppare un'attività solida e sostenibile a lungo termine è avvalorato dalla responsabilità a generare valore aggiunto per tutti gli stakeholder. L'impegno a gestire l'azienda in modo responsabile si concretizza nel modo di operare, nell'attenzione e nella centralità del Cliente, nel modo in cui Mediolanum supporta i propri dipendenti, rispetta l'ambiente e contribuisce allo sviluppo della comunità in cui è inserita.

## MATRICE DI MATERIALITÀ

Anche nel 2017 il Gruppo Mediolanum ha continuato il suo percorso nella rendicontazione di sostenibilità, seguendo le linee guida internazionali del Global Reporting Initiative (GRI G4) che prevedono la valutazione dei temi di sostenibilità connessi alle attività del Gruppo coinvolgendo in questa valutazione i propri stakeholder. L'evoluzione del percorso di rendicontazione integra l'analisi di materialità interna con le rilevazioni ottenute tramite un'attività mirata di stakeholder engagement, condotta tra il 2016 e l'inizio del 2017, secondo un approccio di consultazione progressiva che ha permesso di coinvolgere alcuni tra i più importanti Stakeholder sia interni che esterni.

Nello specifico, l'attività ha coinvolto:

- > i Dipendenti, attraverso uno specifico workshop interno a loro dedicato;
- > i Fornitori, attraverso un questionario di valutazione dei temi materiali;
- > le Associazioni del territorio e di categoria, attraverso interviste "one to one".

L'attività di ascolto è stata inoltre ulteriormente perfezionata da un'analisi mirata a rilevare l'attenzione dei media su alcuni temi di sostenibilità collegati alle attività del Gruppo Mediolanum.

I risultati di questa attività sono stati utilizzati per l'aggiornamento dell'analisi di materialità di Banca Mediolanum, condotta secondo le seguenti fasi:

- > mappatura degli stakeholder: identificazione dei soggetti che influenzano e che sono influenzati dall'organizzazione, tenendo in considerazione il settore di riferimento, il modello di business e le caratteristiche specifiche del Gruppo e come queste cambieranno nel tempo;
- > identificazione dei temi rilevanti: identificazione delle tematiche di sostenibilità economica, ambientale e sociale significative per il business del Gruppo e per i suoi stakeholder, dei temi comunemente riconosciuti come rilevanti per il settore di riferimento, di quelli peculiari per la realtà del Gruppo Mediolanum;
- > valutazione e prioritizzazione dei temi rilevanti: valutazione quali-

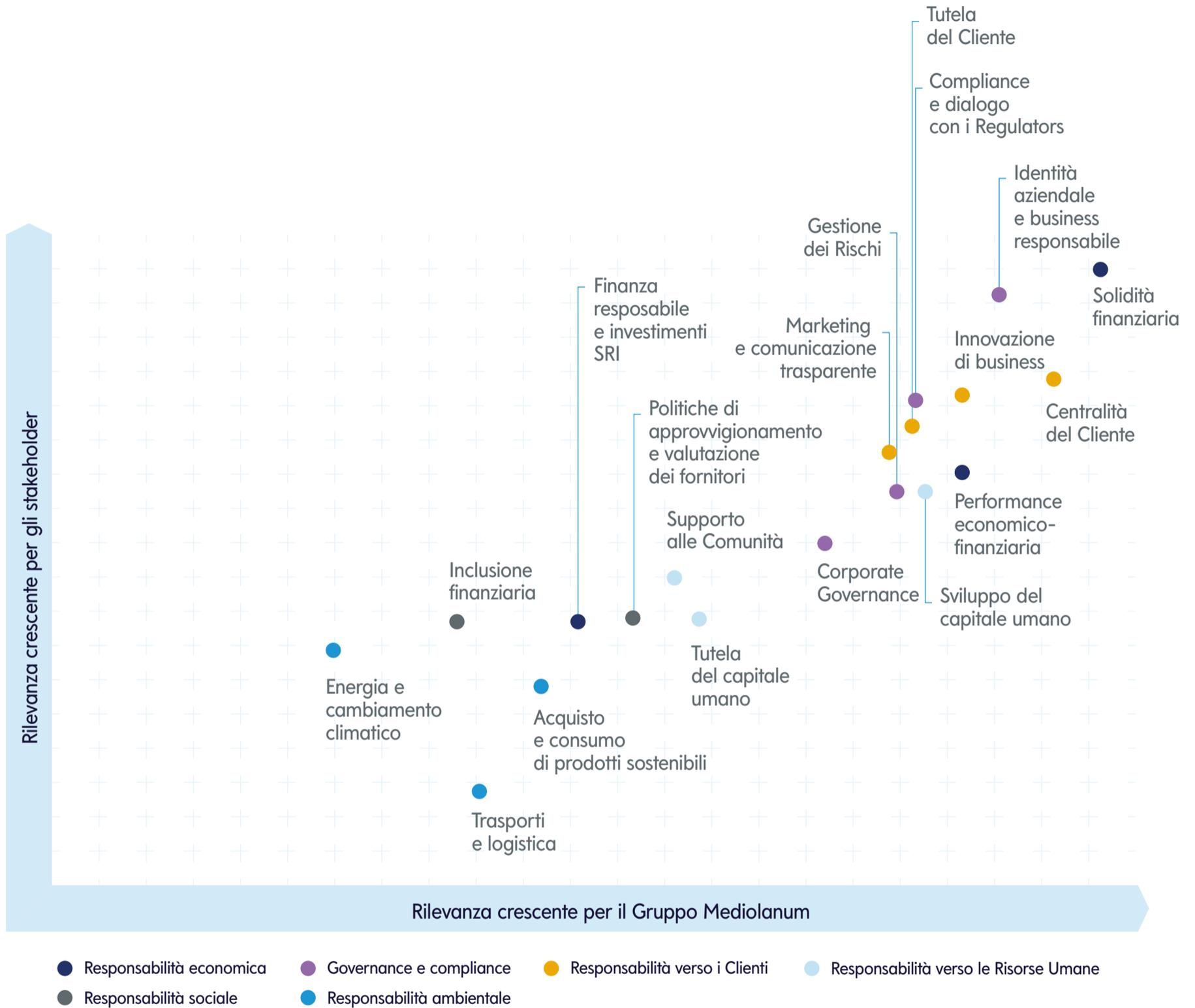
quantitativa da parte del Management del Gruppo Mediolanum dei temi rilevanti, al fine di misurare la rilevanza di ogni tematica;

- > Approvazione: valutazione preliminare da parte del Comitato Rischi e successiva approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione.

Tale analisi ha consentito di individuare gli aspetti che sono ritenuti materiali, ovvero che riflettono gli impatti significativi per l'organizzazione da un punto di vista economico, ambientale e sociale, che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder e che permettono al Gruppo di creare valore nel breve, nel medio e nel lungo termine. Tali aspetti, come illustrato nella matrice di materialità, sono riconducibili a sei aree tematiche: Governance e Compliance, Responsabilità economica, Responsabilità verso i Clienti, Responsabilità verso le risorse umane, Responsabilità sociale e Responsabilità ambientale.

<b>Temi del Decreto 254/2016</b>	<b>Aree tematiche di sostenibilità per Gruppo Mediolanum</b>	<b>Tematiche materiali per Mediolanum</b>
<b>Ambiente</b>	Responsabilità ambientale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acquisto e consumo di prodotti sostenibili</li> <li>- Energia e Cambiamento Climatico</li> <li>- Trasporti e Logistica</li> </ul>
<b>Personale Diritti Umani e Sociali</b>	Responsabilità verso le risorse umane	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tutela del capitale umano</li> <li>- Sviluppo del capitale umano</li> <li>- Supporto alle comunità</li> </ul>
<b>Lotta alla corruzione</b>	Governance e Compliance	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identità aziendale e business responsabile</li> </ul>
<b>Altre tematiche rilevanti per Gruppo Mediolanum</b>	Responsabilità verso i clienti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centralità del Cliente</li> <li>- Innovazione di business</li> <li>- Tutela del cliente</li> <li>- Marketing e comunicazione trasparente</li> </ul>
	Responsabilità economica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solidità economica</li> <li>- Performance finanziaria</li> <li>- Finanza responsabile e investimenti SRI</li> </ul>
	Responsabilità Sociale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclusione finanziaria</li> <li>- Politiche di approvvigionamento e valutazione dei fornitori</li> </ul>
	Governance e Compliance	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corporate governance</li> <li>- Gestione dei rischi</li> <li>- Compliance e dialogo con i Regulators</li> </ul>

## La matrice di Materialità



## GLI IMPEGNI DI BANCA MEDIOLANUM PER I SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG) DELLE NAZIONI UNITE

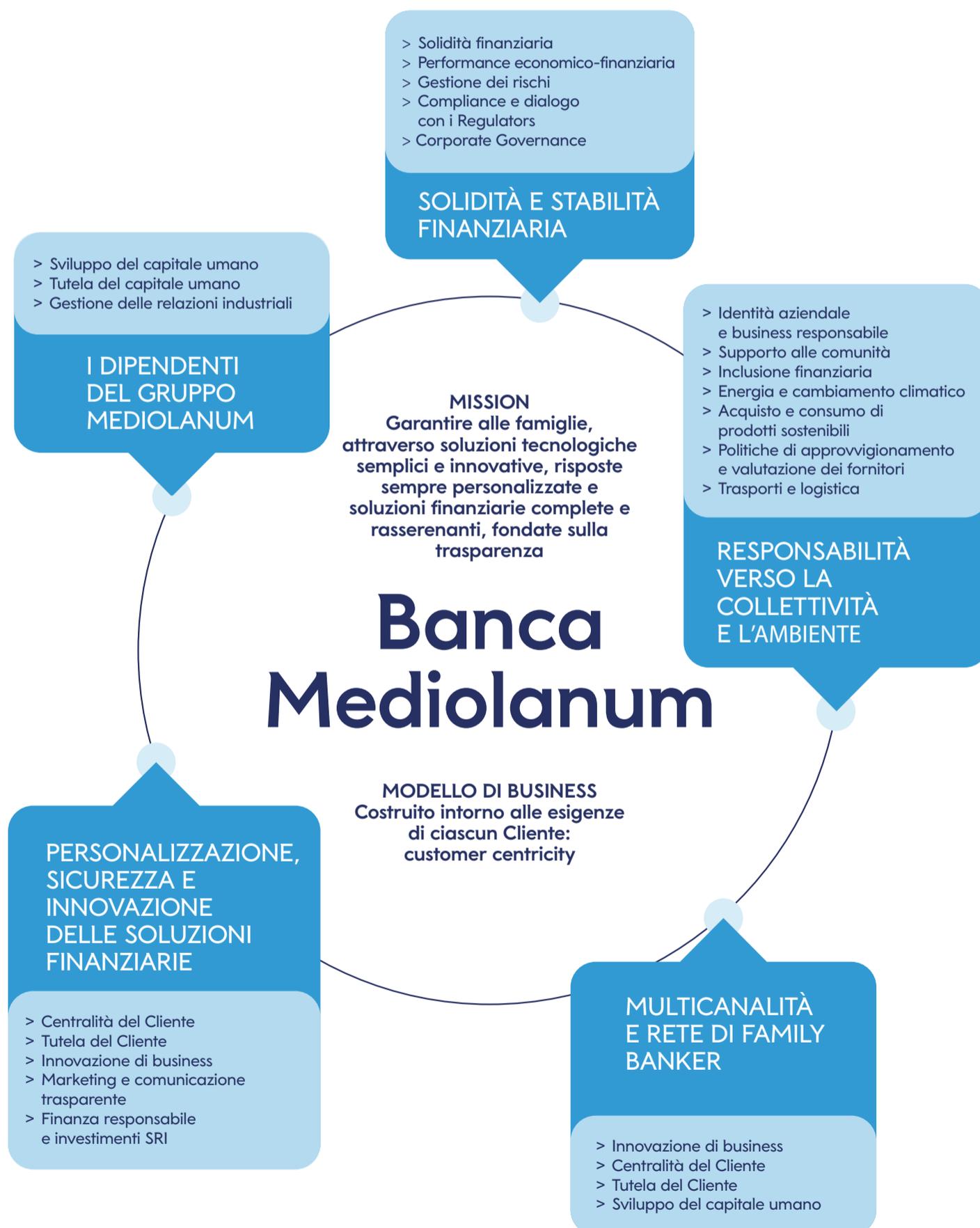
SDG	Tematiche Materiali	Iniziative
 <p>1 NO POVERTY</p>	Inclusione finanziaria	<p>Microcredito: stipula di convenzioni con fondazioni e associazioni diocesane che perseguono finalità di solidarietà operando nel campo dell'assistenza e della beneficenza con lo scopo di assistere e sostenere chiunque versi in situazioni di indebitamento, al fine di prevenire il ricorso all'usura. L'oggetto dell'accordo prevede l'individuazione e l'erogazione di credito a favore di soggetti caratterizzati da basso reddito e/o sulla soglia di povertà per consentire loro di fare fronte a situazioni di emergenza.</p> <p>Conto di base: dedicato alle fasce economicamente svantaggiate, nato dalla collaborazione di MEF, Banca d'Italia, ABI, Poste Italiane e associazioni dei prestatori di servizi di pagamento.</p> <p>Iniziative per clienti e collaboratori in difficoltà.</p> <p>Collaborazioni con Fondazioni e Associazioni, in particolare con Fondazione Mediolanum Onlus che sostiene progetti in favore dell'infanzia disagiata; collaborazioni e sostegno alle ONG (es. Mediolanum Aproxima).</p>
 <p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p>	Tutela del capitale umano	<p>Politiche di Welfare aziendale inclusive, atte a stimolare il Work-Life Balance e a garantire il benessere della persona. Sono stati attivati servizi e progetti rivolti a tutti i collaboratori, come l'asilo nido aziendale e diverse attività extralavorative, da quelle culturali a quelle atletico-sportive.</p>
 <p>4 QUALITY EDUCATION</p>	Supporto alle Comunità	<p>Le attività sviluppate con Centodieci pongono il capitale umano al centro e si sviluppano attraverso eventi sul territorio italiano, momenti speciali di formazione ed esperienza con la partecipazione di relatori e ospiti vicini ai valori di Banca Mediolanum, e con un magazine online che presenta tutte le iniziative e gli eventi di Centodieci e offre uno spazio di condivisione culturale attraverso un blog con interventi su temi di innovazione, tecnologia e valori trasversali.</p>
 <p>7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY</p>	Energia e cambiamento climatico	<p>Per favorire la diffusione di una cultura ambientale in azienda il Gruppo ha messo in atto un'iniziativa per cui in occasione della nascita di un figlio regala alle neo mamme e ai neo papà la possibilità di sostenere il progetto di Treedom.</p> <p>Impianto di trigenerazione per consentire l'autoproduzione contemporanea di energia elettrica, energia termica ed energia frigorifera. L'impianto ha coperto, nel solo 2017, le esigenze del 35,69% dell'energia elettrica necessaria, del totale servizio di riscaldamento, del parziale servizio di condizionamento.</p> <p>La lista di autovetture all'interno della nuova policy aziendale "Policy e Procedura operativa per l'assegnazione, l'utilizzo e la gestione del parco auto aziendale" del 2 maggio 2016, prevede limiti massimi sia di emissione di CO2 che di percorrenza chilometrica e la scelta di veicoli ad alimentazione alternativa, ibride, elettriche o a basso impatto ambientale costituisce un titolo preferenziale nel processo di rinnovo del parco auto aziendale.</p>

## 3. LA SOSTENIBILITÀ IN BANCA MEDIOLANUM

 <p><b>8</b> DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	<p>Finanza responsabile e investimenti SRI</p>	<p>PIR con l'obiettivo di contribuire alla ripresa dell'economia italiana, essendo tra le prime a lanciare prodotti dedicati e raggiungendo in poco meno di un anno oltre 2,4 miliardi di raccolta lorda in questi strumenti di risparmio.</p>
 <p><b>9</b> INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p>	<p>Innovazione di business</p> <p>Finanza responsabile e investimenti SRI</p>	<p>Iniziativa Riparti Italia: mutui e prestiti per ristrutturazioni di immobili di proprietà nell'ambito delle agevolazioni fiscali per i progetti di edilizia sostenibile, le ristrutturazioni immobiliari, gli interventi per il miglioramento del rischio sismico e le riqualificazioni energetiche.</p> <p>Funzione Innovazione che ha l'obiettivo di Generare nuovo Valore e diffondere la Cultura dell'Innovazione.</p>
 <p><b>12</b> RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>	<p>Acquisto e consumo di prodotti sostenibili</p>	<p>Iniziative per ridurre i consumi di carta.</p> <p>Raccolta differenziata e smaltimento rifiuti.</p>
 <p><b>16</b> PEACE AND JUSTICE</p>	<p>Corporate Governance</p> <p>Identità aziendale e business responsabile</p>	<p>Banca Mediolanum partecipa attivamente alla lotta di ogni forma di corruzione, sia pubblica che privata, così come definito dalla legislazione nazionale che, per alcune previsioni, attua la Convenzione dell'Organizzazione delle Nazioni Unite contro la corruzione, la Convenzione Penale sulla Corruzione di Strasburgo e le Linee Guida OCSE.</p> <p>Banca Mediolanum si è dotata di un modello di prevenzione ai sensi del dlgs. 231/01.</p> <p>Nel corpus normativo adottato internamente assume particolare rilevanza la "Policy sul contrasto al riciclaggio e al finanziamento del terrorismo.</p>

## IL BUSINESS SOSTENIBILE DI BANCA MEDIOLANUM

I risultati dell'Analisi di Materialità sono stati applicati al Modello di business del Gruppo Mediolanum. Coniugando l'analisi di materialità al modello di business del Gruppo è stato possibile individuare i cinque pilastri su cui l'azienda basa il proprio business sostenibile.



## 3.1 Solidità e stabilità finanziaria



Fin dalla sua quotazione in Borsa, avvenuta il 3 giugno 1996, il Gruppo Mediolanum ha prodotto utili e distribuito dividendi significativi, nel quadro di un incremento dimensionale totalmente organico e pressoché ininterrotto, con una costante attenzione alla soddisfazione di tutti gli stakeholder. Il 2017 è stato a tutti gli effetti un anno storico per l'industria del risparmio gestito grazie all'introduzione nella Legge di Bilancio dei Piani Individuali di Risparmio (PIR) a concreto sostegno delle aziende italiane.

Banca Mediolanum si è distinta da subito nell'abbracciare questa nuova opportunità con l'obiettivo di contribuire alla ripresa dell'economia italiana, essendo tra le prime a lanciare prodotti dedicati e raggiungendo in poco meno di un anno oltre 2,49 miliardi di raccolta lorda in questi strumenti di risparmio.

Più in generale, la bontà dell'offerta Mediolanum, unita alla qualità della consulenza ai clienti fornita dai Family Banker, è stata premiata dalla raccolta record di 5,8 miliardi di euro in fondi e gestioni, con un incremento del 42% rispetto al 2016. Ciò ha portato le masse totali a 75,7 miliardi di euro al 31 dicembre 2017, nuovamente in crescita del 10% rispetto all'anno precedente, escludendo gli asset di Banca Esperia recentemente ceduti.

A fine anno l'utile netto si è pertanto attestato a 380 milioni di euro, impattato dalla suddetta plusvalenza realizzata sulla vendita della quota in Banca Esperia per 41,6 milioni, ma anche da costi a sostegno del sistema bancario per 52 milioni di euro.

## Performance economico-finanziaria

Utile Netto

380 mln di euro

▶ -3%\*

Raccolta Netta

5.380 mln di euro

▶ -11%\*\*

Divident per share

0,40

Patrimonio Amministrato

75.717 mln di euro

▶ +10%\*\*

Common Equity Tier I Ratio

21,9 %

Indicatore relativo al rapporto tra i crediti deteriorati e il totale impieghi

1,60 %

Liquidity Coverage Ratio

397 %

Valore aggiunto lordo

1.341.320 mln di euro

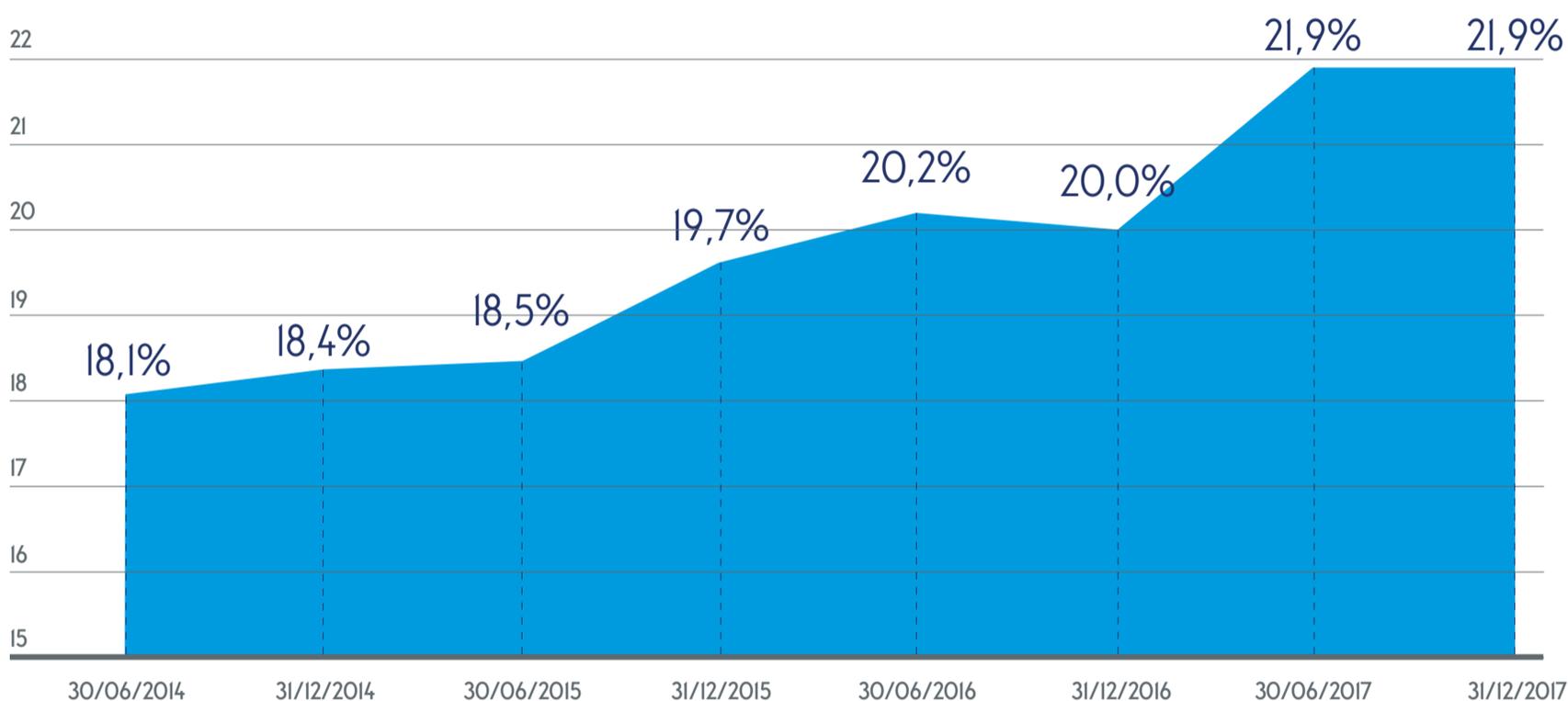
\* Rispetto al 2016

\*\* Rispetto al 2016 escludendo la contribuzione di Banca Esperia

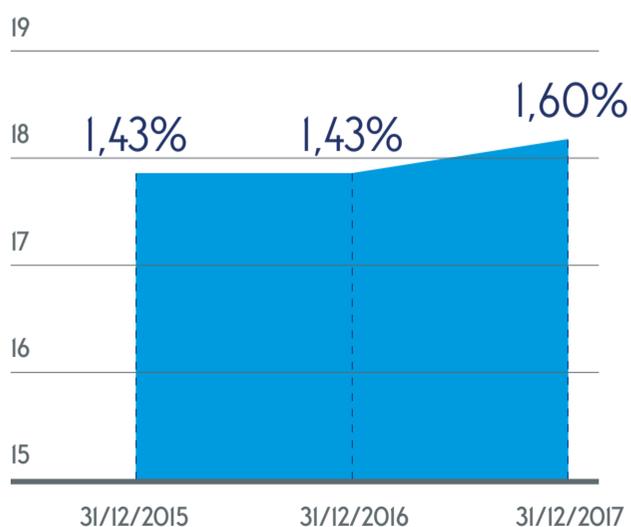
## CET1

Il Gruppo Mediolanum alla data del 31 dicembre 2017 ha continuato a registrare un valore di Common Equity Tier I Ratio (CET I Ratio) incrementale rispetto agli anni precedenti. Il valore del CET I Ratio rappresenta un parametro di solidità patrimoniale di una banca. Il ratio si ottiene mettendo in rapporto il capitale a disposizione della banca e le sue attività ponderate per il rischio.

L'evoluzione del CET I Ratio del Gruppo Mediolanum ha registrato i seguenti valori storici:



## NPL/TOTALE IMPIEGHI



I ratio riportati confermano che, nonostante gli effetti legati alla crisi economica degli ultimi anni, il portafoglio crediti di Banca Mediolanum ha confermato la buona qualità l'oculata gestione degli affidamenti erogati e l'elevato standing della propria Clientela di riferimento. Il Gruppo Mediolanum conferma la propria solidità patrimoniale e finanziaria anche attraverso il valore dei propri indicatori di liquidità di breve (Liquidity Coverage Ratio) e lungo termine (Net Stable Funding Ratio). Tali indicatori esprimono la capacità della Banca e del Gruppo di fare fronte al proprio rischio di liquidità che può manifestarsi attraverso l'inadempimento rispetto agli impegni di pagamento in essere, ovvero dall'incapacità di reperire fondi (funding liquidity risk) a causa della presenza di limiti allo smobilizzo delle attività (market liquidity risk). In particolare, con riferimento all'indicatore di liquidità a breve, si segnala che rispetto al limite stabilito dalla normativa in vigore, che risulta fissato nella misura del 100%, Banca Mediolanum alla data del 31 dicembre 2017 ha segnalato agli organi di Vigilanza un valore dell'LCR pari al 397%.

Temi materiali trattati: **Solidità finanziaria, Performance economico-finanziaria, Gestione dei rischi, Compliance e dialogo con i Regulators.**

## LA RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

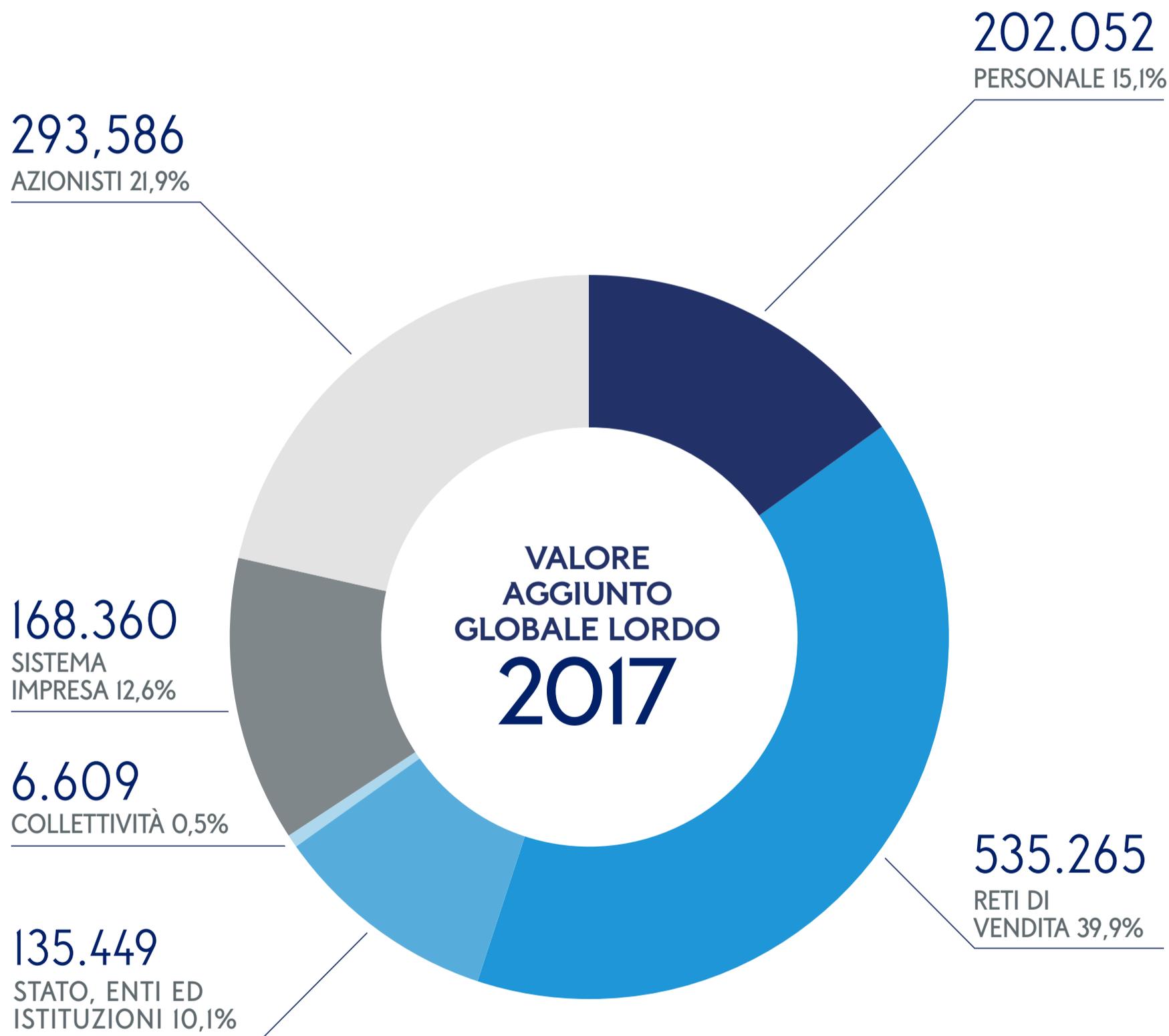
La ripartizione del valore economico generato, ovvero del Valore Aggiunto, è una riclassificazione del conto economico atta ad evidenziare il valore generato dal Gruppo e la sua distribuzione ai principali stakeholder.

Il valore aggiunto del Gruppo Mediolanum esprime quindi in termini monetari i rapporti tra l'impresa e il sistema socio-economico con cui interagisce, con particolare riferimento ad alcuni dei principali stakeholder:

- > gli azionisti, sotto forma di dividendi;
- > personale (dipendenti e collaboratori) e rete di vendita sotto forma di stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto, di quiescenza e simili, remunerazione delle reti di vendita;
- > l'aggregato Stato, Enti e Istituzioni, sotto forma di imposte (dirette e indirette) dei contributi alle associazioni di categoria e agli organismi di vigilanza;
- > la collettività, sotto forma di attività di beneficenza;
- > il sistema impresa, come accantonamento di risorse necessarie agli investimenti produttivi, al fine di mantenere in efficienza e permettere lo sviluppo del complesso aziendale.

Rispetto al 2016, l'esercizio 2017 denota una sostanziale invarianza nella distribuzione del Valore Aggiunto tra i principali stakeholder.

In termini assoluti, l'incremento di 65,3 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente è principalmente da ricondurre all'aumento del payout della rete di vendita per 54,9 milioni di euro, all'aumento delle imposte e tasse sia indirette che dirette sul reddito del periodo per 12,8 milioni di euro.



## 3.2 Personalizzazione, sicurezza e innovazione delle soluzioni finanziarie



## Offerta di Prodotti e Servizi

### PRODOTTI DEL CREDITO

Nel 2017 Banca Mediolanum ha rinnovato l'offerta di prodotti e servizi bancari, di credito e di protezione abbinata ai conti, rendendo disponibili ai propri clienti soluzioni digitali innovative, personalizzate e sicure in linea con i valori del Gruppo.

#### Indagine di customer satisfaction

	Banca Mediolanum n=908*	Banche tradizionali n=512*	Banche online n=402*
<b>È una banca che offre una gamma di prodotti e di servizi completa</b>	84,4	74,8	81,3

\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2017, sul perimetro Italia.

### CONTO MEDIOLANUM

Nel mese di ottobre 2017 Banca Mediolanum, accogliendo l'esigenza di semplificazione, ha lanciato "Conto Mediolanum". Si tratta di un conto unico, completo, semplice, che si modella sulla crescita del cliente, intesa in termini patrimoniali e di utilizzo dei prodotti. La conferma della centralità del Cliente è avvalorata dal rapporto diretto che viene instaurato e dalla risposta concreta all'esigenza di personalizzazione del profilo.

### CREDITO

In ambito Credito, l'impegno di Mediolanum persegue la finalità di individuare le reali necessità e capacità finanziarie del Cliente e le concretizza con una serie di iniziative volte a soddisfare le esigenze di finanziamento, anche attraverso l'utilizzo di nuovi strumenti digitali. La Banca, tramite il supporto del Family Banker® e di figure specialistiche del credito, semplifica il processo di scelta e di inoltro della richiesta di finanziamento servendosi di innovativi processi studiati a protezione del credito.

In questa direzione, sulla scia del successo ottenuto dal servizio Préstamo Nomina in Spagna, è stata da poco realizzata anche in Italia la soluzione via App Banca "Instant Credit", che permette di richiedere, a clienti preselezionati, prestiti personali fino a € 10.000 in modalità full digitale, 7 giorni su 7 e 24 ore su 24, con tassi e pricing sotto la media di mercato. Il prestito personale 'Instant Credit' si allinea anche alla mission continuativa della banca di cogliere le nuove esigenze del Cliente: massimizzare il tempo libero, firma digitale rapida e con minor impatto ambientale, possibilità di richiedere il prestito da casa o nel momento in cui ne sopraggiunge la necessità.

In Spagna, forte dell'esperienza maturata con il Prestamo Nómina, Banco Mediolanum ha arricchito l'offerta "Instant Credit" con il Credito Nomina e le carte di credito (Visa Classic e Oro) disponibili on line (web e App) in modo immediato e automatico per un gruppo di clienti preselezionati. Inoltre, Banco Mediolanum ha eliminato l'uso del supporto cartaceo digitalizzando la richiesta di prodotti di credito con garanzia patrimoniale: a partire dall'ultimo trimestre 2017, sia i Family Banker sia i Clienti possono richiedere al Banco via web l'erogazione di un credito. Pur non trattandosi di un "instant credit", la digitalizzazione della richiesta e del processo di back office riduce l'impatto ambientale e il tempo di analisi da parte degli specialisti, a tutto vantaggio del Cliente finale.

## INIZIATIVA RIPARTI ITALIA

Il quadro normativo degli ultimi anni ha supportato con corpose agevolazioni fiscali i progetti di edilizia sostenibile, le ristrutturazioni immobiliari, gli interventi per il miglioramento del rischio sismico e le riqualificazioni energetiche con evidenti risvolti positivi per l'ambiente. In questo contesto, anche nel 2017, Banca Mediolanum ha riproposto l'iniziativa "Riparti Italia", un mutuo e un prestito per ristrutturazioni di immobili di proprietà in linea con la volontà di Banca Mediolanum di sostenere l'economia nazionale.

## PROTEZIONE

L'interesse di Mediolanum alle reali esigenze del Cliente trova espressione anche nell'offerta Protezione.

Per fornire una risposta concreta ad un'esigenza sociale derivante dall'incremento di casi di non autosufficienza, quale conseguenza del

progressivo invecchiamento della popolazione, “Mediolanum Capitale Autonomia” offre una protezione in caso di perdita di autonomia nello svolgimento di almeno tre delle quattro attività fondamentali della vita quotidiana. La garanzia prevede il rimborso delle spese mediche sostenute e le garanzie di Assistenza (erogazione di servizi di assistenza sanitari, non sanitari, di riabilitazione, di supporto psicologico) e di Adattamento dell’abitazione. Tra le varie polizze rimane anche “Mediolanum Capitale Casa”, lanciata nel 2016, finalizzata a soddisfare la crescente esigenza di proteggere l’abitazione da eventi catastrofici come i terremoti.

## **INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE NEI SERVIZI BANCARI E STRUMENTI DI PAGAMENTO**

Banca Mediolanum continua ad investire sui servizi di pagamento utilizzando le tecnologie più avanzate al fine di consentire alla Clientela di rendere le operazioni più semplici, efficienti e sicure.

Continua il focus sull’App Mediolanum Wallet con cui è possibile pagare bollettini, effettuare ricariche telefoniche, ricariche di carte prepagate, bonifici e trasferimenti di denaro in real time grazie ai servizi *Jiffy P2P* e *Send Money by PayPal*. Il Mediolanum Wallet ha introdotto un’innovazione che, tramite il riconoscimento del volto, migliora la user experience nell’accesso e conferma delle operazioni con Face ID (sui dispositivi iPhone X).

Banca Mediolanum ha lanciato a luglio 2017, tra i primi sul mercato italiano, il servizio Apple Pay, confermando il proprio ruolo di leader nei pagamenti digitali. ApplePay è infatti il servizio di pagamento contactless attraverso il quale i clienti di Banca Mediolanum, titolari della carta di debito Mediolanum Card, possono pagare in negozio in modo semplice e sicuro con i propri device (iPhone e Apple Watch).

Anche l’app di mobile banking Mediolanum è stata completamente rinnovata nella grafica e nei contenuti. E’ possibile accedere, attraverso impronta digitale o Face ID (sui dispositivi iPhone X), alle informazioni sul patrimonio, personalizzare il menù, avere informativa completa su fondi, mutui, prestiti, polizze e titoli.

Anche in Spagna, i progressi nel campo della tecnologia e della digitalizzazione, permettono di offrire ai Clienti prodotti e servizi, dai finanziamenti alla carta di credito, che possono essere monitorati e gestiti online attraverso web e app, migliorando l’efficienza delle operazioni a vantaggio sia del cliente che dell’azienda. Un esempio è Bizum, servizio di pagamento che permette di inviare e richiedere denaro in modo immediato

e sicuro a qualsiasi contatto o gruppi della rubrica dello smartphone, favorendo così anche la comunicazione e il rapporto tra i Clienti.

## RISCHI E POLITICHE

L'intero processo di ideazione, distribuzione e monitoraggio dei prodotti e servizi "propri" della Banca è formalizzato nel "Regolamento del processo di sviluppo e monitoraggio di prodotti e servizi" del 25 settembre 2017, dove sono presenti le linee guida e l'architettura organizzativa del processo. Con riferimento ai prodotti/servizi realizzati da altre società (del Gruppo Mediolanum o Terze Parti, ossia da intermediari produttori diversi da Banca Mediolanum, di seguito anche Società Prodotto), il regolamento rappresenta anche l'interazione e il ruolo della Banca nelle fasi di distribuzione e monitoraggio degli stessi.

Per quanto riguarda le regole di assunzione, monitoraggio e controllo delle varie forme di rischio di credito Mediolanum si è dotata della "Policy di Credit Risk", aggiornata e approvata dal CdA il 25 settembre 2017. Secondo questa policy sono di norma vietate le operazioni da avviare su controparti con produzioni a forte impatto ambientale e produttrici di armi; ogni eventuale eccezione motivata e circostanziata è di competenza esclusiva del Consiglio di Amministrazione.

## Servizi d'investimento

Per stare al passo con uno scenario economico in continua evoluzione, Mediolanum offre la possibilità di adottare una strategia basata sulla diversificazione di portafoglio, che permette di cogliere le diverse opportunità di investimento e di ridurre il rischio dovuto alle oscillazioni di mercato. La Strategia delle 5D di Banca Mediolanum è infatti basata sulla diversificazione per tipologia di strumenti e per tipologie di titoli, per potenziali di crescita, diversificazione temporale e diversificazione geografica, settoriale e valutaria. Si concretizza nel 5D Mediolanum Strategy®, piattaforma di consulenza evoluta che aiuta i Family Banker® a guidare il cliente, dall'analisi dei suoi bisogni alla definizione delle soluzioni più adatte, verificandone l'adeguatezza ai sensi della direttiva MIFID e sottoscrivendole direttamente in modalità digitale.

## SERVIZI D'INVESTIMENTO SOCIALMENTE RESPONSABILI

Mediolanum, seguendo i suoi valori cardine, si sta orientando verso gli investimenti socialmente responsabili, che includono nella valutazione e nel processo di scelta i fattori ESG (Environment, Social and Governance), ovvero quegli elementi organizzativi dell'azienda legati alle politiche ambientali, sociali e di governance.

Mediolanum Asset Management Ltd (MAML) assume la posizione di guida all'interno del Gruppo in questo percorso, anche alla luce dell'inserimento all'interno del direttivo del "Sustainable Nation Ireland", ente no profit creato recentemente al fine di supportare la crescita di business sostenibili, incoraggiare la formazione delle competenze ESG e promuovere l'Irlanda come punto di riferimento per la finanza sostenibile. Mediolanum si è dimostrata molto attiva nel sostenere il programma del "Sustainable Nation Ireland", promuovendo un'iniziativa per ottenere una certificazione ("Kite Mark") che funga da garanzia di qualità per i fondi sostenibili domiciliati in Irlanda. Attualmente la proposta è in fase di revisione da parte del "Sustainable Investment Forum Ireland" con la possibilità di essere attivata già a partire dal 2018.

Mediolanum Asset Management Ltd (MAML), la società di gestione patrimoniale irlandese del Gruppo Mediolanum, continua ad impegnarsi sul fronte della sostenibilità prendendo in considerazione alcuni dei principi ispiratori ai filtri SG sia nella valutazione e selezione dei gestori esterni che nello screening di nuove idee all'interno del processo di investimento. Nell'ambito specifico della gestione dei prodotti SRI, MAML cerca di valutare se e in che modo l'impresa risponda a tutta una serie di standard compresi anche quelli ESG, affidandosi alle pratiche di mercato e alla classificazioni di agenzie esterne specializzate. Questo perché le aziende che operano in linea con questi standard sono generalmente meno esposte a problemi normativi e operativi, mostrano maggiore trasparenza e forniscono prodotti competitivi grazie alla riduzione dei rischi ambientali e sociali.

Sempre riguardo alla filiale estera, i Fondi SRI, costituiti nel 2015 e gestiti in partnership con alcuni dei principali gestori di fondi SRI, hanno ampliato la ricerca di investimenti in aree riguardanti la sostenibilità, in particolare nel settore dell'ambiente e dei cambiamenti climatici, con l'idea di arrivare a considerare nuovi prodotti nei prossimi anni.

In Italia il mercato finanziario è da sempre un mercato prevalentemente bancocentrico e sono ancora poche le società che hanno deciso di finanziare la propria crescita attraverso la quotazione in Borsa. Il mercato dei capitali italiano è, infatti, ancora poco sviluppato; si pensi che il rapporto fra capitalizzazione di borsa e prodotto interno lordo si attesta a circa il 35-40% in Italia contro il 135-140% di paesi come Stati Uniti e UK.

Per affrontare al meglio le sfide poste dall'internazionalizzazione e per fare quel salto dimensionale verso i mercati globali, gli imprenditori italiani hanno invece necessità di finanziamenti a medio-lungo termine. In questo senso, i Piani Individuali di Risparmio (PIR) rappresentano un elemento di svolta, in quanto fanno sì che una parte del risparmio domestico vada a finanziare la crescita delle piccole e medie imprese italiane ed in ultima analisi quella del Paese. La liquidità derivante dai PIR ha infatti portato e sta portando un numero sempre maggiore di società a scegliere la strada della quotazione con la finalità ultima di finanziare la propria crescita, attraverso il reperimento di risorse sotto forma sia di capitale di rischio che di debito.

I fondi PIR lanciati dal gruppo hanno dato un supporto tangibile alle PMI italiane. Banca Mediolanum risulta infatti essere primo investitore assoluto su Aim Italia, il mercato non regolamentato destinato ad ospitare le PMI italiane, e primo investitore domestico (quinto in assoluto) sul segmento Star, che ospita quelle che sono le eccellenze del tessuto industriale italiano.

Banca Mediolanum intende essere al fianco degli imprenditori per aiutarli a cogliere questa grande opportunità, offrendo allo stesso tempo alla propria clientela strumenti d'investimento innovativi volti a cogliere i benefici introdotti dal DL 24 aprile 2017 quali l'esenzione da tassazione dei redditi derivanti dagli investimenti effettuati nel PIR (l'aliquota del 26% o 12,5% sui titoli di Stato) e delle imposte di successione, a patto che lo strumento sia detenuto in portafoglio per almeno 5 anni.

In Spagna, Banco Mediolanum resta attivo nel campo degli investimenti sostenibili con il Fondo Compromiso Mediolanum F.I., un fondo di investimento che cede il 30% delle commissioni di gestione ad enti senza scopo di lucro, creato nel 2016. Ogni cliente può scegliere l'ONG che vuole sostenere fra una lista preselezionata di associazioni, e Mediolanum Gestión esegue una retrocessione semestrale del 30% delle commissioni di gestione a favore dell'organizzazione scelta. È possibile scegliere tra una di queste organizzazioni non governative provenienti a settori di intervento diversi:

- › Aiutare le persone in difficoltà in Spagna sostenendo associazioni appartenenti al progetto benefico Mediolanum Aproxima: Asociación Down Vigo, Asociación de Padres de Niños Oncológicos de Andalucía (ANDEX), Fundació Comtal, Asociación la Torre de Hortaleza, Asociación de padres de niños con cáncer de la Comunidad Valenciana (ASPANION) y Fundación Integrando;
- › Ridurre l'impatto del cambiamento climatico globale: Senergia Green Attitude, Fundación Privada Mar e Fundación ECOMAR;
- › Promuovere la diffusione della cultura: la Fundación Real Colegio Seminario Foundation del Corpus Christi realizza un'importante funzione culturale diretta alla conoscenza della storia sociale, politica, religiosa e artistica di Valencia.

## RISCHI E POLITICHE

Mediolanum Gestione Fondi S.G.R. p.A (di seguito definita MGF) si è dotata di un processo d'investimento costruito ad hoc, formalizzato dal Comitato d'Investimento l'8 giugno 2016, per evitare i rischi, in particolari quelli operativi. Essendo uno dei principali componenti di Assogestioni Mediolanum Gestione Fondi ha recepito integralmente i principi italiani di Stewardship del 2016, richiamati nella propria "Policy su criteri e modalità di esercizio dei diritti inerenti gli strumenti finanziari di pertinenza dei patrimoni gestiti". Questi principi sono di supporto e guida per le Società di gestione che detengono diritti inerenti agli strumenti finanziari degli organismi di investimento collettivo e dei portafogli gestiti, nella loro azione di monitoraggio, engagement e voto negli emittenti quotati partecipati relativamente a:

- › strategia e performance di un emittente quotato partecipato;
- › questioni ordinarie di Corporate Governance, quali costituzione, elezione, successioni e remunerazione del consiglio di amministrazione;
- › approccio alla responsabilità sociale d'impresa;
- › gestione dei rischi.

MGF figura in Assogestioni come uno dei soggetti più attivi in materia di Corporate Governance, con un impegno costante per garantire elementi fondamentali quali la massima trasparenza, l'indipendenza dei soggetti che svolgono funzioni di amministrazione, la tutela degli azionisti di minoranza, le quote rosa. In generale, data l'elevata variabilità del campo di operatività, MGF presenta nella sua stessa modalità di operare una copertura da rischi presenti e futuri.

## Tutela del Cliente

L'attenzione di Mediolanum alla tutela dei principali aspetti della vita del Cliente è pienamente integrata nell'offerta di prodotti e servizi. L'offerta è stata studiata nel rispetto di quanto previsto dagli orientamenti sui dispositivi di governance e di controllo sui prodotti bancari al dettaglio emanati dall'European Banking Authority ("EBA").

Per dar modo al cliente di relazionarsi al meglio con il mondo finanziario e permettergli di comprenderne le caratteristiche principali, Banca Mediolanum rispetta in pieno i requisiti di trasparenza utili a fornire la chiarezza informativa necessaria. La Banca mette in atto processi digitalizzati studiati e aiuta il Cliente nel contenimento dei rischi di concentrazione degli investimenti. Un'ampia tutela è garantita ai Giovani, per cui il "Conto Mediolanum" rimane gratuito fino all'età di 27 anni, garantendogli il tempo di sviluppare una propria autonomia patrimoniale. Anche per gli altri clienti è prevista la gratuità del conto per il primo anno, a prescindere dal profilo e dalla tipologia del cliente.

Per la serenità dei clienti, Banca Mediolanum ha sviluppato dei prodotti ad hoc, tra cui "Mediolanum capitale Autonomia" con lo scopo di fornire una risposta concreta ad un'esigenza sociale derivante dall'incremento di casi di non autosufficienza. È prevista inoltre un'attività di pianificazione patrimoniale che aiuti il Cliente nella tutela della stabilità del proprio futuro, anche a fronte di situazioni di particolare difficoltà nella gestione del quotidiano o di eventi catastrofali.

Al fine di lavorare ad una più efficace tutela del Cliente, Banca Mediolanum in Italia ha aderito all'iniziativa di ABI "Compara Conti" a cui partecipano 31 banche, pari al 62% degli sportelli italiani. Il progetto consiste nello sviluppo di iniziative per migliorare la relazione banca-Cliente su alcuni rilevanti aspetti quali la mobilità, la chiarezza informativa, l'assistenza e la sicurezza. L'iniziativa è rimasta in essere fino al 31 marzo 2017 quando ABI ha comunicato a tutti i consorziati la sospensione temporanea del servizio per permettere gli adeguamenti obbligatori introdotti con il D.Lgs. 37 del 15 marzo 2017.

### TUTELA DELLA PRIVACY

Con il Decreto Legislativo del 30 giugno 2003 n.196 denominato "Codice in materia di protezione dei dati personali", si è riunita in un unico testo

normativo la disciplina italiana sulla Privacy, che si era formata nel tempo mediante numerosi interventi correttivi e integrativi dell'originaria legge 675/1996. Il 4 maggio 2016 è stato pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il nuovo regolamento sulla protezione e libera circolazione dei dati personali, che si applicherà dal 25 maggio 2018 (Regolamento Europeo per la protezione dei dati n. 2016/679).

Allo scopo di aumentare il livello di sicurezza del trattamento dei dati e a tutela della sicurezza del patrimonio informativo dei Clienti e delle Società del Gruppo (ridurre il rischio connesso alla diffusione di dati e/o utilizzo di informazioni da terze parti), si è intervenuti con azioni specifiche quali:

- 1) Organizzazione di corsi dedicati alla formazione e all'aggiornamento sulla normativa privacy per i nostri collaboratori della rete di vendita;
- 2) Organizzazione di corsi di formazione per le nuove risorse del Customer Banking Center sulla normativa privacy.

Inoltre sono state effettuate le seguenti attività necessarie per la definizione del processo di adeguamento al Regolamento europeo:

- > Adozione del Registro dei trattamenti di dati personali e mappatura dei consensi raccolti;
- > Verifica della documentazione contrattuale esistente e realizzazione dei primi adeguamenti formali;
- > Analisi delle misure di sicurezza informatiche adottate;
- > Individuazione ed attivazione delle modalità di gestione dei dati personali all'interno della società e nei rapporti con soggetti terzi.

In Italia in Banca Mediolanum è presente una Unità Privacy, responsabile del presidio degli adempimenti in materia di privacy in qualità di Unità specialistica. In particolare attualmente essa: provvede alle notificazioni al Garante; cura la redazione e l'aggiornamento delle lettere di nomina a responsabile e delle lettere di incarico; cura la gestione delle richieste dell'interessato inerenti i propri dati; cura la gestione delle richieste relative al "Codice Deontologico delle Centrali Rischi Private"; effettua la supervisione sulla formazione privacy erogata ai dipendenti e ai collaboratori della Rete di Vendita; redige e aggiorna le informative e i consensi privacy; fornisce la consulenza, in materia di privacy, a tutte le funzioni aziendali; fornisce supporto per la predisposizione dei riscontri ai reclami dei Clienti, in particolare quelli relativi alla privacy; svolge le verifiche sugli accessi ai dati bancari della Clientela effettuati dagli incaricati al trattamento dei dati.

In Spagna la tutela della privacy è regolamentata dalla Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal che contiene il regolamento volto a garantire e proteggere le libertà civili e i diritti fondamentali delle

persone. Sono previste, tra l'altro, una serie di misure di sicurezza per garantire la qualità dei dati, l'aggiornamento e la manutenzione, nonché la sicurezza contro la possibilità di perdita, furto o smarrimento. Tali misure sono riportate nel Regolamento della LOPD approvato dal Real Decreto 1720/2007 e internamente nel Documento de Seguridad. All'interno del Banco Mediolanum è stato creato un organo amministrativo chiamato "Delegado de protección de datos", che si occupa degli adempimenti in materia di tutela della privacy. Dal 25 maggio 2018 il nuovo Regolamento Europeo sarà pienamente efficace anche in Spagna. A tale scopo l'unità privacy di Banca Mediolanum ha prestato il necessario supporto nel progetto di adeguamento alla predetta normativa.

In Germania, il 27 aprile 2017, il Parlamento ha approvato una nuova legge federale sulla protezione dei dati personali (Bundesdatenschutzgesetz - BDSG) che adegua la legge tedesca alle disposizioni del Regolamento Europeo n. 679 del 2016 sulla protezione dei dati personali (GDPR). Bankaus August Lenz nel corso dell'anno ha avviato le attività di adeguamento al Nuovo Regolamento Europeo (DS-GVO / versione tedesca del GDPR). Infine, in Irlanda, a seguito della prossima entrata in vigore del citato Regolamento Europeo n. 2016/679, è in corso, con presidio accentrato su Banca Mediolanum S.p.A. in qualità di Capogruppo, specifica attività progettuale per l'adeguamento alla predetta normativa.

## GESTIONE RECLAMI

Il Gruppo Mediolanum ha adottato, conformemente alle disposizioni normative vigenti, un processo strutturato e codificato per la gestione dei reclami della clientela e dei potenziali Clienti, consapevole che la piena soddisfazione dei propri Clienti, oltre ad essere elemento prioritario della propria strategia, costituisce un importante fattore per sviluppare e diffondere una buona immagine aziendale all'interno del mercato.

A tal proposito, il processo di gestione dei reclami è stato impostato nell'ottica di adempiere alle disposizioni vigenti e di trarre importanti informazioni per il miglioramento continuo dei servizi prestati, fornendo allo stesso tempo risposte esaurienti ai Clienti. In questo senso, il 29 dicembre 2017 è stato effettuato un aggiornamento della Policy di Gestione dei Reclami con l'emissione della nuova circolare 108/17, emessa da Banca Mediolanum S.p.A. in qualità di Capogruppo, che andrà a sostituire integralmente la precedente.

La procedura di gestione dei reclami permette di registrare gli elementi essenziali di ciascun reclamo ricevuto, nonché delle eventuali misure adottate a favore del Cliente per risolvere il problema sollevato. Pertanto a ciascun reclamo pervenuto, distintamente per servizio prestato, è assegnato un codice numerico che ne consenta l'identificazione univoca e progressiva su base annua. L'intero ciclo di gestione dei reclami è afferente le società italiane del Gruppo e comprende le fasi di acquisizione, registrazione, istruttoria e predisposizione delle risposte alla Clientela, identificando eventuali azioni di miglioramento sui servizi prestati. Fanno eccezione i reclami indirizzati a Mediolanum Fiduciaria che, per motivi di riservatezza sui Clienti fiducianti, sono curati direttamente dalla medesima. Presso le società estere del Gruppo sono state attivate procedure analoghe, volte ad assicurare la corretta trattazione dei reclami ricevuti, fornendo regolare reportistica alla Capogruppo.

Dal 2016 l'Unità Organizzativa responsabile della gestione dei reclami è stata allocata nell'ambito della Funzione Compliance a cui compete, tra l'altro, la valutazione a seguito delle anomalie segnalate, dell'opportunità di adottare eventuali interventi di mitigazione della rischiosità dei processi o nelle procedure adottate.

La funzione Compliance redige, inoltre, un'informativa annuale per il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale, in merito al processo di gestione dei reclami, evidenziando le eventuali carenze procedurali, organizzative e comportamentali emerse a seguito delle analisi svolte.

Dall'esame dei reclami pervenuti nell'anno 2017, non sono emerse carenze procedurali, organizzative e comportamentali tali da essere comunicate all'Alta Direzione e al Collegio Sindacale pur essendo state avviate alcune iniziative di mitigazione per gli ambiti maggiormente significativi e riguardo le ordinarie attività di miglioramento dei processi operativi e di servizio alla clientela.

Banco Mediolanum, in Spagna, dispone di un "Servicio de Defensa del Cliente" la cui funzione è quella di assistere e risolvere i reclami e le richieste presentati dai Clienti, relativi ai loro interessi e diritti legalmente riconosciuti. L'attività del Servizio è regolata dal "Reglamento de Funcionamiento", conforme alle norme del decreto ECO/734/2004. Inoltre, Banco Mediolanum dispone di una "Política de Gestión de Quejas y Reclamaciones" adottata seguendo le linee guida delle autorità di vigilanza europee (ESMA e EBA).

Questa politica, ispirata al trattamento equo dei Clienti per garantire una corretta e diligente gestione delle denunce e reclami, è stata voluta non solo al fine di rispettare le disposizioni in vigore, ma anche di ottenere informazioni rilevanti per il miglioramento continuo dei servizi forniti ai Clienti. L'adeguato controllo di questo processo è uno strumento essenziale per migliorare le attività, i servizi forniti e la relazione con i Clienti.

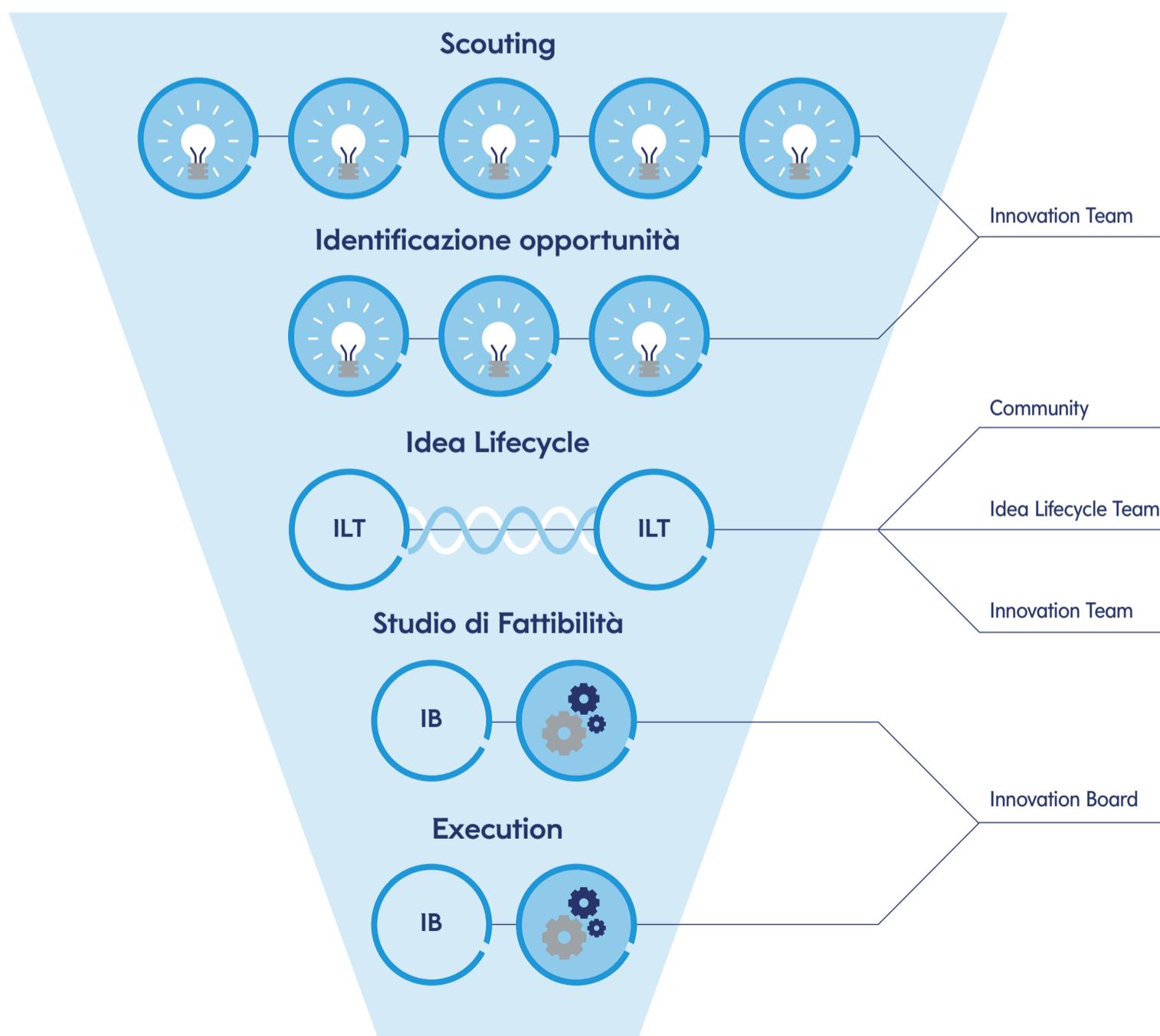
Bankhaus August Lenz dispone del "BAL Quality Management" che ha funzioni simili a quelle del "Servicio de Defensa del Cliente".

## Innovazione

La Funzione Innovazione nasce nel 2014 con la finalità di comprendere e analizzare i principali trend alla base dei cambiamenti tecnologici e socio-economici in atto nello scenario competitivo globale, individuandone le opportunità. La missione della Funzione Innovazione è quella di Generare nuovo Valore e diffondere la Cultura dell'Innovazione.

La Funzione Innovazione è posizionata all'interno della Direzione Marketing-Comunicazione e Innovazione, cui riporta direttamente, e consta di tre membri: Innovation Program Manager, Innovation Evangelist, Innovation Project Manager (Inno Team).

La Funzione Innovazione si è dotata di un processo strutturato e articolato in diverse fasi: il "Funnel".



Il “Funnel”, rappresentato nella pagina precedenti, si compone di diverse fasi in cui intervengono diversi attori:

- > **Fase di Scouting:** comprende tutte le attività di ricerca e sperimentazione. L’Inno Team analizza la concorrenza, partecipa ad eventi di settore, incontra startup e sperimenta direttamente alcune soluzioni (innovazioni, prototipi, metodologie...) che ritiene interessanti.
- > **Identificazione delle Opportunità:** quanto prodotto nella fase di Scouting viene analizzato rispetto ai valori di Mediolanum, al valore proposto ai suoi Clienti, al valore potenziale per i propri Family Banker e alle potenzialità oggettive di quanto osservato. A tal fine, in un’ottica di “Open Innovation”, è stato costituito un “Inno Leadership Team”, composto da 16 senior manager in rappresentanza delle linee di Business della Banca e dei Family Banker, che è coinvolto in diverse fasi del “Funnel”. Qualora venga identificata una opportunità, l’Inno Team trasforma gli input provenienti dalle fonti in «light concept»: una rappresentazione grafica espositiva dell’idea potenzialmente attivabile dalla banca.
- > **Idea Lifecycle:** processo di sviluppo del “Light Concept” attraverso le metodologie di Design Thinking. Ha l’obiettivo di costruire dei “Concept” o, in alcuni casi, dei “Prototipi”, attraverso le fasi di Idea Generation, Crunching e Prototyping.
- > **Studio di fattibilità:** se il Prototipo o il Concept è valutato positivamente dall’Inno Board (Presidente, Amministratore delegato, Direttore Generale di Banca Mediolanum), vengono coinvolte le diverse Business Lines (coordinate da Inno Team) per la produzione di uno studio di fattibilità e di un conto economico di progetto. Lo studio di fattibilità e il conto economico sono presentati di nuovo all’Inno Board per la valutazione finale.
- > **Execution:** una valutazione positiva dello studio di fattibilità conferisce al prototipo lo status di progetto. A questo punto il progetto rientra all’interno del Portfolio progetti, gestito dall’Unità Organizzativa di Demand & Portfolio Management, che ne valuta anche la priorità rispetto agli altri. Il progetto viene infine preso in carico dalla linea di business di competenza.

## Iniziative di comunicazione verso i Clienti

### COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Nel 2017 Mediolanum ha effettuato una pluralità di iniziative volte a valorizzare e comunicare la solidità e sicurezza della banca, l'attenzione al Cliente e la capacità di innovare, sia in termini di nuovi servizi tecnologici, sia come sostenitori di nuove forme di investimento, quali i Piani Individuali di Risparmio.

In Italia l'attività di comunicazione prende avvio a gennaio 2017 con un'iniziativa sul mezzo stampa volta a promuovere, una nuova promozione in partnership con Amazon. Il mese di febbraio si apre con una campagna pubblicitaria *full media*, atta a raccontare gli aspetti più significativi del rapporto Banca-cliente. Sul mezzo stampa Mediolanum promuove la possibilità di investire nei PIR, che sono protagonisti anche di una seconda campagna *on air* nel mese di novembre. La Divisione Mediolanum Private Banking è oggetto di una campagna stampa continuativa (giugno - dicembre) che evidenzia i principali risultati raggiunti dalla Divisione.

Nel complesso, il 2017 ha visto la messa on air di:

- > 4 flight "full media", che hanno coinvolto i mezzi TV, radio, web, stampa e affissione;
- > La promozione di 6 iniziative di comunicazione che non hanno coinvolto il mezzo tv (ad esempio Mediolanum Tour 2017, Promozione Amazon, Campagna Private Banking);
- > La pianificazione di 8 campagne locali;
- > Azioni continuative sul web - anche volte all'acquisizione diretta - e sui Social Media della Banca.

In Spagna Banco Mediolanum ha portato avanti la sua nuova strategia di comunicazione che utilizza il coaching finanziario come filo conduttore e il claim "¿Cuáles son tus metas?". Partendo da un'analisi delle caratteristiche fondamentali del brand si è arrivati a una proposta di valore e una mission "Gestire lo sforzo e le aspirazioni delle persone attraverso la cura delle loro finanze". Sul solco tracciato da questa campagna, la strategia di comunicazione di Banco Mediolanum, si muove e si concentra sugli ambiti di:

- > Coaching,
- > Aspirazioni,
- > Relazioni,
- > Sicurezza.

Durante l'anno è stata lanciata una campagna utilizzando mezzi di comunicazione quali TV, Cinema e Internet.

Banco Mediolanum promuove la trasparenza nella comunicazione commerciale, pertanto si avvale di Autocontrol, associazione non profit che mira a garantire che la pubblicità sia veritiera, onesta e legale. Autocontrol è responsabile dell'autoregolamentazione in Spagna e Banco Mediolanum prima di emettere una pubblicità ottiene il rilascio di una garanzia di fiducia e credibilità. Clienti e potenziali Clienti beneficiano dell'autoregolamentazione perché garantisce una comunicazione responsabile che soddisfi tutti i requisiti di legge.

## EVENTI

Gli eventi rappresentano per il Gruppo e la Rete di Family Banker un'opportunità e modalità per rendere concreto il valore della Relazione incontrando Clienti e Prospect in diverse occasioni.

Il 13 giugno, presso l'Ambasciata Italiana a Madrid, si è tenuto il primo evento per presentare il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Mediolanum. L'evento, che ha coinvolto clienti e personaggi istituzionali come l'ambasciatore italiano in Spagna, è stato finalizzato a spiegare l'impegno del Gruppo nel campo della sostenibilità e condividere i valori guida.

In Italia durante tutto l'anno si sono svolti quasi 5.000 eventi divisi in Eventi Mediolanum For You, High level e locali che hanno visto coinvolte 225.900 persone. A questi si aggiungono gli appuntamenti dedicati ai PIR (Piani Individuali di risparmio): 35 eventi locali e regionali a cui hanno partecipato complessivamente 12.000 persone. Anche quest'anno la sponsorizzazione del Giro d'Italia è stata un'occasione per mantenere relazioni sul territorio, raggiungendo località diverse.

In Spagna il 10 giugno si è tenuta la quarta edizione della "15k Nocturna Valencia 2017 Banco Mediolanum". Fin dalla prima edizione, Banco Mediolanum è lo sponsor principale della popolare corsa. Insieme alla Fundación Valencia Club de Atletismo de la Comunidad Valenciana, Banco Mediolanum promuove lo sport e l'attività fisica. A questa edizione hanno partecipato oltre 10.000 corridori.

Nel 2017 Banco Mediolanum è stato patrocinatore di un circuito di 8 eventi di running in Galizia; questo circuito condivide e promuove i valori del Banco. In particolare, questo patrocinio ha i seguenti obiettivi:

- > dare impulso allo sport come stile di vita generatore di abitudini sane per la salute e le relazioni sociali;
- > lo sport come elemento fondamentale del sistema educativo, sanitario e di qualità di vita;
- > diffusione e impegno di Banco Mediolanum nei confronti della società e della regione.

### Indagine di customer satisfaction

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche online
	n=908*	n=512*	n=402*
<b>È una banca che comunica in modo chiaro e trasparente</b>	83,7	70,3	81,3

\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2017, sul perimetro Italia.

## RISCHI E POLITICHE

Il processo di organizzazione di un evento aziendale si distingue dai processi operativi "standard" della Banca, che sono generalmente permanenti o semi-permanenti. Data la differente natura di tale processo e i rischi che comporta, per la sua gestione si è scelto di utilizzare un approccio specifico descritto nel "Regolamento del processo di organizzazione degli eventi aziendali", aggiornato il 1 aprile 2015. Il Regolamento si applica a tutti gli Eventi Aziendali e a tutte le iniziative di Comunicazione, per le quali viene incaricato l'Ufficio Marketing Rete e Organizzazione Eventi, realizzati sia sul territorio che presso la sede di Banca Mediolanum.



## Multicanalità, Banking Center, Internet e Mobile

Nel 2017 l'utilizzo dei Canali Diretti ha sfiorato i 70 milioni di contatti (+18% rispetto al 2016), con un sensibile incremento nell'utilizzo delle App Mobile.

### I numeri della Multicanalità Dettaglio Gruppo

Totale  
Contatti

69.552.260

▶ +18,27%\*

App  
Mobile

38.901.194

▶ +41,85%\*

Canali Diretti  
2017

Banking  
Center

2.671.028

▶ +1,37%\*

Website

25.175.515

▶ -1,66%\*

Altri

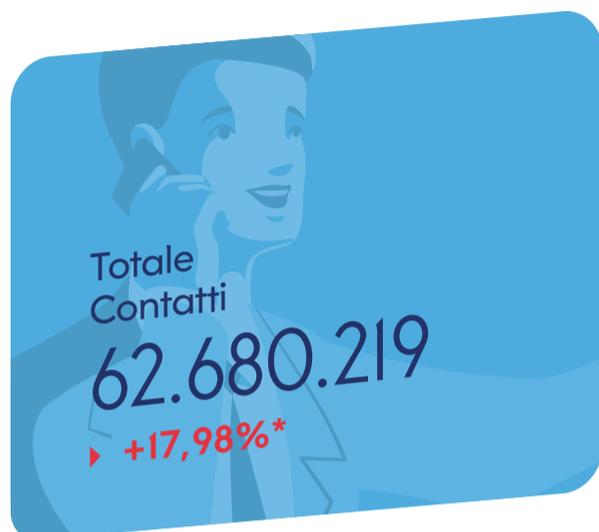
2.804.523

▶ -10,88%\*

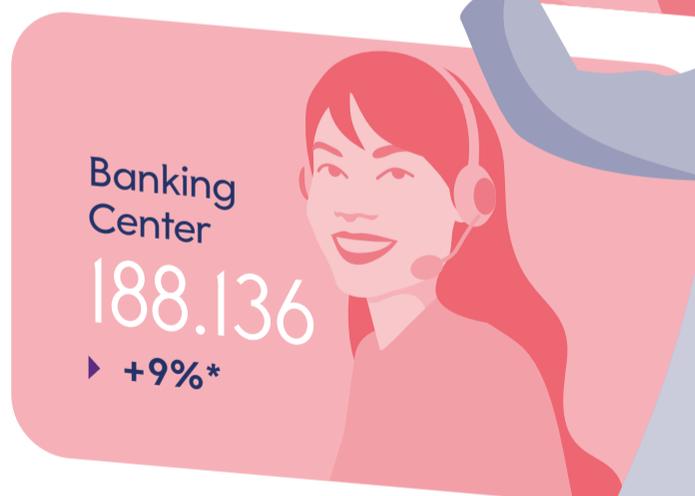
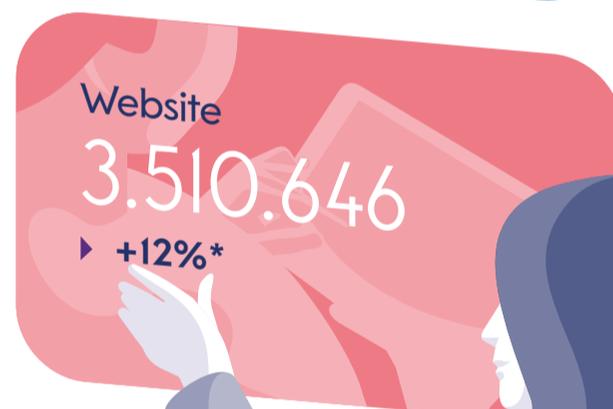
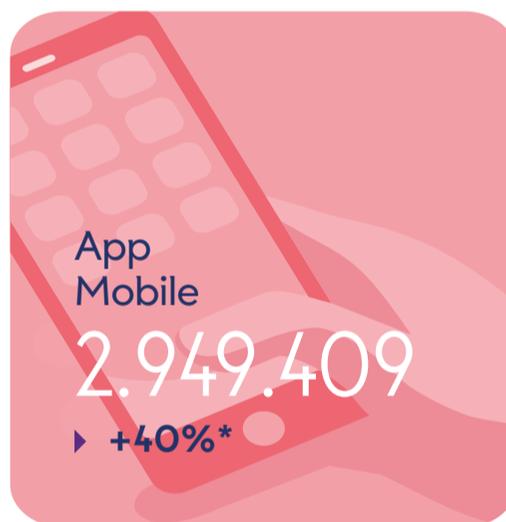
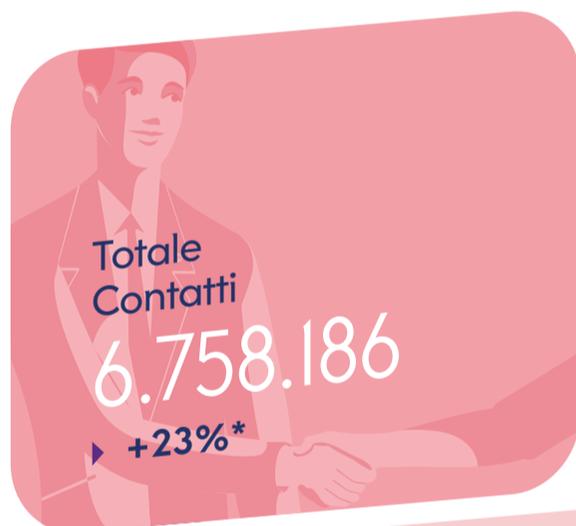
\* Rispetto al 2016

\*\* Bankhaus August Lenz non ha sviluppato App Mobile, ma si serve di un sito internet responsive

## Dettaglio Italia



## Dettaglio Spagna



\* Rispetto al 2016

Inoltre, in Spagna, l'attività dei Family Bankers ha raggiunto a fine 2017 un indice di digitalizzazione delle operazioni realizzate (sottoscrizione prodotti, etc) superiore al 90%.

## Indagine di customer satisfaction

	Banca Mediolanum n=857*	Banche tradizionali n=446*	Banche online n=391*
Overall internet banking	87,2	79,5	86,2
È una banca 'facile da usare'	86,9	76,3	87,4

\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2017, sul perimetro Italia.

## RISCHI E POLITICHE

I principi guida, l'architettura organizzativa e le interdipendenze alla base del processo di alimentazione e aggiornamento dei canali digitali (ad esempio: Home banking, App mobile, IVR, App TV) della Clientela di Banca Mediolanum, ovvero i canali diretti, vengono descritti nel "Regolamento del processo di evoluzione dei canali digitali della Clientela di Banca Mediolanum", del 28 settembre 2016.

## Lo sviluppo della Rete di Family Banker®

### RETE DI FAMILY BANKER®

La figura del Family Banker® rappresenta il canale di contatto diretto attraverso cui avviene l'interazione tra Banca e Cliente. Proprio per questo, Mediolanum si impegna a scegliere profili estremamente qualificati e ad alto potenziale, da far crescere in azienda grazie anche ai numerosi momenti di formazione offerti. Questo giustifica il numero limitato sia di nuovi entrati che in uscita e il turnover limitati.

### Composizione della rete di Family Banker® per genere e categoria professionale (Gruppo Mediolanum)

Numero persone	31/12/2017			31/12/2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Manager	839	92	931	915	96	1.011
Consulenti	3.319	984	4.303	3.262	976	4.238
<b>TOTALE</b>	<b>4.158</b>	<b>1.076</b>	<b>5.234</b>	<b>4.177</b>	<b>1.072</b>	<b>5.249</b>

Dal punto di vista della distribuzione geografica della rete di Family Banker si registra una chiara coerenza rispetto alla distribuzione della ricchezza. Di seguito il dettaglio.

Regione	UT*	FBO**	Succursali
Lombardia	27	43	2
Piemonte	18	15	-
Valle D'aosta	0	2	-
Liguria	8	3	-
Veneto	41	40	-
Trentino Alto Adige	8	4	-
Friuli Venezia Giulia	10	5	-
Emilia Romagna	17	32	-
Toscana	11	24	-
Umbria	3	5	-
Marche	4	14	-
Abruzzo	5	4	-
Molise	0	5	-
Lazio	17	22	1
Sardegna	3	1	-
Campania	14	7	-
Puglia	4	6	-
Calabria	8	3	-
Basilicata	2	0	-
Sicilia	34	19	-
<b>TOTALE</b>	<b>234</b>	<b>254</b>	<b>3</b>

\* Ufficio Tradizionale

\*\* Family Banker Office

## Spagna

Regione	FBO, uffici di agenti di Borsa, sportelli
Andalucía	7
Aragón	2
Asturias	1
Cantabria	1
Castilla La Mancha	1
Castilla León	2
Catalunya	9
Comunidad Valenciana	10
Galicia	10
Islas Baleares	1
La Rioja	1
Madrid	3
Murcia	1
Navarra	2
País Vasco	5
<b>TOTALE</b>	<b>56</b>

## Germania

Città	FBO
Berlin	1
Düsseldorf	1
Hamburg	1
Munich	1
Rostock	1
Stuttgart	1
<b>TOTALE</b>	<b>6</b>

## RISCHI E POLITICHE

Tutti i Family Banker nello svolgere le proprie funzioni sono tenuti a seguire un “Codice Deontologico” e sono sottoposti a controlli continuativi da parte di supervisori (controlli di 1° livello) e da un ufficio istituito ad hoc, che in Italia prende il nome di “Unità Controlli Preventivi Rete”.

Nel corso del 2017 l’Unità Controlli Preventivi Rete ha operato finalizzando le ricorrenti analisi e verifiche di secondo livello sull’operatività della Rete di vendita, con l’obiettivo di assicurarne la costante e piena conformità alla normativa vigente in materia di collocamento ed offerta fuori sede.

Verifiche ed accertamenti sono stati condotti sia presso gli uffici privati dei Family Banker che presso gli archivi centrali: unitamente a dette verifiche sono state altresì monitorati, tramite appositi indicatori quantitativi e statistici, potenziali rischi operativi e di reputazione connessi all’attività della Rete di Vendita.

L’Unità Controlli Preventivi Rete si è inoltre avvalsa del supporto delle risorse del Banking Center, per lo svolgimento di attività integrative di controllo dirette sui clienti, anche mediante tecniche di comunicazione e di informazione a distanza.

Al termine di tali verifiche, sono stati programmati i necessari interventi per sanare le anomalie riscontrate e, ove necessario, sono stati presi provvedimenti sanzionatori o revocatori nei confronti dei promotori coinvolti. Al 31 dicembre 2017 l’Unità Controlli Preventivi Rete è formata complessivamente da n. 26 risorse, con una produttività in linea con quella dell’anno precedente. A queste devono aggiungersi l’equivalente di circa 4-6 risorse all’interno del Banking Center di Banca Mediolanum per le suddette attività di controllo svolte direttamente con i clienti anche mediante tecniche di comunicazione a distanza.

Nel corso dell’anno 2017 i possibili casi di episodi fraudolenti commessi da Family Banker e segnalati all’Organo di Vigilanza sono stati n. 4 contro n. 7 casi del 2016, con la conferma di una stabile e ridotta frequenza sinistri, in relazione alla media della stessa negli ultimi 10 anni. A maggior tutela della Banca è stata inoltre rinnovata anche per il 2018, la polizza stipulata a copertura degli eventuali illeciti commessi dalla Rete di vendita a danno dei clienti.

In Spagna, con struttura e funzionamento simili all’Unità Controlli Preventivi Rete, opera la “Inspeccion Red de Venta” che effettua controlli, sul Family Banker, sia reattivi, su segnalazione, che proattivi, accertamenti periodici. Nel 2017 la funzione conta 9 persone, considerato il responsabile.

## FORMAZIONE DELLA RETE COMMERCIALE DI FAMILY BANKER®

L'azienda ritiene fondamentale l'apprendimento e la formazione della propria Rete Commerciale per sviluppare l'eccellenza nella relazione con i Clienti, nella gestione del risparmio familiare, nella consulenza finanziaria e patrimoniale. I numeri mettono in evidenza un aumento del 7,3% delle ore di formazione erogate, che nel 2017 ammontano a 611.664 contro le 569.254 del 2016. Per l'importanza che assume, il processo di formazione della Rete di Vendita segue dei principi guida e un'architettura organizzativa descritti nel "Regolamento del Processo e di formazione della Rete di Vendita e del Personale dipendente" del 2016.

In Italia nel corso del 2017 è continuata l'erogazione della seconda Edizione del "Master in Family Banking": un percorso formativo biennale, progettato in collaborazione con la Facoltà di Scienze Bancarie, Finanziarie e Assicurative dell'Università Cattolica.

A luglio del 2016 è iniziato il percorso di formazione manageriale, della durata di 29 mesi, denominato "Banking & Innovation Management Executive Master" (in breve BIMEX) per accrescere e potenziare le conoscenze tecniche e le abilità manageriali. L'Executive Master BIMEX sta attualmente coinvolgendo 279 Manager della struttura commerciale della Banca con attività di approfondimento e studio sia in aula, sia in modalità digital learning, anche attraverso un'App dedicata. Nel 2017 sono state tenute 95 aule per un totale di 260 giornate d'aula. Per gli esami sostenuti nel corso del 2017 la media di promossi al primo appello è stata del 79%. Il "Banking & Innovation Management Executive Master" si è classificato al primo posto alla terza edizione del premio AIF - ADRIANO OLIVETTI per la categoria Amministrazione & Finanza.

Sempre nel corso del 2017:

- > È stato avviato un percorso specialistico per l'abilitazione ai servizi di Corporate Finance erogati dalla Divisione Asset & Wealth Management della Banca.
- > È proseguito il ciclo di incontri My Business 360° che, con cadenza quindicinale, coinvolge l'intera rete di Family Banker® con l'obiettivo di formare e aggiornare costantemente la struttura commerciale della Banca. My Business 360°, ha visto la partecipazione di 3.978 Family Banker®, del totale attivi a fine anno, con l'erogazione di 208.289 ore di formazione d'aula sul territorio.

- > Nell'ambito del potenziamento delle conoscenze sulla nuova normativa MiFID II, sono stati organizzati cicli incontri info-formativi: "Creare Valore Oggi" e "Formarsi per Affermarsi".

Anche in Spagna, per rispondere alle richieste della nuova normativa MIFID II, è stata prevista una formazione specifica per gli agenti che prestano servizi di consulenza. Banco Mediolanum, in collaborazione con l'Università Politecnica di Valencia (UPV), ha progettato un piano di formazione per i Family Banker approvato dalla CNMV (Comisión Nacional Mercado de Valores - Organo di Vigilanza) e finalizzato all'ottenimento del titolo ufficiale di agente finanziario europeo. Questo corso prevede una durata totale di 150 ore, di formazione sia teorica sia pratica, e un esame finale, e i principali ambiti di studio sono relativi a:

- > Consulenza e pianificazione finanziaria;
- > Caratteristiche e funzionamento dei prodotti di investimento, assicurativi e previdenziali;
- > Pianificazione fiscale;
- > Elementi normativi, legislativi ed etici.

È proseguita l'attività formativa specialistica destinata ai Relatori Faculty MCU e sempre nel corso del 2017, si è concluso il processo di valutazione e di selezione volto a individuare nuove figure da inserire come Relatori nella Faculty MCU. A fine dicembre 2017 i Relatori sono 154.

Banca Mediolanum dà la possibilità, ai propri Family Banker®, di partecipare a specifici percorsi formativi finalizzati al sostenimento dell'esame di Certificazione EFPA per i seguenti livelli: EIP (European Investment Practitioner) per Consulenti finanziari, EFA (European Financial Advisor) e per il livello avanzato EFP (European Financial Planner). A fine dicembre 2017, i Family Banker® di Banca Mediolanum certificati EFPA sono pari a 446 di cui: 122 EIP, 259 EFA, 64 EFP e 1 Defs.

Nel corso del 2017 si registra un totale di ore erogate pari a 499.414. Nell'ambito di questo dato, si rileva un decremento del 11,1% del numero totale di ore erogate dovuto principalmente a una riduzione delle ore formative on line che passano da 233.903 ore del 2016 a 146.087 ore del 2017 (-37,5%). Le attività formative, svolte in modalità on line, hanno riguardato principalmente la tematica MiFID II e l'aggiornamento normativo annuale IVASS.

Le ore d'aula nel 2017 sono state pari al 353.328, registrando un incremento del 7,7% rispetto allo stesso dato del 2016. Sempre rispetto all'anno precedente, si evidenzia un incremento significativo, pari al +21,1%, del numero di ore d'aula patrocinate da MCU. Per l'impostazione didattica, per la rilevanza di alcune tematiche o, in altri casi, per una maggior efficacia valoriale, infatti, è stato scelto che alcune iniziative formative fossero coordinate e erogate con il presidio diretto di Mediolanum Corporate University anche sul territorio.

## 3.4 I Dipendenti del Gruppo Mediolanum



## I Dipendenti del Gruppo Mediolanum

Il Gruppo Mediolanum promuove lo sviluppo di una cultura aziendale basata su valori condivisi e sull'orientamento all'impegno e all'integrità. Costruisce, coerentemente ai valori, leve e azioni che rafforzano la valorizzazione delle persone e il riconoscimento delle conoscenze e capacità dei collaboratori del Gruppo. I dipendenti vengono "accompagnati" in percorsi di sviluppo professionale finalizzati a far emergere talento e competenze e sono destinatari di politiche di Welfare aziendale inclusive, atte a stimolare il Work-Life Balance e a garantire il benessere della persona. Sono stati attivati servizi e progetti rivolti a tutti i collaboratori, come l'asilo nido aziendale e diverse attività extralavorative, da quelle culturali a quelle atletico-sportive. Vengono costantemente favorite situazioni che possano migliorare il clima e il modo di lavorare insieme, introducendo open space condivisi tra il personale di più funzioni per un'interazione continua. Anche il pasto vuole essere considerato come un momento che non si limiti al semplice "consumo di cibo", ma che possa rappresentare un'occasione di benessere, convivialità e condivisione. A tal fine nella sede di Basiglio è stato realizzato un nuovo punto di ristoro dedicato a dipendenti e collaboratori, spazio accogliente e di relazione che associa il design innovativo ad una proposta gastronomica che valorizza la cucina italiana.

### DIMENSIONE DELL'ORGANICO DEL GRUPPO ANNO 2017

Le analisi riportate di seguito riguardano le dinamiche dell'occupazione e un'analisi delle caratteristiche del personale dipendente del Gruppo Mediolanum al 31 dicembre 2017. L'analisi di comparazione viene effettuata rispetto all'anno 2016.

	Totale Forza Lavoro					
	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Numero dipendenti</b>						
<b>Dipendenti</b>	1.316	1.295	2.611	1.287	1.298	2.585
<b>Altri collaboratori</b>	25	35	60	47	50	97
<b>TOTALE</b>	<b>1.341</b>	<b>1.330</b>	<b>2.671</b>	<b>1.334</b>	<b>1.348</b>	<b>2.682</b>

Nel 2017 sono inclusi nel calcolo dei dipendenti di Bankhaus August Lenz 3 amministratori e 3 student, non inseriti nel 2016

## RIPARTIZIONE PER CATEGORIE E GENERE

Il Gruppo Mediolanum nel 2017 ha registrato un marginale incremento dell'organico, inferiore all'1%; tale risultato è dovuto alla combinazione di un flusso di assunzione pari a 120 nuove risorse e di un volume delle cessazioni pari a 100 risorse, distribuite diversamente nei vari paesi. L'organico delle Società italiane del Gruppo è rimasto sostanzialmente invariato, mentre lo sviluppo dei business esteri è stato accompagnato da una relativa crescita degli organici (in particolare la Spagna ha fatto registrare un aumento del 4,6% rispetto al 2016).

La distribuzione dell'organico per genere è rimasta sostanzialmente invariata rispetto all'anno precedente. Le donne che lavorano per il Gruppo Mediolanum rappresentano il 49,6% dei dipendenti.

La minore presenza di donne che ricoprono ruoli manageriali determina un maggiore differenziale retributivo uomo/donna in particolare nella popolazione dei Senior Manager, mentre per le restanti popolazioni aziendali si evidenzia come per ruoli e responsabilità maggiormente confrontabili i livelli retributivi siano sostanzialmente allineati.

## RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE

Si conferma l'andamento già registrato nel 2016 di una riduzione della quota di organico complessivo riconducibile a contratti atipici e/o altre forme di collaborazione, che fanno registrare una diminuzione di c.a. 1,4% rispetto all'anno precedente.

Disaggregando il dato in base all'orario di lavoro svolto, si osserva che il personale part-time è prevalentemente femminile ed è pari al 3,3% dei dipendenti assunti con contratto a tempo indeterminato; il dato è in lieve aumento rispetto al 2016.

## PERSONALE APPARTENENTE ALLE CATEGORIE PROTETTE

Le principali Società del Gruppo, anche al fine di adempiere compiutamente agli obblighi previsti dalla normativa vigente in ordine all'assunzione obbligatoria di personale appartenente alle cosiddette categorie protette, hanno sottoscritto convenzioni con la Provincia di Milano finalizzate a programmare gli inserimenti previsti.

Dal 2016 Banca Mediolanum ha anche attivato, nell'ambito della normativa vigente (ex art.14, D.Lgs. 276/03), due commesse con altrettante Cooperative Sociali, al fine di offrire opportunità di lavoro a 17 disabili, sostenendone l'onere economico.

Presso le Società del Gruppo Mediolanum sono presenti infrastrutture necessarie a garantire ai dipendenti e ai visitatori disabili l'agevole accesso ai locali: con particolare riferimento alle strutture in Italia, sono disponibili 13 accessi dedicati e 23 parcheggi riservati.

Per quanto riguarda le aziende del Gruppo operanti all'estero, Banco Mediolanum ha attivato dei servizi con fornitori che impiegano persone con disabilità. Attualmente il Gruppo in Spagna sta sostenendo 3 CET (Centro Lavori):

- > Associazione Catalana sclerosi multipla J.M. Charcot;
- > B Turismo Accessibile SAU Viaggi - Corsa 2000;
- > Fundación Aura.

## **VARIAZIONE NELLA STRUTTURA DEL PERSONALE E TURNOVER**

A dimostrazione del rapporto di fidelizzazione dei nostri dipendenti, il nostro tasso di turnover soprattutto nelle Società italiane del Gruppo è particolarmente contenuto in tutte le categorie professionali e nelle diverse fasce di età.

La funzione Recruiting del Gruppo Mediolanum basa la propria attività sulla consapevolezza dell'importanza di conoscenze, di competenze e di intangibili, come connubio abilitante alla capacità di competere dinamicamente nel mercato grazie a logiche di qualità, innovazione, flessibilità.

Le logiche di valutazione e di selezione sono basate su competenze individuali, prescindendo da influenze di fattori quali, ad esempio, il genere, la razza, l'etnia, la religione/il credo, l'orientamento sessuale, lo stato civile o le opinioni politiche.

Raccogliere la sfida del Talento significa per la funzione Recruiting pensare alle persone in termini distintivi ed evolutivi e richiede una capacità critica di individuare, valutare, attrarre, nonché di rappresentare adeguatamente il contesto di riferimento. I canali di contatto e le modalità di approfondimento si riconducono ad un modello sistemico di relazione con il mercato del lavoro che coniughi efficacia di risultato, presidio dell'efficienza del processo e rispetto di criteri di correttezza ed imparzialità.

Nel 2017 l'attività di selezione delle sole Società italiane del Gruppo ha portato all'ingresso di 48 nuovi assunti in ambiti funzionali diversi.

Anche nel 2017 si è confermata la volontà del Gruppo di proporsi come luogo di sviluppo educativo e professionale dei giovani. Nelle Società italiane del Gruppo, nel corso del 2017, questa volontà si è realizzata attraverso l'inserimento di 14 giovani all'interno del Customer Banking Center, l'attivazione di 41 stage, la continua relazione Banca-Università e il coinvolgimento di 19 studenti delle scuole superiori attraverso l'Alternanza Scuola-Lavoro. Nel 2017 ci si è avvalsi del supporto di 30 risorse con contratto di somministrazione e di servizi in outsourcing per gestire picchi di attività o esigenze specifiche.

## SISTEMI DI GESTIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE

All'interno del Gruppo sono presenti diversi strumenti volti a supportare i responsabili di persone nella gestione e nello sviluppo della prestazione, considerata sia in termini di raggiungimento dei risultati che di comportamenti e atteggiamenti espressi nello svolgimento delle attività.

L'attrazione dei talenti e lo sviluppo del capitale umano, in un mercato sempre più competitivo e selettivo, sono importanti per poter contare su risorse preparate e motivate in grado di cogliere le sfide del settore. È costante l'impegno del Gruppo a far emergere le migliori competenze professionali, la partecipazione attiva delle risorse ai processi che li vedono coinvolti e la cura del sistema di comunicazione interna, che favorisce la cultura dell'ascolto e la circolazione delle informazioni.

Sono state attivate diverse iniziative e modalità operative volte a migliorare i processi aziendali quali: customer academy, analisi sulla "prontezza" digitale, "we know" una nuova piattaforma di *knowledge sharing* studiata per raccogliere, organizzare, condividere e diffondere il sapere aziendale. L'area Performance Management racchiude tutti i progetti relativi alla evoluzione ed alla gestione dei processi di valutazione, orientati al miglioramento delle prestazioni ed a supporto delle attività aziendali. Per questo gli strumenti di assessment individuali o di gruppo vengono costantemente aggiornati e generalmente differenziati per livelli: manageriali, professionali, di coordinamento ed operativi.

Nelle Società irlandesi del Gruppo il processo di valutazione delle performance è stato riprogettato per consentire incontri regolari tra i manager e il proprio team, il nuovo sistema è stato chiamato 30/30 (30 minuti ogni 30 giorni) per fornire un continuo feedback sui propri contributi verso la realizzazione del business e la possibilità di crescere e imparare. Un'attenzione particolare viene data ai processi di valutazione individuale del personale del Gruppo Mediolanum, finalizzati allo sviluppo del personale e a supporto dei cambi di ruolo e dei passaggi di livello/qualifica.

Quale strumento di sviluppo e canale di reclutamento interno si è proseguito nell'utilizzo del sistema di "Job Posting": questa iniziativa permettere a tutti i dipendenti di farsi conoscere - in termini curriculari, attitudinali e di aspirazioni professionali - con la finalità di promuovere la crescita delle risorse, sviluppare i talenti, valorizzare le competenze maturate e supportare la conoscenza del business a 360° favorendo la job rotation, secondo criteri orientati alla trasparenza ed alla meritocrazia. Questo strumento di sviluppo è adottato anche nella realtà spagnola.

Oltre all'introduzione del canale Job Posting per la selezione di risorse interne finalizzata alla copertura di posizioni aperte, si è estesa l'adozione dello stesso strumento, per la realtà italiana, anche all'interno del Customers Banking Center e del Sales Support Center, per l'attribuzione di skill tecniche incrementali, denominando questo processo "Skill Posting".

Il sistema di remunerazione adottato, basato sull'equità interna, sulla competitività rispetto al mercato, sulla coerenza e sulla meritocrazia, attraverso una diretta connessione tra impegno e riconoscimento del merito, consente di creare valore a lungo termine a tutti i livelli dell'organizzazione.

Le logiche della politica retributiva sono orientate a:

- > valorizzare le risorse, premiando il merito e le prestazioni;
- > rendere il pacchetto remunerativo attrattivo (sia per il personale in forza che in ottica di *attraction*);
- > differenziare in base ai criteri di segmentazione della popolazione interna;
- > garantire equità interna e competitività verso l'esterno.

## WELFARE AZIENDALE

Il Gruppo Mediolanum presta da sempre la maggiore attenzione possibile verso il Welfare aziendale, per garantire un miglior bilanciamento tra la sfera professionale e quella privata dei dipendenti. Per questo nella sede italiana

del Gruppo è stata attivata, da oltre un decennio, una vera e propria rete di servizi a beneficio di tutti i dipendenti come un asilo nido aziendale, una sala fitness, una lavanderia, una sartoria, la panetteria.

Inoltre dal 2015 è attivo il piano di Flexible Benefits “WELLMED” che offre la possibilità di scegliere a quale servizio destinare un importo messo a disposizione dei dipendenti a inizio anno. I servizi vanno dai rimborsi per le spese scolastiche dei figli all’assistenza agli anziani, dai check-up medici ad attività ricreative come la palestra. Nel 2017 il Piano WELLMED si è ampliato ulteriormente con l’inserimento di nuovi servizi per l’entrata in vigore, dal 1 gennaio 2017, dei commi 160-162 dell’art.1 della legge di Bilancio 2017 (Legge 232/2016) che hanno integrato e interpretato sia l’art.51 del TUIR (determinazione del reddito di lavoro dipendente) sia la legge di Stabilità 2016 (Legge 208/2016), ridefinendo le erogazioni del datore di lavoro che configurano il welfare aziendale e i *flexible benefits*.

Da un’analisi dei dati statistici, si riscontra che nel 2017 circa il 94% dei dipendenti si è iscritto al portale per partecipare al Piano. Rispetto all’anno precedente sono state introdotte delle novità, è stato aumentato il tetto di spesa per i servizi voucher da 100 euro a 150 euro facendo registrare un più 8,2% rispetto al 2016.

La Società spagnola del Gruppo ha dato il via ad un’iniziativa, “La Vita è Bella”, che ha lo scopo di promuovere la cultura del benessere sul luogo di lavoro, fornendo ai dipendenti gli strumenti e le conoscenze necessarie per contribuire a migliorare la salute fisica ed emotiva attraverso attività e consigli afferenti a 4 aree tematiche: mente, corpo, dieta e ambiente. Per raggiungere questi obiettivi, viene erogata formazione ai dipendenti sui vantaggi di una vita sana in termini di alimentazione e attività fisica. Vengono inoltre celebrate giornate tematiche in cui il Banco offre gratuitamente prodotti ai dipendenti: alcuni esempi sono la “Giornata della frutta e della frutta secca”, la “Giornata delle infusioni” e la “Giornata detox”. Oltre a corsi gratuiti di yoga e addominali ipopressivi, vengono patrocinati Tornei sportivi aziendali (Padel e calcio) e corsi di cucina di vario tipo e laboratori creativi.

Le Società italiane del Gruppo hanno da tempo istituito per tutti i dipendenti la possibilità di aderire al Fondo Pensione Aziendale. Il CIA prevede per coloro che aderiscono al Fondo (nello specifico per i dipendenti con il contratto “Credito”) di poter destinare il premio aziendale alla previdenza, riconoscendo una maggiorazione rispetto all’importo che verrebbe erogato in caso di scelta in

denaro. A fine 2017 la percentuale di iscritti dei potenziali fruitori è stata del 92,8% per i Manager e del 93,3% per i Non-Management Employees.

Inoltre, al fine di poter offrire una copertura sempre migliore anche in termini di servizio, dal 2017 per le Società italiane del Gruppo è in vigore un accordo con una compagnia assicuratrice, specializzata in assicurazioni sanitarie, che conta su un network capillare di strutture convenzionate e su una struttura di Customer Care tra le più avanzate nel settore. L'assistenza sanitaria integrativa è un benefit offerto ai dipendenti che prevede la copertura di alcune spese sanitarie con la possibilità di estenderla, in alcuni casi e a titolo oneroso, al proprio nucleo familiare. Gli aderenti nel 2017 sono stati 2.077 dipendenti, il 97,1% dei potenziali fruitori.

Nel corso del 2017 - come avviene ormai da alcuni anni per le Società italiane del Gruppo - è stato messo a disposizione dei dipendenti, il servizio di assistenza fiscale diretta, a titolo gratuito, per la compilazione della dichiarazione dei redditi annuale, di cui hanno usufruito 1.476 dipendenti, con un aumento del 2,5 % degli aderenti rispetto all'anno precedente.

Nel corso del 2017 inoltre sono state rese più favorevoli le agevolazioni riservate ai dipendenti per la sottoscrizione dei prodotti e servizi del Gruppo, intervenendo in particolare sui tassi applicati in caso di sottoscrizione di mutui e prestiti.

## **ATTIVITÀ EXTRALAVORATIVE**

Tra le principali attività, per i dipendenti assume un'importanza particolare l'Asilo Nido "BabyMed", offerto dal Gruppo Mediolanum per bambini da 0 a 3 anni. Inaugurato nel 2004 e ampliato in diverse occasioni, ad oggi può ricevere fino a 126 bambini. Inoltre presso l'asilo sempre per i figli dei dipendenti, di età compresa tra i 4 e i 10 anni, è stato allestito un Campus Estivo per i mesi estivi nei periodi di chiusura di asili e scuole.

Dopo il successo dell'anno precedente, anche quest'anno è stata organizzata l'iniziativa "Bimbi in Ufficio": venerdì 19 maggio il Gruppo ha aperto le porte ai figli e alle famiglie dei dipendenti per un pomeriggio, con proiezioni di filmati, aree buffet, set fotografici e zone di gioco allestite e gestite da animatori professionisti. La giornata ha visto coinvolti più di 150 dipendenti e quasi 250 bambini.

Anche per l'anno 2017, sono state organizzate, in collaborazione con la LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori), visite preventive per il controllo della

cute a cui hanno aderito circa 400 dipendenti, e in concomitanza con il mese rosa della prevenzione, sono state organizzate, presso la nostra sede aziendale, visite di prevenzione del tumore al seno a cui hanno aderito oltre 150 dipendenti.

A marzo e a settembre 2017 in collaborazione con AVIS, sono state organizzate due raccolte di sangue, direttamente presso la sede italiana del Gruppo, con una affluenza da parte dei dipendenti, di oltre 100 persone. Ogni mese inoltre per i nostri dipendenti, viene messo a disposizione presso la sede italiana un servizio per il disbrigo delle pratiche amministrative. Con cadenza settimanale viene invece previsto il servizio di calzoleria (riparazione e risuolatura), sartoria, lavanderia, acquisto di forniture alimentari biologiche di alta qualità. Da tre anni è operativa la panetteria aziendale, che offre prodotti da forno (quali pane, focacce, biscotti) tutti realizzati con farine biologiche e offerti ai dipendenti a condizioni vantaggiose. I prodotti sono realizzati da una cooperativa sociale a cui partecipano lavoratori diversamente abili.

Per garantire il benessere psico-fisico dei propri dipendenti il 2017 ha visto l'organizzazione di numerose attività sportive e tornei interni, come il torneo di calcio o quello di beach volley. Vista la numerosa presenza di runner, in primavera ha visto la luce MedRunningLab, un corso per insegnare e affinare l'attività podistica. Da ottobre 2014 è stata allestita una sala Fitness (con adiacenti spogliatoi e docce) dove i dipendenti hanno la possibilità di svolgere attività ginniche e motorie quali yoga, pilates e walking. Nel periodo primaverile/estivo i dipendenti possono beneficiare della possibilità di utilizzare biciclette nelle pause lavorative ed alla fine della giornata di lavoro.

## RISCHI E POLITICHE

Le iniziative a tutela del capitale umano sono volte a minimizzare il rischio di perdita del patrimonio di conoscenze ed esperienze in particolare di quelle ritenute maggiormente distintive e critiche per lo sviluppo del business. I sistemi della valutazione delle performance adottati permettono l'identificazione e la mappatura delle competenze espresse dai collaboratori del Gruppo. Nel corso del 2017 è stata avviata l'estensione dei processi di *succession planning*, definiti nell'anno precedente in riferimento ai vertici aziendali nella "Policy - Succession Plan" del 20 dicembre 2016. Riguardo al tema della safety è stato implementato un moderno sistema di prevenzione e protezione.

Il Gruppo è costantemente impegnato a costruire coerentemente ai propri valori, leve e azioni, che rafforzino la valorizzazione delle persone ed il riconoscimento delle conoscenze e delle capacità dei collaboratori.

Tra le principali si possono indicare:

- > l'attenzione alla creazione ed al mantenimento di un ambiente di lavoro sicuro, anche attraverso iniziative formative e di sviluppo di una cultura della sicurezza e la disposizione di appropriati servizi di *security*;
- > un sistema di gestione della salute, rispettoso e attento alle persone, che ha il compito di curare il benessere psicofisico e sociale dei collaboratori all'interno del luogo di lavoro, con particolare attenzione alla ergonomia e alla illuminazione degli ambienti e all'applicazione di corrette pratiche di sorveglianza sanitaria;
- > la definizione ed il costante aggiornamento del Codice Etico e di policy dedicate, nonché il mantenimento di una politica di attenzione e di buone relazioni con le parti sociali; le relazioni industriali all'interno del Gruppo Mediolanum sono improntate, nel rispetto reciproco dei ruoli, al perseguimento comune di obiettivi aziendali di produttività e crescita, ponendo al centro lo sviluppo ed il benessere delle persone che collaborano nel Gruppo;
- > per la maternità vengono attuate, come prassi interna, formule specifiche di part time per agevolare il rientro lavorativo delle mamme e dal 2004 è attivo presso la sede italiana l'asilo nido;
- > l'impegno a riconoscere retribuzioni adeguate, con un coerente grado di competitività rispetto al mercato esterno del lavoro e di equità interna, che riconoscano il livello delle responsabilità affidate e della professionalità raggiunta e premino la prestazione fornita da ciascuno;
- > l'offerta di opportunità di sviluppo professionale, attraverso iniziative di alta formazione e attività di job rotation;
- > un sistema di misure che accrescano il senso di appartenenza al Gruppo e, quando possibile, siano ispirate prioritariamente al benessere delle persone e dei loro familiari, quali iniziative di welfare e worklife balance, coperture sanitarie e assicurative, integrative dei sistemi collettivi.

Il Gruppo Mediolanum presidia costantemente le competenze necessarie allo sviluppo del business, con particolare riguardo a quelle emergenti riferite all'innovazione e alla evoluzione del contesto lavorativo delle nuove tecnologie, anche attraverso specifiche iniziative quali il finanziamento di dottorati presso università e la presenza diretta all'interno di campus dotati di spazi di co-working, oltre che con iniziative di alta formazione.

Offre ai propri collaboratori un ambiente di lavoro che favorisce lo sviluppo delle proprie competenze e le renda in grado di affrontare i cambiamenti professionali che l'evoluzione del business determina.

L'approccio adottato consiste in modalità e strumenti messi a disposizione dall'azienda, ma prevede anche una co-responsabilità da parte di ciascun collaboratore nell'attivarsi per il proprio autoaggiornamento e sviluppo.

Tra le modalità definite, le principali sono riconducibili a iniziative di formazione qualificanti, quali *workshop*, *e-learning*, *learning on the job*, o di *job rotation* e di acquisizione di ruoli di maggior responsabilità anche attraverso processi di *job posting* interno nonché lo sviluppo di soluzioni di Knowledge management accessibili a tutti e di specifici contenuti tecnico/professionali disponibili in base alla famiglia professionale di appartenenza di ciascuno. Sono inoltre sviluppate una molteplicità di iniziative di condivisione e comunicazione interna, coerenti con il modello adottato di *employer branding*.

Il Codice Etico adottato da tutte le Società del Gruppo, le policy legate a specifici processi, quali a titolo esemplificativo per la selezione ed il reclutamento del personale (Policy Risorse Umane: "Reclutamento e selezione del personale Dipendente", 28/04/2015) e il contratto integrativo aziendale garantiscono una efficace tutela dei diritti delle persone, della diversity e dei minori.

Il Gruppo opera nel pieno rispetto di tutte le normative vigenti in paesi che adottano principi e norme a completa tutela dei diritti umani. Favorisce progetti per l'ulteriore sviluppo della dignità e del rispetto delle persone. Agisce con iniziative legate alla diversity tramite Cooperative Sociali (ex art.14, D.Lgs. 276/03), al fine di offrire opportunità di lavoro a persone con disabilità, sostenendone l'onere economico.

## FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Il Gruppo Mediolanum investe da sempre nel processo di formazione dei suoi dipendenti strutturato e descritto in un "Regolamento del Processo di formazione della Rete di Vendita e del Personale dipendente" (23/11/2016). Tale processo rappresenta, quindi, lo strumento attraverso il quale la Banca coltiva e arricchisce il suo patrimonio di conoscenze e competenze professionali.

Nel 2017 l'area della formazione dipendenti del Gruppo ha incrementato in modo significativo i volumi di attività: le *student hours* complessive

ammontano circa a 128 mila, con un incremento di circa il 19% rispetto al 2016. In Italia si è conclusa a giugno la seconda edizione del “Certificate in Banking & Finance” percorso di alta formazione della durata di 14 mesi rivolto a quadri ed impiegati del Gruppo, con l’obiettivo di trasferire le conoscenze fondamentali di business e di gestione aziendale al fine di costruire un approccio comune e diffuso alle tematiche economiche. È giunto a completamento della prima fase anche il programma denominato “Mediolanum Team Management”, rivolto a tutti i responsabili del coordinamento di risorse umane.

Per sfruttare lo sviluppo e la diffusione delle nuove tecnologie digitali, il Gruppo ha dato avvio a progetti formativi strutturati come “Digital Education” dedicato all’utilizzo didattico e formativo degli strumenti e delle logiche *digital* e *social* (supporti alle attività formative, communities professionali e trasversali su progetti ed a tema) ed alla creazione di consapevolezza e familiarità con gli utilizzi produttivi di tali supporti tecnologici; in questo contesto si inserisce l’avvio della seconda edizione dell’iniziativa di sviluppo professionale denominata “Brain Marathon 2.0”, che vede quaranta risorse aziendali di diversa seniority e provenienza organizzativa confrontarsi e misurarsi in un percorso di crescita professionale e manageriale sui temi della collaborazione digitale.

Nell’anno si è avviato e consolidato nelle società italiane del Gruppo un programma di affiancamento del management aziendale alle strutture di contatto con clienti e rete di vendita denominato “Side by Side”, avente l’obiettivo di promuovere i concetti e la pratica dell’“ascolto attivo” e del “prendersi cura” delle esigenze del cliente.

Sono state avviate nell’anno numerose iniziative dirette a sviluppare l’acquisizione ed il mantenimento delle competenze linguistiche, tra cui un’originale metodologia di “social learning”, attraverso sessioni di “conversation” in lingua. L’iniziativa, denominata “Mensana Lunch & Learn” si svolge completamente fuori orario di lavoro ed è volontaria.

Lo sviluppo della conoscenza delle nuove tecnologie (Intelligenza Artificiale, Natural Language Processing, Machine Learning, Data Robotics, Home Automation) e della potenzialità delle loro applicazioni operative (Blockchain, Smart Contracts & Moneta Programmabile) è stata curata con una iniziativa denominata “Mensana innovazione”, aperta a tutti i collaboratori aziendali.

In Spagna attraverso l'associazione APD e IESE, sono stati offerti corsi di formazione a condizioni agevolate ai dipendenti del Gruppo Mediolanum, con l'obiettivo di offrire opportunità di crescita e sviluppo professionale e personale. Inoltre seguendo la nuova regolamentazione MIFID II, Banco Mediolanum ha garantito una formazione specifica non solo a tutti i dipendenti per cui esiste l'obbligo normativo, ma anche al personale le cui competenze, in base al ruolo ricoperto, possano essere potenziate. In modo del tutto simile a quanto realizzato con la rete di Family Bankers, si sono disegnati corsi in collaborazione con l'Università Politecnica di Valencia in campo bancario e finanziario; in particolare, si sono realizzati due tipi di corsi, uno con l'obiettivo di acquisire le competenze necessarie ad erogare consulenza sugli investimenti (EIP), ed uno per i dipendenti con funzioni di front office (EIA) che si focalizza sulle caratteristiche principali dei prodotti con l'obiettivo di offrire informazioni trasparenti, puntuali e dettagliate ai clienti sui prodotti e servizi offerti dal Banco.

In Irlanda nel corso del 2017 sono state investite importanti risorse per la formazione sul tema dell'intelligenza artificiale e del *Machine Learning* ed è stata facilitata l'iscrizione del personale ai corsi IT Skills nell'area di Data Analytics, Web Technologies, Sviluppo software, Fintech, Internet of Things e Cloud Computing.

## 3.5 Responsabilità verso la Collettività e l'Ambiente



## Indagine di customer satisfaction

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche online
	n=908*	n=512*	n=402*
<b>Impegno nel sociale</b>	79,3	64,7	66,9

\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2017, sul perimetro Italia.

Il Gruppo Mediolanum promuove un approccio globale nel supporto dello sviluppo della collettività attraverso diverse attività in linea con i principi di sostenibilità e valore condiviso. Vengono riportati di seguito alcuni esempi.

### L'impegno sociale di Banca Mediolanum

#### CENTODIECI

Centodieci è il progetto di Mediolanum Corporate University, pensato per offrire a manager, imprenditori e studenti, risorse e strumenti utili per innovare nella propria attività. Centodieci è un spazio aperto di cultura del pensiero e del confronto, di apprendimento, di stimolo e di ispirazione che esporta i valori e gli obiettivi di Banca Mediolanum al di fuori delle mura della sede affinché chiunque possa acquisirli. Centodieci pone il capitale umano al centro e sviluppa la sua proposta attraverso due modalità:

- > eventi sul territorio italiano: momenti speciali di formazione ed esperienza con la partecipazione di relatori e ospiti vicini ai valori di Banca Mediolanum;
- > Centodieci.it: magazine online, che presenta tutte le iniziative e gli eventi del progetto e offre uno spazio di condivisione culturale attraverso un blog con interventi su temi di innovazione, tecnologia e valori trasversali.

Nel corso del 2017 nasce il format "Centodieci è Arte" che si aggiunge ai format di eventi Centodieci che trattano argomenti di attualità come l'utilizzo dei social media, l'innovazione tecnologica, gli scenari mondiali del marketing e approfondimenti sulla comunicazione e sulle tecniche di ascolto, valori universali ed esperienze di vita uniche attraverso la presenza di personaggi esempi di eccellenza nel mondo. Sono stati 222 gli eventi che hanno coinvolto più di 30.000 partecipanti tra Clienti e Prospect.

## CENTODIECI

	Totale eventi	Totale ore di erogazione	Totale partecipanti
<p><b>Centodieci è Ispirazione: persone speciali per valori unici.</b> Incontri con personalità che stanno cambiando la storia o, più semplicemente, che con la loro esperienza di vita rappresentano dei modelli di eccellenza per condividere valori e idee. Figurano nomi di personaggi importanti tra cui Patch Adams, Sammy Basso, Simona Atzori, Oscar Farinetti</p>	30	60	10.000
<p><b>Centodieci è progresso: la scienza al servizio del futuro.</b> Un convegno che affronta i temi dell'economia e della finanza attraverso i temi del progresso e della tecnologia</p>	45	90	9.000
<p><b>Centodieci è Condivisione: la rivoluzione digitale che trasforma le relazioni.</b> Il seminario dedicato ai social network intesi come strumento indispensabile di business e nuova modalità di interazione</p>	32	64	8.000
<p><b>Centodieci è Valore: Solidarietà.</b> Eventi a scopo benefico patrocinati da Fondazione Mediolanum Onlus a sostegno di associazioni vicine al mondo dell'infanzia e adolescenza in condizione di disagio segnalate dai Family Banker®</p>	36	74	3.700
<p><b>Centodieci è Valore: Responsabilità Sociale.</b> Gli incontri trattano il tema della Corporate Social Responsibility e sono rivolti a figure istituzionali, Clienti e Prospect, Enti e Associazioni con il supporto di Fondazione Mediolanum</p>	36	64	960
<p><b>Centodieci è Arte:</b> un ciclo di incontri pensati per divulgare l'arte e fare esperienze didattiche all'interno di luoghi d'arte</p>	28	56	8.400

## Indagine di customer satisfaction

	Banca Mediolanum n=908*	Banche tradizionali n=512*	Banche online n=402*
Si impegna per le iniziative socio-culturali del territorio in cui opera	79,7	67,6	67

\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2017, sul perimetro Italia.

## MOTIVADORES TOUR

In Spagna, ad aprile 2017, è iniziata la seconda edizione del “Motivadores Tour” sulla linea della strategia di comunicazione basata sul coaching finanziario. Anche quest’anno è stata riconfermata la partecipazione di figure professionali di spicco come Mago More, Viktor Küppers, Toni Nadal, Sebastián Álvaro e Juan Manuel Iturriaga. Lo scopo è quello di offrire a Clienti, potenziali Clienti e ai dipendenti gli strumenti per raggiungere i loro obiettivi, non solo finanziari ma anche personali. Nel 2017 un totale di 11 eventi si sono svolti nelle principali città spagnole (Barcellona, Madrid, Valencia, Vigo, Siviglia e Bilbao). In tutti gli eventi sono state raccolte donazioni per organizzazioni no-profit che fanno parte del progetto di solidarietà Mediolanum Aproxima.

## GRAN TEATRE DEL LICEU

In Spagna Banco Mediolanum collabora con la Fondazione del Gran Teatre del Liceu, il teatro più antico e attivo di Barcellona e considerato uno dei teatri più importanti del mondo, contribuendo alla sua conservazione e sviluppo con euro 15.000 all’anno.

## COLLABORAZIONI IN EVENTI DI SOLIDARIETÀ

Banco Mediolanum nel corso del 2017 ha sostenuto anche iniziative di raccolta fondi e di collaborazione con altre associazioni senza scopo di lucro tra cui:

- > “Obiettivo Rett al Vaticano 2017”: una marcia in bicicletta di Dani Rovira a Roma per raccogliere fondi per le indagini sulla rara malattia di Rett;
- > “Note Solidali per Badalona”: Concerto di Gospel a scopo benefico il cui ricavato è destinato integralmente alla Fondazione Ateneu Sant Roc e la Fondazione Institut Guttmann;
- > Giochi interaziendali: olimpiadi aziendali solidali in cui vengono

coinvolte diverse organizzazioni. Quest'anno le fondazioni beneficiarie sono state la Fondazione ARED e la Llars Compartidos;

- > "Fair Saturday": movimento culturale e benefico che ha organizzato centinaia di eventi su tutto il territorio nazionale con l'obiettivo di raccogliere fondi per diverse ONLUS. In quanto patrocinatore, Banco Mediolanum ha promosso eventi a favore delle ONG di Mediolanum Aproxima;
- > "Invest for Children": evento di beneficenza tenutosi presso lo stadio del RCD Espanyol, con l'obiettivo di raccogliere fondi per i diversi progetti di fondazioni quali investire per i bambini, lavoro sociale Sant Joan de Deu, Fundació Damm e Fundació Pasqual Maragall.

## Supporto attraverso i Prodotti e Servizi di Banca Mediolanum

### MICROCREDITO

Banca Mediolanum e Fondazione Mediolanum Onlus hanno stipulato convenzioni con diverse fondazioni diocesane:

- > Fondazione San Bernardino a Milano e attiva in tutta la Lombardia (dal 2009);
  - > Fondazione San Gaudenzio attiva su Novara e provincia (dal 2013);
  - > Fondazione San Matteo di Bologna attiva in tutta l'Emilia Romagna (2016);
  - > Fondazione Santi Simplicio e Antonio attiva in tutta la Sardegna (2016).
- Inoltre, nel corso del 2017 è stato stipulato un nuovo accordo con la Fondazione Santa Maria del Soccorso a Genova che diventerà operativo nel 2018.

Queste Fondazioni perseguono finalità di solidarietà operando nel campo dell'assistenza e della beneficenza con lo scopo di assistere e sostenere chiunque versi in situazioni di indebitamento, al fine di prevenire il ricorso all'usura. L'oggetto dell'accordo prevede l'individuazione e l'erogazione di credito a favore di soggetti caratterizzati da basso reddito e/o sulla soglia di povertà per consentire loro di fare fronte a situazioni di emergenza, dalle quali dipende il miglioramento (o il non peggioramento) della loro qualità di vita.

Le Fondazioni operano attraverso le Caritas delle Diocesi di riferimento, le quali si avvalgono dei Centri di Ascolto parrocchiali per intercettare le esigenze delle famiglie bisognose con figli. L'accompagnamento di questi soggetti avviene tramite volontari qualificati nel settore finanziario.

Sulla Banca grava interamente il rischio di credito delle operazioni di finanziamento accordate mentre Fondazione Mediolanum Onlus ha dato indicazioni di privilegiare donne con figli a carico come beneficiarie dei prestiti, coerentemente con la sua mission.

Grazie ai plafond rotativi messi a disposizione dalla Banca, dalle stipule degli accordi nel 2017 sono stati erogati 70 prestiti per un totale di 535.800 euro.

## CENTESIMI CHE CONTANO

“Centesimi che contano” è un servizio di Banca Mediolanum in Italia che offre la possibilità ai Clienti di donare, in modo automatico, i centesimi del conto corrente presenti a saldo contabile, se positivo, il terzo giorno lavorativo da inizio mese, a favore di Fondazione Mediolanum Onlus per sostenere Dynamo Camp, la prima struttura di Terapia Ricreativa in Italia, ideata per ospitare gratuitamente bambini e ragazzi dai 6 ai 17 anni con malattie gravi e croniche. Al 31 dicembre 2017, l'opzione è stata attivata su 30.471 conti (30% in più rispetto al 2016) e ha generato nel corso dell'anno donazioni per un totale di 149.561 euro (74% in più rispetto al 2016). La potenzialità di questo servizio è ancora molto alta dato che i conti sui quali è stato attivato corrispondono a circa il 4% del totale dei conti in target.

## CONTO DI BASE

In Italia è disponibile il conto di base dedicato alle fasce economicamente svantaggiate, nato dalla collaborazione di MEF, Banca d'Italia, ABI, Poste Italiane e associazioni dei prestatori di servizi di pagamento.

Questa offerta presenta un rischio operativo poiché prevede un monitoraggio dei conti correnti atto al mantenimento delle condizioni stabilite dalla convenzione, per tale ragione è stata emessa una procedura operativa che definisce la periodicità ed i criteri di monitoraggio necessari a mitigare tale rischio.

## INIZIATIVE PER CLIENTI E COLLABORATORI IN DIFFICOLTÀ

La politica aziendale di Banca Mediolanum è da sempre quella di essere vicina ai propri Clienti e collaboratori con azioni concrete non solo nel campo della consulenza finanziaria ma anche con gesti di solidarietà certamente inusuali alle banche italiane, iniziative tradotte in sostegno alle popolazioni colpite duramente da calamità naturali quali alluvioni, nubifragi fino al terremoto che ha colpito il Centro Italia.

Le erogazioni liberali effettuate nel 2017 sono state a favore di 109 Clienti per la somma complessiva di 247.200 euro a fondo perduto così suddivisa:

- > Emergenze maltempo in Liguria e Calabria (ottobre 2016): 15 Clienti per 27.100 euro;
- > Alluvione Piemonte e Liguria (fine novembre 2016): 16 Clienti per 89.500 euro;
- > Sisma Ischia (fine agosto 2017): 15 Clienti per 30.000 euro;
- > Nubifragio Livorno (settembre 2017): 63 Clienti per 100.600 euro.

Per le situazioni di emergenza Banca Mediolanum oltre all'erogazione di fondi, sono state previste per la clientela le seguenti agevolazioni:

- > possibilità di sospensione della rata di mutui e prestiti per 12 mesi;
- > attivazione di linee di credito privilegiate;
- > riduzione -1% dello spread in essere su Mutui e prestiti per 24 mesi;
- > azzeramento di tutti i costi dei conti correnti e dossier titoli per 24 mesi.

Data la complessità dell'attività, i principi adottati da Banca Mediolanum S.p.A. nel processo di erogazione di liberalità vengono descritti nella "Policy Erogazioni Liberali" del 23 marzo 2017 che identifica anche i ruoli, le responsabilità e gli ambiti per i quali tali erogazioni sono previste. Data l'importanza del tema la policy è affiancata dal "Regolamento del processo di Erogazioni liberali" del 5 aprile 2017.

## Indagine di customer satisfaction

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche online
	n=908*	n=512*	n=402*
<b>Sostiene i suoi clienti nei momenti di difficoltà</b>	78	61,7	67,1

\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2017, sul perimetro Italia.

## Collaborazione con Fondazioni e Associazioni

Molteplici sono le attività che hanno visto coinvolti non solo i clienti, ma anche i dipendenti del Gruppo Mediolanum a sostegno di progetti di impegno sociale.

### Collaborazione con Fondazione Mediolanum Onlus

Fondazione Mediolanum Onlus nasce nel 2002 con l'obiettivo di seguire, realizzare e sviluppare le principali attività in ambito sociale del Gruppo Mediolanum. Nel 2012 Fondazione Mediolanum ottiene il riconoscimento della qualifica di Onlus, grazie alla quale può realizzare iniziative di raccolta fondi con l'obiettivo di aiutare il maggior numero possibile di bambini, in Italia e nel mondo.

#### MISSION, OBIETTIVI E ATTIVITÀ SVOLTE

Fondazione Mediolanum Onlus ha l'obiettivo di sostenere progetti in favore dell'infanzia disagiata per educare i bambini alla libertà, affinché essi possano essere gli adulti liberi di domani. I progetti sostenuti dalla Fondazione riguardano l'istruzione di base, la possibilità di imparare un mestiere e la soddisfazione dei bisogni primari come cibo, alloggio, vaccinazioni e cure mediche. In questo modo la Fondazione rende possibile a decine di migliaia di bambini il raggiungimento di un'autonomia: per una vita da adulto libero e rispettoso dei valori universali dell'individuo e sempre nella salvaguardia delle tradizioni culturali e religiose locali.

#### LIBERALITÀ E RACCOLTA FONDI

##### CONTRIBUTI DEL GRUPPO MEDIOLANUM

Nel corso dell'anno la Fondazione ha beneficiato dei consueti contributi del Gruppo Mediolanum che le permettono di dare continuità alla sua attività di ente erogatore, scegliendo e finanziando progetti di Enti partner a favore dell'infanzia.

Nello specifico le sono stati donati a febbraio 300.000 euro da Banca Mediolanum S.p.A., a giugno 125.000 euro da Mediolanum Gestione Fondi

SGR.p.A. e a luglio 125.000 euro da Mediolanum Vita S.P.A. per un totale di 550.000 euro, mantenendo lo stesso importo dello scorso anno. I progetti sostenuti durante l'anno sono stati 77 (il 10% in più rispetto al 2016).

## CONFERIMENTO 5x1000

Fondazione Mediolanum Onlus ha ricevuto nel mese di agosto 2017 dall'Agenzia delle Entrate i fondi destinati alle "Associazioni e Fondazioni riconosciute - assegnazione finanziamento 5 per mille" per un importo pari a 205.492 euro (80% in più rispetto al 2016).

## EVENTI

Grazie agli eventi organizzati da Banca Mediolanum, la Fondazione è riuscita a raccogliere 610.924 euro (23% in più rispetto al 2016).

## FESTIVITÀ

In occasione delle principali festività (Natale e Pasqua) vengono organizzate da Fondazione delle attività raccolta fondi che vedono coinvolti principalmente i dipendenti del Gruppo e i Family Banker. Grazie a queste attività nel corso dell'anno sono stati raccolti complessivamente 89.946 euro.

## DONAZIONI ONLINE E BONIFICI SPONTANEI

Grazie alle campagne di comunicazione sul sito della Fondazione, sul sito Banca Mediolanum e sui Social Network (Facebook e Twitter) a favore dei progetti sostenuti dalla Fondazione sono stati raccolti 76.117 euro.

## MEDIOLANUM FOR YOU REWARDING

Nel 2016 si è concluso Mediolanum Freedom Rewarding, programma di fidelizzazione riservato ai Clienti della Banca che permetteva a tutti i correntisti di accumulare punti attraverso la loro normale operatività bancaria spendibili in premi di varia natura, generando per la Fondazione donazioni per un ammontare complessivo di 280.585 euro.

Nel 2017 la banca ha promosso un nuovo programma di loyalty, Mediolanum ForYou Rewarding all'interno del quale ha inserito i progetti di tre partner per la sezione "Solidarietà": AMREF, Associazione Amici dei Bambini e INTERLIFE

A settembre 2017, allo scadere della prima annualità, sono stati complessivamente donati dai Clienti punti per un controvalore complessivo pari a 47.296 euro.

## ALTRE ATTIVITÀ DI RACCOLTA FONDI

Si segnalano nel corso dell'anno altre iniziative di raccolta fondi non programmate, che hanno prodotto una raccolta di 78.360 euro.

Di seguito la tabella di sintesi.

Liberalità e raccolta fondi (€)		31/12/2017	31/12/2016	Variaz. %
<b>Gruppo Mediolanum</b>	<b>Contributo</b>	550.000	550.000	0
<b>Agenzia delle entrate</b>	<b>5X1000</b>	205.492	114.101	80
	<b>Eventi</b>	610.924	498.517	23
	<b>Festività</b>	89.946	89.280	1
	<b>Centesimi che contano</b>	149.561	85.981	74
<b>Fundraising diretto</b>	<b>Bonifici e paypal</b>	76.117	86.486	(12)
	<b>ForYou Rewarding</b>	47.296	280.585	(83)
	<b>Progetti Matching</b>	112.580	-	-
	<b>Altre attività</b>	78.360	12.313	536
<b>TOTALE</b>		<b>1.920.276</b>	<b>1.717.263</b>	<b>12</b>

## Erogazioni

Attività	31/12/2017	31/12/2016	Variaz. %
<b>TOTALE</b>	<b>1.657.967</b>	<b>1.507.668</b>	<b>10</b>

## Indagine di customer satisfaction

	Banca Mediolanum n=908*	Banche tradizionali n=512*	Banche online n=402*
<b>Si impegna nel sociale collaborando in progetti di solidarietà e di aiuto umanitario</b>	83	66,4	67,8

\* Numero intervistati  
Fonte: Survey Doxa, 2017, sul perimetro Italia.

## MEDIOLANUM APROXIMA

Mediolanum Aproxima, progetto benefico di Banco Mediolanum in Spagna, nasce nel 2014 con lo scopo di sostenere gli enti non profit locali attraverso il coinvolgimento diretto dei Family Banker® e dei loro Clienti. Il progetto, a cui si dà visibilità nelle riunioni della Rete Commerciale e nella Convention, mira a creare una rete di impegno sociale anche tra i dipendenti, collaborando a iniziative di volontariato o sostenendo finanziariamente progetti di ONG.

Nell'ambito di questo progetto, che coinvolge 28 ONG, sono stati realizzati durante il 2017 decine di eventi benefici di vario tipo in cui i clienti del Banco hanno dato supporto in qualità di volontari: attività sportive e culturali, cene a scopo benefico, raccolta di fondi, materiali e attrezzature.

Il sito internet [www.mediolanumaproxima.org](http://www.mediolanumaproxima.org) ha ricevuto nel 2017 oltre 34 mila visite da parte di 28 mila utenti unici.

## COOLMINE REHABILITATION CENTRE

Per proseguire con il proprio aiuto alla comunità, le tre società di Mediolanum Irlanda (Mediolanum International Funds, Mediolanum Asset Management e Mediolanum International Life) portano avanti la partnership, iniziata a maggio 2016, con Coolmine Rehabilitation Centre, centro di riabilitazione per persone con problemi di alcolismo e tossicodipendenza che ospita anche un programma dedicato a mamme e bambini, unico nel suo genere in Irlanda. L'obiettivo non è quello di supportare il centro solo con un contributo monetario ma piuttosto quello di dare un contributo concreto e strategico attraverso il volontariato dei dipendenti.

## La tutela dell'Ambiente

La rilevanza dell'impatto ambientale che tutte le attività intraprese dal Gruppo e dai suoi collaboratori generano a vari livelli si traduce in una serie di iniziative concrete finalizzate principalmente a realizzare progetti volti alla riduzione dei consumi, degli sprechi di risorse (energia, carta e acqua) e alla sensibilizzazione degli utenti all'adozione di comportamenti sempre più ecocompatibili.

## SENSIBILIZZAZIONE E RESPONSABILIZZAZIONE INTERNA

I comportamenti eco-compatibili del Gruppo trovano logica applicazione quotidiana attraverso una serie di iniziative di semplice realizzazione per il personale che, negli anni, hanno portato ad un tangibile contenimento sia delle spese che dell'impatto ambientale, oltre che all'acquisizione di abitudini e comportamenti operativi più consapevoli.

In particolare, tra i comportamenti consolidati e costantemente adeguati nel corso degli anni:

- > impostazione delle fotocopiatrici con parametri di spegnimento automatico che contribuiscono a risparmiare energia elettrica;
- > riduzione dei consumi di carta attraverso l'abilitazione all'utilizzo delle fotocopiatrici con funzionalità di stampanti centralizzate, scanner, posta elettronica (con invio diretto di documenti sulla propria casella di posta elettronica o di altro destinatario);
- > riduzione dei consumi di carta intestata inserendo sul Portale di Sede il formato elettronico di tutte le Società;
- > miglior impiego delle stampanti multifunzioni impostate di default con la funzione di copiatura e stampa in fronte-retro, per una riduzione nel consumo di carta;
- > presenza su tutti i piani di centri di raccolta per i toner usati delle stampanti e per la raccolta della carta;
- > sensibilizzazione all'utilizzo delle comunicazioni informatiche rispetto a quelle cartacee;
- > è stata introdotta una politica aziendale che prevede l'utilizzo di una piattaforma di "Edicola digitale" per la consultazione dei quotidiani e di alcune riviste sostituendo il cartaceo.

Per favorire la diffusione di una cultura ambientale in azienda il Gruppo ha messo in atto un'iniziativa per cui in occasione della nascita di un figlio regala alle neo mamme e ai neo papà la possibilità di sostenere il progetto di TREEDOM. Treedom si occupa di sviluppare progetti di riforestazione nel Sud nel mondo. Ad oggi sono stati piantati 220.000 alberi in Camerun, Senegal, Malawi, Argentina, Haiti, Burkina Faso e Kenya. Tutti i prodotti derivati restano a disposizione della popolazione locale che in questo modo ricevono formazione, reddito e un lavoro. Dal 2016 è presente su Treedom anche la foresta Mediolanum e ogni volta, in occasione di una nascita, potrà essere

piantato un albero (in un paese in via di sviluppo), che verrà individuato grazie alla geolocalizzazione, fotografato e riportato su una mappa all'interno del sito con la possibilità di vederlo crescere.

## IMPIANTI E INTERVENTI TECNICI MIRATI

Dall'anno 2009 sono stati installati, presso la sede italiana di Milano 3 City, due impianti di Trigenerazione per consentire l'autoproduzione contemporanea di energia elettrica, energia termica ed energia frigorifera attraverso l'impiego di cogeneratori e gruppi frigoriferi ad assorbimento. Gli impianti, alimentati a gas metano, autoproducono energia elettrica per alimentare le utenze finali di consumo giornaliero (luci, personal computer, forze motrici). L'impianto è costituito da due "officine" separate e indipendenti tra loro che sono posizionate sulla copertura dei Palazzi Meucci-Galvani e Galeno-Fermi. L'impianto ha coperto, nel solo 2017, le esigenze:

- > del 35,69% dell'energia elettrica necessaria;
- > totale servizio di riscaldamento;
- > parziale servizio di condizionamento.

Per rendere più efficienti gli impianti sono stati realizzati i collegamenti elettrici dalle due officine ai palazzi Archimede, Galilei-Volta e all'asilo nido aziendale. Questi collegamenti, oltre a fornire energia elettrica autoprodotta, consentono anche la copertura, con continuità elettrica (UPS e Gruppi Elettrogeni), del 100% delle postazioni di lavoro.

Con gli impianti di Trigenerazione, nel 2017, sono stati autoprodotti 4.798 MWh su 13.456 MWh utilizzati e prodotta acqua calda necessaria al riscaldamento, con una stima di mancato prelievo dalla rete del riscaldamento pari a 6.465 mil Mcal su 6.593 mil Mcal necessarie per l'intero campus aziendale.

Il Gruppo Mediolanum pone molta attenzione ai consumi energetici e, nel corso del 2016, sono stati effettuati interventi mirati i cui benefici si sono avuti per tutto il 2017. Gli interventi realizzati, oltre a ridurre i costi energetici, hanno portato benefici sul microclima.

Nello specifico di seguito vengono riassunti gli interventi, presso la sede italiana, con le date di avviamento:

- > A metà del 2017 sono stati sostituiti i Cogeneratori dell'officina di produzione di EE del Palazzo Fermi-Galeno con macchine più performanti che ci consentono una maggior produzione di energia elettrica e una maggior efficienza per la climatizzazione degli

ambienti. Questo ci consentirà di prelevare meno EE dalla rete, portando ad un risparmio quantificabile nel 2018;

- > All'inizio dell'anno è stato acquistato un nuovo stabile, Palazzo Pagoda adibito alla ristorazione aziendale. La società è intervenuta nella ristrutturazione dell'edificio sostituendo tutti gli impianti esistenti ed eliminando il collegamento con il teleriscaldamento, fornendo il riscaldamento attraverso le caldaie esistenti e chiller in pompa di calore. Il risparmio generato è stato circa MWh 106. Inoltre l'installazione inverter sugli impianti delle cucine e delle utenze a servizio del Palazzo Pagoda ha generato un risparmio di circa kW 19.720;
- > Nel 2017 è stato installato, sul Palazzo Volta Galilei, un sistema di recupero energetico sugli ascensori, sfruttando l'energia prodotta dallo scorrimento delle cabine sulle funi. A seguire è stato inoltre installato in tutti i Palazzi del Campus Mediolanum. Ad oggi sono stati effettuati dei test di funzionamento che hanno portato degli ottimi risultati, ma solo nel 2018 si potranno fornire indicazioni sui risparmi.

## **RACCOLTA DIFFERENZIATA E SMALTIMENTO RIFIUTI**

Le tipologie di rifiuti trattati in maniera separata sono:

- > carta;
- > imballaggi (cartone, polistirolo, legno);
- > toner e cartucce per stampanti e fotocopiatrici;
- > PC e apparecchiature elettroniche;
- > pile;
- > plastica e alluminio;
- > vetro;
- > metallo;
- > tubi fluorescenti.

Sono presenti punti di raccolta su ogni piano per la carta e i toner presso gli spazi adibiti alla copia dei documenti e presso tutte le sale ristoro per la plastica e l'alluminio. Questo al fine di consentire la corretta raccolta e il successivo smaltimento. Per quanto riguarda il vetro e il metallo, sono state allestite due aree esterne di stoccaggio per tutti i palazzi.

Durante l'anno è stato inoltre gestito lo smaltimento dei rifiuti di computer, apparecchiature elettroniche e mobili mediante un'azienda specializzata nel trattamento e nel trasporto di residui.

## MOBILITÀ SOSTENIBILE

La sede di Basiglio è collegata a Milano (fermate della Metropolitana di Famagosta e San Donato) con un servizio di bus navetta. Il servizio ha coinvolto nel 2017 una media di 358 dipendenti al giorno su una popolazione di circa 3.005 persone.

I costi della navetta sono quasi interamente a carico dell'azienda e sono riferiti al servizio di trasporto privato che collega la sede di Basiglio con il comune di Milano e il comune di San Donato.

L'utilizzo dei mezzi pubblici per raggiungere la sede di lavoro viene incentivato attraverso un'apposita convenzione con ATM - Azienda di Trasporto Milanese - per la sottoscrizione di abbonamenti annuali urbani a condizioni di favore. Nel 2017 sono stati erogati da ATM ai dipendenti del Gruppo Mediolanum 132 abbonamenti urbani.

L'attenzione per la mobilità sostenibile ha portato nel 2015 ad installare 5 colonnine di ricarica rapida per i veicoli elettrici con l'obiettivo di investire in un progetto a zero impatto ambientale e nel 2017 sono state integrate ulteriori 5 colonnine di ricarica rapida.

Il parco auto del Gruppo Mediolanum, per l'anno 2017, ha visto la presenza di 122 auto rispetto alle 112 del 2016 ed è composto da veicoli con motori a limitata emissione di CO<sub>2</sub>, diesel con FAP di ultima generazione, alimentazioni alternative e la quasi totalità delle vetture sono in linea con le omologazioni Euro 5 ed Euro 6.

Anche nel caso di Banco Mediolanum in Spagna, i 15 veicoli che compongono la flotta aziendale sono in linea con i valori descritti nel precedente paragrafo. Resta alta l'attenzione del Gruppo Mediolanum nei confronti dei consumi e dell'ambiente. Infatti, la lista di autovetture all'interno della nuova policy aziendale "Policy e Procedura operativa per l'assegnazione, l'utilizzo e la gestione del parco auto aziendale" del 2 maggio 2016, prevede limiti massimi sia di emissione di CO<sub>2</sub> che di percorrenza chilometrica e la scelta di veicoli ad alimentazione alternativa, ibride, elettriche o a basso impatto ambientale costituisce un titolo preferenziale nel processo di rinnovo del parco auto aziendale.

Inoltre, nel secondo semestre del 2015, sono state sostituite le tradizionali fuel cards con una nuova tessera carburante DKV che, sposando la linea green a cui l'azienda è molto sensibile, contribuisce attivamente a realizzare progetti ecosostenibili regolarmente certificati, di cui verrà data visibilità a tutti gli utilizzatori nell'arco dell'anno.

In particolare, con la scelta della DKV Climate Card, è stato stretto un accordo con la Società non profit MyClimate al fine di partecipare attivamente all'abbattimento ed alla compensazione del CO<sub>2</sub> emesso nell'atmosfera per il quale verranno divulgati documenti che certificheranno il contributo alla riduzione del CO<sub>2</sub> emesso. Nel 2017 la flotta aziendale ha evitato l'immissione di 544,20 Tonnellate CO<sub>2</sub> in atmosfera.

In Spagna, Banco Mediolanum si appoggia a "Taxi ecològic", una società che fornisce servizi di trasporto garantendo la mobilità sostenibile. Taxi ecològic dispone della certificazione ISO 14001 (Norma de Gèstion Medio Ambiental) grazie alla quale tutti i veicoli rispettano le emissioni di CO<sub>2</sub> previste dalle norme CEE per il 2020. L'intera flotta consiste esclusivamente di veicoli 100% elettrici e ibridi (che combinano motore elettrico e combustione). Banco Mediolanum utilizza i servizi di questa azienda per gli spostamenti di dipendenti e collaboratori effettuati all'interno dell'area metropolitana di Barcellona.

In Irlanda le Società controllate seguono l'approccio ambientale del Gruppo e possono fare inoltre affidamento ad alcuni servizi locali. Vengono infatti utilizzati con successo due piani governativi: Tax savers e Bike to Work. Bike to Work permette ai dipendenti di acquistare una bici e il relativo equipaggiamento per un totale di 1.000 euro a condizioni agevolate, l'importo pagato viene poi scalato dallo stipendio nell'arco di 1-12 mesi. Tax saver segue la stessa logica permettendo di acquistare abbonamenti periodici che vengono scalati dallo stipendio nell'arco di 1-12 mesi.

## RISCHI E POLITICHE

L'impegno che Mediolanum dimostra nell'ambito della sostenibilità ambientale si concretizza da sempre in numerose iniziative, alcune delle quali di particolare rilevanza come l'impianto di Trigenerazione e la mobilità sostenibile.

# Allegati



# Indice Allegati

132 **1. PROFILO**

132 **1.2 Struttura del Gruppo**

133 **2. IDENTITÀ AZIENDALE E BUSINESS RESPONSABILE**

133 **2.3 Coinvolgimento degli stakeholder**

136 **2.4 Governance, gestione dei rischi e Compliance**

142 **3. LA SOSTENIBILITÀ IN BANCA MEDIOLANUM**

144 **3.1 Solidità e stabilità finanziaria**

145 **3.2 Personalizzazione, sicurezza e innovazione delle soluzioni finanziarie**

149 **3.3 Multicanalità e rete di Family Banker®**

160 **3.4 I dipendenti del Gruppo Mediolanum**

198 **3.5 Responsabilità verso la collettività e l'ambiente**

# 1. Profilo

## 1.2 Struttura del Gruppo

### Le società del Gruppo che offrono e progettano i Prodotti Mediolanum

#### Le società bancarie che offrono prodotti e servizi alla Clientela sono:

Banca Mediolanum S.p.A.  
con sede a Basiglio (Milano Tre, Milano)

Banco Mediolanum S.A.  
con sede operativa a Barcellona (Spagna)  
con sede legale a Valencia (Spagna)

Bankhaus August Lenz & Co. AG  
con sede a Monaco di Baviera (Germania)

#### Le società dove si progettano e si gestiscono i prodotti sono:

Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A.  
con sede a Basiglio (Milano Tre, Milano)

Mediolanum Vita S.p.A.  
con sede a Basiglio (Milano Tre, Milano)

Mediolanum Assicurazioni  
con sede a Basiglio (Milano Tre, Milano)

Mediolanum International Funds Ltd,  
Mediolanum Asset Management Ltd e  
Mediolanum International Life dac  
con sede a Dublino (Irlanda)

Gamax Management AG  
con sede a Lussemburgo

## 2. Identità aziendale e business responsabile

### 2.3 Coinvolgimento degli stakeholder

#### Stakeholder Clienti

##### Clienti Gruppo

	Mediolanum	Banco Mediolanum	Bankhaus August Lenz
	Italia	Spagna	Germania
<b>Numero clienti Totali al 31/12/2017</b>	1.215.575	117.054	6.289
<b>Numero clienti Primi intestatari al 31/12/2017</b>	1.032.046	103.751	5.595
<b>Retention clienti anno 2017</b>	<b>95,0%</b>	<b>91,8%</b>	<b>93,9%</b>

	Mediolanum	Banco Mediolanum	Bankhaus August Lenz
	Italia	Spagna	Germania
<b>Numero clienti Totali al 31/12/2016</b>	1.179.978	109.783	6.149
<b>Numero clienti Primi intestatari al 31/12/2016</b>	987.440	96.628	5.508
<b>Retention clienti anno 2016</b>	<b>95,2%</b>	<b>92,3%</b>	<b>92,6%</b>

# Ricerche di marketing

## STAKEHOLDER FAMILY BANKER®

### Financial Advisor Monitor 2017

Item	Totale mercato 2017	Totale mercato 2016	Mediolanum 2017	Mediolanum 2016
Qualità ed efficacia della formazione	3,35	3,39	3,57	3,56
Criteri di inserimento e sviluppo professionale	3,13	3,10	3,20	3,21
Servizio Clienti	3,27	3,26	3,65	3,64
Soddisfazione complessiva del Family Banker®	3,37	3,41	3,45	3,47

Fonte: dati di mercato derivanti dall'indagine Financial Advisor Monitor 2017 di GfK Eurisko che ha intervistato 2.417 consulenti finanziari, tramite interviste telefoniche (cavi) delle seguenti società: Allianz Bank, Azimut, Banca Fideuram, Banca Generali, Banca Mediolanum, Sanpaolo Invest, Finanza & Futuro, Widiba, IWBanck, Fineco, Credem, BNL Life Banker. Per Banca Mediolanum sono stati intervistati 300 Family Banker®. Il livello di soddisfazione viene espresso su una scala a 4 passi (4 "completamente soddisfatto", 3 "parzialmente soddisfatto", 2 "parzialmente insoddisfatto", 1 "completamente insoddisfatto").

Il 98% dei Family Banker® sono soddisfatti (sommato coloro che hanno dato un giudizio "completamente soddisfatto" + "parzialmente soddisfatto").

### Indagine periodica di experience su utilizzatori numero rosso

**Frequenza rilevazione** semestrale

**Numero intervistati** 600 casi

**Tipologia interviste** (cavi) online da dicembre 2015. Precedentemente telefonica svolta direttamente da funzione banking

**Tipologia di ricerca** ricerca svolta "in casa"

## Indagine di experience/gradimento eventi aziendali (convention, viaggi incentive, eventi allstars, ecc.)

<b>Frequenza rilevazione</b>	in relazione all'evento (es. annualmente indagine gradimento in merito alla convention nazionale)
<b>Numero Family intervistati</b>	campioni rappresentativi dei Family Banker® partecipanti all'evento
<b>Tipologia interviste</b>	(cawi) online
<b>Tipologia di ricerca</b>	ricerca svolta "in casa"

## Indagini spot su temi specifici (pre-test su nuovi rilasci tool, processi, strumenti, sondaggi per misurare la sensibilità a nuove offerte o nuovi servizi, ecc.)

### STAKEHOLDER COLLETTIVITÀ

#### Indagini di efficacia comunicazione pubblicitaria televisiva

<b>Frequenza rilevazione</b>	in occasione di cambi nel messaggio (contenuto/format). Nel 2017 sono state effettuate 3 rilevazioni
<b>Numero intervistati</b>	700 Prospect a rilevazione
<b>Tipologia interviste</b>	(cawi) online
<b>Tipologia di ricerca</b>	ricerca "proprietaria" svolta con Istituto di ricerca esterno

## 2.4 Governance, gestione dei rischi e Compliance

### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI BANCA MEDIOLANUM

Nominativo	Carica	Esecutivo	Non esecutivo	Indipendente	Uomo	Donna	Anno di nascita
<a href="#">Doris Ennio</a>	Presidente		x		x		1940
<a href="#">Lombardi Edoardo</a>	Vice Presidente		x		x		1936
<a href="#">Pirovano Giovanni</a>	Vice Presidente		x		x		1951
<a href="#">Doris Massimo Antonio</a>	Amministratore Delegato	x			x		1967
<a href="#">Doris Annalisa Sara</a>	Consigliere		x			x	1970
<a href="#">Berlusconi Luigi</a>	Consigliere		x		x		1988
<a href="#">Bianchi Bruno</a>	Consigliere		x	x	x		1938
<a href="#">Del Fabbro Luigi</a>	Consigliere		x		x		1949
<a href="#">Gualtieri Paolo</a>	Consigliere		x	x	x		1961
<a href="#">Renoldi Angelo</a>	Consigliere		x	x	x		1949
<a href="#">Tusquets Trias de Bes Carlos Javier</a>	Consigliere		x		x		1951

## COMUNICAZIONE E FORMAZIONE SU POLITICHE ANTI-CORRUPTION (ITALIA)

Numero dei membri del CDA a cui sono state comunicate le politiche e le procedure sull'anti-corruzione

Membri del CDA	Totale 2017	Totale 2016
Tot. membri CDA	11	-
Tot. membri CDA che hanno ricevuto comunicazione sulle politiche e le procedure in tema anti-corruzione	11	-
% di partecipazione	100%	

## COMUNICAZIONE E FORMAZIONE SU POLITICHE ANTI-CORRUPTION (SPAGNA)

Numero dei membri del CDA a cui sono state comunicate le politiche e le procedure sull'anti-corruzione

Membri del CDA	Totale 2017	Totale 2016
Tot. membri CDA	7	5
Tot. membri CDA che hanno ricevuto comunicazione sulle politiche e le procedure in tema anti-corruzione	6	5
% di partecipazione	86%	1

## Numero dei DIPENDENTI a cui sono state comunicate le politiche e le procedure sull'anti-corrruzione

N. di persone	Totale 2017	Totale 2016
Senior Manager	5	5
Manager	39	56
Non-Management Employees	206	175
<b>TOTALE</b>	<b>250</b>	<b>236</b>

## Numero di collaboratori della RETE DI VENDITA a cui sono state comunicate le politiche e le procedure sull'anti-corrruzione

N. di persone	Totale 2017	Totale 2016
Manager	226	212
Consulente	705	656
<b>TOTALE</b>	<b>931</b>	<b>868</b>

## Numero dei DIPENDENTI che hanno ricevuto formazione sulle politiche e le procedure sull'anti-corrruzione

N. di persone	Uomini	Donne	TOTALE
Senior Manager	5	-	5
Manager	29	10	39
Non-Management Employees	122	77	199
<b>Totale</b>	<b>156</b>	<b>87</b>	<b>243</b>

## Numero di collaboratori della RETE DI VENDITA che hanno ricevuto formazione sulle politiche e le procedure sull'anti-corrruzione

N. di persone	Uomini	Donne	TOTALE
Manager	-	-	-
Consulente	81	34	115
<b>TOTALE</b>	<b>81</b>	<b>34</b>	<b>115</b>

## COMUNICAZIONE E FORMAZIONE SU POLITICHE ANTI-CORRUPTION (GERMANIA)

Numero dei membri del CDA a cui sono state comunicate le politiche e le procedure sull'anti-corruzione

Membri del CDA	Totale 2017	Totale 2016
Tot. membri CDA	3	3
Tot. membri CDA che hanno ricevuto comunicazione sulle politiche e le procedure in tema anti-corruzione	3	3
% di partecipazione	100%	1

## COMUNICAZIONE E FORMAZIONE SU POLITICHE ANTI-CORRUPTION (IRLANDA)

Numero dei membri del CDA a cui sono state comunicate le politiche e le procedure sull'anti-corruzione

Membri del CDA	Totale 2017	Totale 2016
Tot. membri CDA	13	16
Tot. membri CDA che hanno ricevuto comunicazione sulle politiche e le procedure in tema anti-corruzione	13	16
% di partecipazione	100%	1

## Numero dei DIPENDENTI a cui sono state comunicate le politiche e le procedure sull'anti-corrruzione

N. di persone	Totale 2017	Totale 2016
Senior Manager	9	8
Manager	20	18
Non-Management Employees	62	63
<b>TOTALE</b>	<b>91</b>	<b>89</b>

## FORNITORI

### Ripartizione per categoria merceologica

Categoria Merceologica (%)	Fatturato		Variaz. %
	2017	2016	
EDP e Banche Dati	41,33	38,93	6,16
Spese Generali	20,76	20,86	(0,48)
Promo-pubblicitarie e Marketing	13,80	18,06	(23,59)
Consulenze Professionali	9,94	9,28	7,11
Altre	2,87	2,49	15,26
Gestione immobili	4,17	3,39	23,01
Utenze	1,72	2,62	(34,35)
Spedizioni e trasporti	4,34	3,29	31,91
Assicurative	1,07	1,08	(0,93)
<b>TOTALE</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

### Ripartizione per livello di fatturato

Fatturato annuo complessivo (euro)	% di concentrazione		Ripartizione spesa totale	Totale fatturato		N. Fornitori		N. Fornitori %	
	% fornitori	% fatturato		Italia	Estero	Italia	Estero	Italia	Estero
0 - 10.000	61,04%	1,46%	4.177.839,85	3.987.738,34	190.101,51	1.538	62	61,54%	52,42%
10.001 - 100.000	27,80%	9,49%	27.082.360,87	26.113.403,55	968.957,32	742	37	27,61%	31,04%
> 100.001	11,16%	89,05%	254.186.089,96	242.733.978,06	11.452.111,90	307	21	10,85%	16,54%
<b>TOTALE</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>285.446.290,68</b>	<b>272.835.119,95</b>	<b>12.611.170,73</b>	<b>2.587</b>	<b>120</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

## Ripartizione per area geografica (Italia)

Regione (n. fornitori)	2017	2016	Variaz. %
Lombardia	1.311	984	33,23
Lazio	313	231	35,50
Emilia Romagna	164	145	13,10
Veneto	214	184	16,30
Sicilia	124	115	7,83
Piemonte	117	113	3,54
Estero	120	104	15,38
Toscana	81	83	(2,41)
Campania	29	44	(34,09)
Marche	27	39	(30,77)
Sardegna	24	30	(20,00)
Puglia	25	28	(10,71)
Umbria	25	27	(7,41)
Calabria	42	47	(10,64)
Friuli Venezia Giulia	19	18	5,56
Liguria	22	23	(4,35)
Trentino Alto Adige	24	33	(27,27)
Abruzzo	14	21	(33,33)
Molise	6	4	50,00
Valle D'Aosta	5	4	25,00
Basilicata	1	3	(66,67)
<b>TOTALE</b>	<b>2.707</b>	<b>2.280</b>	<b>18,73</b>

# 3. La sostenibilità in Banca Mediolanum

## Matrice di Materialità

Definizione tema materiale	Ambito	Principale stakeholder interessato	Perimetro per i temi materiali trattati	
			Interno	Esterno
<b>Solidità finanziaria</b>	Responsabilità economica	Tutti	Gruppo	Clienti Azionisti e comunità finanziaria Istituzioni e regolatori
<b>Identità aziendale e business responsabile</b>	Governance e Compliance	Tutti	Gruppo	Clienti Azionisti e comunità finanziaria
<b>Centralità del Cliente</b>	Personalizzazione, sicurezza e innovazione delle soluzioni finanziarie	Clienti	Gruppo	Clienti
<b>Innovazione di business</b>	Responsabilità verso i clienti	Tutti	Gruppo	Clienti
<b>Tutela del Cliente</b>	Responsabilità verso i clienti	Clienti	Gruppo	Clienti
<b>Performance economico-finanziaria</b>	Responsabilità economica	Tutti	Gruppo	Clienti Azionisti e comunità finanziaria Istituzioni e regolatori
<b>Sviluppo del capitale umano</b>	Responsabilità verso le Risorse Umane	Dipendenti Family Banker®	Gruppo	
<b>Compliance e dialogo con i Regulators</b>	Governance e Compliance	Tutti	Gruppo	Clienti Azionisti e comunità finanziaria Istituzioni e regolatori
<b>Marketing e Comunicazione trasparente</b>	Responsabilità verso i clienti	Clienti	Gruppo	Clienti
<b>Gestione dei rischi</b>	Governance e Compliance	Tutti	Gruppo	Clienti Azionisti e comunità finanziaria Dipendenti Family Banker®

<b>Corporate Governance</b>	Governance e Compliance	Tutti	Gruppo	Clienti Azionisti e comunità finanziaria Dipendenti Family Banker®
<b>Tutela del Capitale Umano</b>	Responsabilità verso le Risorse Umane	Dipendenti Family Banker®	Gruppo	
<b>Supporto alle comunità</b>	Responsabilità verso le Risorse Umane	Collettività	Gruppo	Collettività
<b>Politiche di approvvigionamento e valutazione dei fornitori</b>	Responsabilità sociale	Fornitori	Gruppo	Fornitori
<b>Finanza responsabile e investimenti SRI</b>	Responsabilità economica	Clienti	Gruppo	Clienti Azionisti e comunità finanziaria Istituzioni e regolatori
<b>Acquisto e consumo di prodotti sostenibili</b>	Responsabilità ambientale	Fornitori	Gruppo	Fornitori
<b>Inclusione finanziaria</b>	Responsabilità sociale	Collettività	Gruppo	Clienti Collettività
<b>Trasporti e logistica</b>	Responsabilità ambientale	Dipendenti	Gruppo	Fornitori
<b>Energia e cambiamento climatico</b>	Responsabilità ambientale	Tutti	Gruppo	Clienti Collettività

## 3.1 Solidità e stabilità finanziaria

### RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO

Ripartizione Valore Aggiunto Globale Lordo	Esercizio 2017	Esercizio 2016
Azionisti	293.586	294.271
Personale	202.052	195.442
Reti di vendita	535.265	480.287
Stato, enti ed istituzioni	135.449	122.697
Collettività	6.609	11.460
Sistema impresa	168.360	171.829
<b>TOTALE VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>1.341.320</b>	<b>1.275.985</b>

## 3.2 Personalizzazione, sicurezza e innovazione delle soluzioni finanziarie

### VOLUMI RECLAMI

L'analisi dei reclami ricevuti al 31 dicembre 2017, illustrata di seguito, tiene conto di tutti quelli ricevuti per iscritto, tramite fax, lettera, e-mail, Posta Elettronica Certificata (PEC), telegramma o altra forma consentita da clienti o potenziali clienti del Gruppo, aventi ad oggetto servizi bancari e d'investimento e di intermediazione assicurativa prestati dal medesimo. Il canale più utilizzato dalla clientela italiana per la trasmissione dei reclami è stato l'e-mail, usato nel 76% circa dei casi.

Sono pervenuti complessivamente 4.336 reclami, sostanzialmente in linea (- 1,4%) rispetto a quelli pervenuti nel 2016: di questi, 4.202 sono risultati "trattabili" e 134 "non trattabili", in quanto carenti degli elementi essenziali per poter essere adeguatamente gestiti.

A mero titolo esemplificativo, sono considerati "non trattabili" quei reclami che non consentono di identificare il soggetto reclamante o il prodotto oggetto di lamentela.

Per completezza, si evidenzia inoltre che, nel 2017, i reclami "riaperti", cioè quelli per i quali i clienti non hanno ritenuto soddisfacente la risposta ricevuta in prima istanza, sono stati pari a 563, di cui 557 "trattabili" e 6 "non trattabili". Dei 4.336 reclami complessivamente ricevuti 4.010, circa il 92%, sono stati indirizzati a Banca Mediolanum S.p.A, Banco Mediolanum S.A. e Bankhaus August Lenz & Co AG. che, con le proprie Reti di Vendita, collocano i prodotti del Gruppo.

	Nr Pratiche		Riaperture	
	Trattabili	Non Trattabili	Trattabili	Non Trattabili
Banca Mediolanum S.p.A.	3.448	72	485	3
Banco Mediolanum S.A.	300	43	7	3
Bankhaus August Lenz & Co. AG	147	0	0	0
Gamax Management AG	0	0	0	0
Mediolanum Asset Management Ltd	0	0	0	0
Mediolanum Assicurazioni S.p.A.	32	4	3	0
Mediolanum Fiduciaria S.p.A.	0	0	0	0
Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A.	13	1	5	0
Mediolanum International Funds Ltd	0	0	0	0
Mediolanum International Life Ltd	16	1	4	0
Mediolanum Vita S.p.A.	246	13	53	0
<b>TOTALE</b>	<b>4.202</b>	<b>134</b>	<b>557</b>	<b>6</b>
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>4.336</b>		<b>563</b>	

Riguardo alle società Mediolanum Comunicazione S.p.A. e Fermi & Galeno Real Estate S.r.l. il fenomeno dei reclami non è rilevato in quanto non hanno clienti retail.

## COMPOSIZIONE RECLAMI

La gestione di un reclamo "trattabile" può concludersi in uno dei seguenti modi:

- > il reclamo non viene accolto, in quanto considerato "non fondato";
- > il reclamo viene accolto, ovvero si procede a riconoscere il disservizio causato al cliente, accogliendone le richieste;
- > il reclamo viene risolto bonariamente attraverso una transazione stragiudiziale.

Analizzando l'esito dell'istruttoria, a fronte di 4.202 reclami "trattabili" ricevuti, 3.860 sono stati composti entro il 31/12/2017, di cui 721 sono stati ritenuti fondati (circa il 19%).

	2017	2016	Variaz. %
<b>Reclami Trattabili Ricevuti</b>	4.202	4.314	(3)
<b>Reclami Composti</b>	3.860	3.968	(3)
di cui accolti	721	748	(4)
di cui non fondati	3.139	3.220	(3)
<b>Reclami in istruttoria a fine periodo non scaduti</b>	308	333	(8)
<b>Reclami in istruttoria a fine periodo scaduti</b>	34	13	162

Con riferimento ai reclami scaduti ancora in istruttoria, si precisa che per la gran parte di essi è stata comunque inviata una risposta interlocutoria al cliente o hanno ricevuto risposta nei primi giorni del 2018.

In Italia la gestione delle controversie con la clientela viene effettuata anche attraverso l'istituto della mediazione, della negoziazione assistita o tramite il ricorso dei Clienti ad Organismi di Risoluzione Stragiudiziale delle Controversie.

Nel corso del 2017, pur a fronte di volumi assolutamente modesti, il numero dei ricorsi all'Arbitro Bancario Finanziario e delle mediazioni è leggermente diminuito, mentre le Convenzioni di negoziazione assistita risultano leggermente aumentate; a far data dal 4 gennaio 2017, è stato avviato il funzionamento dell'Arbitro per le Controversie Finanziarie (ACF) presso la Consob, Organismo di Conciliazione Stragiudiziale delle controversie tra Intermediari e Clienti in materia di Servizi di Investimento che ha sostituito l'Ombudsman - Giurì Bancario e la Camera di Conciliazione ed Arbitrato presso la Consob.

## Ricorsi

Tipologia ricorsi	2017	2016
Arbitro Bancario Finanziario	19	21
Ombudsman	n.a.	6
Arbitro per le Controversie Finanziarie	12	n.a.
Mediazione	61	100
Convenzione di negoziazione assistita	18	15
<b>TOTALE RICORSI PRESENTATI</b>	<b>110</b>	<b>142</b>

\* Le variazioni rispetto all'anno 2016 (numeri pubblicati nel Bilancio di Sostenibilità 2016) sono dovute al fatto che il numero e la tipologia di Ricorsi, Mediazioni, Negoziamenti è stato consolidato a fine anno 2016, ma nel corso del 2017 sono state emesse decisioni che hanno modificato gli stessi.

## 3.3 Multicanalità e rete di Family Banker®

### COMPOSIZIONE DELLA RETE DI FAMILY BANKER®

#### Ripartizione dei collaboratori per età

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	< 30	30-50	> 50
Manager	5	486	440
Consulenti	133	2.627	1.543
<b>TOTALE</b>	<b>138</b>	<b>3.113</b>	<b>1.983</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	< 30	30-50	> 50
Manager	8	550	453
Consulenti	126	2.794	1.318
<b>TOTALE</b>	<b>134</b>	<b>3.344</b>	<b>1.771</b>

## Turnover della Rete di Family Banker® per genere ed età G4-LA1 (Gruppo) Collaboratori entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	4.158	39	107	38	184	4,43
Donne	1.076	17	44	11	72	6,69
<b>TOTALE</b>	<b>5.234</b>	<b>56</b>	<b>151</b>	<b>49</b>	<b>256</b>	<b>4,89</b>

## Collaboratori usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	4.158	24	109	71	204	4,91
Donne	1.076	4	50	13	67	6,23
<b>TOTALE</b>	<b>5.234</b>	<b>28</b>	<b>159</b>	<b>84</b>	<b>271</b>	<b>5,18</b>

## Collaboratori entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	4.177	50	185	34	269	6,44
Donne	1.072	20	65	12	97	9,05
<b>TOTALE</b>	<b>5.249</b>	<b>70</b>	<b>250</b>	<b>46</b>	<b>366</b>	<b>6,97</b>

## Collaboratori usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	4.177	21	155	85	261	6,25
Donne	1.072	8	56	16	80	7,46
<b>TOTALE</b>	<b>5.249</b>	<b>29</b>	<b>211</b>	<b>101</b>	<b>341</b>	<b>6,50</b>

\* Le eventuali differenze riscontrabili in altri documenti nelle percentuali di turnover, sono giustificate dal fatto che nella presente Dichiarazione non Finanziaria il dato viene calcolato sulla consistenza finale e non su quella media.

## Composizione della rete di Family Banker® per genere e per età G4-LA12 (Italia)

### Ripartizione dei collaboratori per genere

#### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne
Manager	655	38
Consulenti	2.806	755
<b>TOTALE</b>	<b>3.461</b>	<b>793</b>

#### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne
Manager	740	45
Consulenti	2.775	766
<b>TOTALE</b>	<b>3.515</b>	<b>811</b>

### Ripartizione dei collaboratori per età

#### Al 31 dicembre 2017

N. persone	< 30	30-50	> 50
Manager	0	284	409
Consulenti	64	2.076	1.421
<b>TOTALE</b>	<b>64</b>	<b>2.360</b>	<b>1.830</b>

#### Al 31 dicembre 2016

N. persone	< 30	30-50	> 50
Manager	0	357	428
Consulenti	61	2.265	1.215
<b>TOTALE</b>	<b>61</b>	<b>2.622</b>	<b>1.643</b>

## Turnover della Rete di Family Banker® per genere e per età G4-LA1 (Italia) Collaboratori entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	3.461	12	42	26	80	2,31
Donne	793	6	13	7	26	3,28
<b>TOTALE</b>	<b>4.254</b>	<b>18</b>	<b>55</b>	<b>33</b>	<b>106</b>	<b>2,49</b>

### Collaboratori usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	3.461	3	68	63	134	3,87
Donne	793	1	31	12	44	5,55
<b>TOTALE</b>	<b>4.254</b>	<b>4</b>	<b>99</b>	<b>75</b>	<b>178</b>	<b>4,18</b>

### Collaboratori entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	3.515	20	78	26	124	3,53
Donne	811	7	25	6	38	4,69
<b>TOTALE</b>	<b>4.326</b>	<b>27</b>	<b>103</b>	<b>32</b>	<b>162</b>	<b>3,74</b>

### Collaboratori usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	3.515	6	102	73	181	5,15
Donne	811	2	29	11	42	5,18
<b>TOTALE</b>	<b>4.326</b>	<b>8</b>	<b>131</b>	<b>84</b>	<b>223</b>	<b>5,15</b>

\* Le eventuali differenze riscontrabili in altri documenti nelle percentuali di turnover, sono giustificate dal fatto che nella presente Dichiarazione non Finanziaria il dato viene calcolato sulla consistenza finale e non su quella media.

## Composizione della rete di Family Banker® per genere e per età (Spagna)

### Ripartizione dei collaboratori per genere

#### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne
<b>Manager</b>	174	52
<b>Consulenti</b>	481	224
<b>TOTALE</b>	<b>655</b>	<b>276</b>

#### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne
<b>Manager</b>	163	49
<b>Consulenti</b>	454	202
<b>TOTALE</b>	<b>617</b>	<b>251</b>

### Ripartizione dei collaboratori per età

#### Al 31 dicembre 2017

N. persone	< 30	30-50	> 50
<b>Manager</b>	5	195	26
<b>Consulenti</b>	68	531	106
<b>TOTALE</b>	<b>73</b>	<b>726</b>	<b>132</b>

#### Al 31 dicembre 2016

N. persone	< 30	30-50	> 50
<b>Manager</b>	8	184	20
<b>Consulenti</b>	62	505	89
<b>TOTALE</b>	<b>70</b>	<b>689</b>	<b>109</b>

## Turnover della Rete di Family Banker® per genere e per età (Spagna)

### Collaboratori entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	655	26	61	8	95	14,50
<b>Donne</b>	276	11	30	4	45	16,30
<b>TOTALE</b>	<b>931</b>	<b>37</b>	<b>91</b>	<b>12</b>	<b>140</b>	<b>15,04</b>

### Collaboratori usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	655	20	32	6	58	8,85
<b>Donne</b>	276	1	17	1	19	6,88
<b>TOTALE</b>	<b>931</b>	<b>21</b>	<b>49</b>	<b>7</b>	<b>77</b>	<b>8,27</b>

### Collaboratori entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	617	27	92	6	125	20,26
<b>Donne</b>	251	10	39	4	53	21,12
<b>TOTALE</b>	<b>868</b>	<b>37</b>	<b>131</b>	<b>10</b>	<b>178</b>	<b>20,51</b>

### Collaboratori usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	617	12	45	8	65	10,53
<b>Donne</b>	251	5	26	3	34	13,55
<b>TOTALE</b>	<b>868</b>	<b>17</b>	<b>71</b>	<b>11</b>	<b>99</b>	<b>11,41</b>

\* Le eventuali differenze riscontrabili in altri documenti nelle percentuali di turnover, sono giustificate dal fatto che nella presente Dichiarazione non Finanziaria il dato viene calcolato sulla consistenza finale e non su quella media.

## Composizione della rete di Family Banker® per genere e per età (Germania)

### Ripartizione dei collaboratori per genere

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne
<b>Manager</b>	10	2
<b>Consulenti</b>	32	5
<b>TOTALE</b>	<b>42</b>	<b>7</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne
<b>Manager</b>	12	2
<b>Consulenti</b>	33	8
<b>TOTALE</b>	<b>45</b>	<b>10</b>

### Ripartizione dei collaboratori per età

Al 31 dicembre 2017

N. persone	< 30	30-50	> 50
<b>Manager</b>	0	7	5
<b>Consulenti</b>	1	20	16
<b>TOTALE</b>	<b>1</b>	<b>27</b>	<b>21</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	< 30	30-50	> 50
<b>Manager</b>	0	9	5
<b>Consulenti</b>	3	24	14
<b>TOTALE</b>	<b>3</b>	<b>33</b>	<b>19</b>

## Turnover della Rete di Family Banker® per genere e per età (Germania)

### Collaboratori entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	42	1	4	4	9	21,43
<b>Donne</b>	7	-	1	-	1	14,29
<b>TOTALE</b>	<b>49</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>20,41</b>

### Collaboratori usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	42	1	9	2	12	28,57
<b>Donne</b>	7	2	2	-	4	57,14
<b>TOTALE</b>	<b>49</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>32,65</b>

### Collaboratori entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	45	3	15	2	20	44,44
<b>Donne</b>	10	3	1	2	6	60,00
<b>TOTALE</b>	<b>55</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b>47,27</b>

### Collaboratori usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	45	3	8	4	15	33,33
<b>Donne</b>	10	1	1	2	4	40,00
<b>TOTALE</b>	<b>55</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>34,55</b>

\* Le eventuali differenze riscontrabili in altri documenti nelle percentuali di turnover, sono giustificate dal fatto che nella presente Dichiarazione non Finanziaria il dato viene calcolato sulla consistenza finale e non su quella media.

## FORMAZIONE - RETE DI FAMILY BANKER®

### Ore di formazione totali e pro capite per categoria professionale e tipologia di training (Gruppo)

Unità e ore di formazione

	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Totale personale Rete di vendita 2017	Ore erogate	Ore pro-capite	Totale personale Rete di vendita 2016	Ore erogate	Ore pro-capite
Manager	931	125.714	135	1.011	116.905	116
Consulenti	4.303	485.950	113	4.238	452.349	107
<b>TOTALE</b>	<b>5.234</b>	<b>611.664</b>	<b>117</b>	<b>5.249</b>	<b>569.254</b>	<b>108</b>

### Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Partecipazione 2017	Ore totali 2017	Partecipazione 2016	Ore totali 2016
Aggiornamento Tecnico Professionale e prodotti	96.574	393.362	75.064	282.141
Formazione Manageriale e Comportamentale	6.540	48.699	3.534	33.324
Adempimenti obblighi normativi	64.780	169.603	70.592	253.789
<b>TOTALE</b>	<b>167.894</b>	<b>611.664</b>	<b>149.190</b>	<b>569.254</b>

## Ore di formazione totali e pro capite per categoria professionale e tipologia di training (Italia)

### Unità e ore di formazione

	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Totale personale Rete di vendita 2017	Ore erogate	Ore pro-capite	Totale personale Rete di vendita 2016	Ore erogate	Ore pro-capite
Manager	693	108.624	157	785	112.188	143
Consulenti	3.561	390.791	110	3.541	449.835	127
<b>TOTALE</b>	<b>4.254</b>	<b>499.414</b>	<b>117</b>	<b>4.326</b>	<b>562.023</b>	<b>130</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Partecipazione 2017	Ore totali 2017	Partecipazione 2016	Ore totali 2016
Aggiornamento Tecnico Professionale e prodotti	90.522	285.146	74.036	275.902
Formazione Manageriale e Comportamentale	6.336	45.936	3.402	32.980
Adempimenti obblighi normativi	63.901	168.332	69.510	253.141
<b>TOTALE</b>	<b>160.759</b>	<b>499.414</b>	<b>146.948</b>	<b>562.023</b>

## Ore di formazione totali e pro capite per categoria professionale e tipologia di training (Spagna)

### Unità e ore di formazione

	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Totale personale Rete di vendita 2017	Ore erogate	Ore pro-capite	Totale personale Rete di vendita 2016	Ore erogate	Ore pro-capite
<b>Manager</b>	226	15.641	69	212	4.157	20
<b>Consulenti</b>	705	92.690	131	656	1.290	2
<b>TOTALE</b>	<b>931</b>	<b>108.330</b>	<b>116</b>	<b>868</b>	<b>5.447</b>	<b>6</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Partecipazione 2017	Ore totali 2017	Partecipazione 2016	Ore totali 2016
Aggiornamento Tecnico Professionale e prodotti	5.954	105.192	918	4.871
Formazione Manageriale e Comportamentale	155	1.963	77	24
Adempimenti obblighi normativi	830	1.175	1.027	552
<b>TOTALE</b>	<b>6.939</b>	<b>108.330</b>	<b>2.022</b>	<b>5.447</b>

## Ore di formazione totali e pro capite per categoria professionale e tipologia di training (Germania) Unità e ore di formazione

	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Totale personale Rete di vendita 2017	Ore erogate	Ore pro-capite	Totale personale Rete di vendita 2016	Ore erogate	Ore pro-capite
Manager	12	1.450	121	14	560	40
Consulenti	37	2.470	67	41	1.224	30
<b>TOTALE</b>	<b>49</b>	<b>3.920</b>	<b>80</b>	<b>55</b>	<b>1.784</b>	<b>32</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Partecipazione 2017	Ore totali 2017	Partecipazione 2016	Ore totali 2016
Aggiornamento Tecnico Professionale e prodotti	98	3.024	110	1.368
Formazione Manageriale e Comportamentale	49	800	55	320
Adempimenti obblighi normativi	49	96	55	96
<b>TOTALE</b>	<b>196</b>	<b>3.920</b>	<b>220</b>	<b>1.784</b>

## 3.4 I dipendenti del Gruppo Mediolanum<sup>1</sup>

### Ripartizione dipendenti per qualifica e genere G4-LA12 (Gruppo)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	98	14	112
Manager	277	154	431
Non-Management Employees	941	1.127	2.068
<b>TOTALE</b>	<b>1.316</b>	<b>1.295</b>	<b>2.611</b>
Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	90	15	105
Manager	280	147	427
Non-Management Employees	917	1.136	2.053
<b>TOTALE</b>	<b>1.287</b>	<b>1.298</b>	<b>2.585</b>

### Ripartizione dipendenti per qualifica e genere G4-LA12 (Italia)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	80	14	94
Manager	220	132	352
Non-Management Employees	748	975	1.723
<b>TOTALE</b>	<b>1.048</b>	<b>1.121</b>	<b>2.169</b>
Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	76	15	91
Manager	213	122	335
Non-Management Employees	753	989	1.742
<b>TOTALE</b>	<b>1.042</b>	<b>1.126</b>	<b>2.168</b>

<sup>1</sup> Nel perimetro di Gruppo sono considerati i due dipendenti di Lux Gamax Management.

## Ripartizione dipendenti per qualifica e genere G4-LA12 (Spagna)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	5	-	5
Manager	29	10	39
Non-Management Employees	114	92	206
<b>TOTALE</b>	<b>148</b>	<b>102</b>	<b>250</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	5	-	5
Manager	39	18	57
Non-Management Employees	94	83	177
<b>TOTALE</b>	<b>138</b>	<b>101</b>	<b>239</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica e genere G4-LA12 (Germania)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	3	0	3
Manager	18	2	20
Non-Management Employees	40	36	76
<b>TOTALE</b>	<b>61</b>	<b>38</b>	<b>99</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	-	-	-
Manager	16	1	17
Non-Management Employees	35	35	70
<b>TOTALE</b>	<b>51</b>	<b>36</b>	<b>87</b>

\* Nel 2017 sono inclusi nel calcolo dei dipendenti 3 amministratori e 3 student, non inseriti nel 2016.

## Ripartizione dipendenti per qualifica e genere G4-LA12 (Irlanda)

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	9	-	9
Manager	10	10	20
Non-Management Employees	39	23	62
<b>TOTALE</b>	<b>58</b>	<b>33</b>	<b>91</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	8	-	8
Manager	12	6	18
Non-Management Employees	35	28	63
<b>TOTALE</b>	<b>55</b>	<b>34</b>	<b>89</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età G4-LA12 (Gruppo)

Al 31 dicembre 2017				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	-	53	59	112
Manager	-	325	106	431
Non-Management Employees	288	1.618	162	2.068
<b>TOTALE</b>	<b>288</b>	<b>1.996</b>	<b>327</b>	<b>2.611</b>

Al 31 dicembre 2016				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	-	50	55	105
Manager	-	320	107	427
Non-Management Employees	336	1.595	122	2.053
<b>TOTALE</b>	<b>336</b>	<b>1.965</b>	<b>284</b>	<b>2.585</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età G4-LA12 (Italia)

Al 31 dicembre 2017				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	-	44	50	94
Manager	-	272	80	352
Non-Management Employees	208	1.391	124	1.723
<b>TOTALE</b>	<b>208</b>	<b>1.707</b>	<b>254</b>	<b>2.169</b>

Al 31 dicembre 2016				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	-	42	49	91
Manager	-	259	76	335
Non-Management Employees	258	1.381	103	1.742
<b>TOTALE</b>	<b>258</b>	<b>1.682</b>	<b>228</b>	<b>2.168</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età G4-LA12 (Spagna)

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	< 30	30-50	>50	Totale
Senior Manager	-	1	4	5
Manager	-	25	14	39
Non-Management Employees	45	135	26	206
<b>TOTALE</b>	<b>45</b>	<b>161</b>	<b>44</b>	<b>250</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	< 30	30-50	>50	Totale
Senior Manager	-	2	3	5
Manager	-	33	24	57
Non-Management Employees	41	124	12	177
<b>TOTALE</b>	<b>41</b>	<b>159</b>	<b>39</b>	<b>239</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età G4-LA12 (Germania)

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	< 30	30-50	>50	Totale
Senior Manager	-	-	3	3
Manager	-	11	9	20
Non-Management Employees	14	50	12	76
<b>TOTALE</b>	<b>14</b>	<b>61</b>	<b>24</b>	<b>99</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	< 30	30-50	>50	Totale
Senior Manager	-	-	-	-
Manager	-	11	6	17
Non-Management Employees	15	48	7	70
<b>TOTALE</b>	<b>15</b>	<b>59</b>	<b>13</b>	<b>87</b>

\* Nel 2017 sono inclusi nel calcolo dei dipendenti 3 amministratori e 3 student, non inseriti nel 2016.

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età G4-LA12 (Irlanda)

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	< 30	30-50	>50	Totale
Senior Manager	-	8	1	9
Manager	-	17	3	20
Non-Management Employees	21	41	-	62
<b>TOTALE</b>	<b>21</b>	<b>66</b>	<b>4</b>	<b>91</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	< 30	30-50	>50	Totale
Senior Manager	-	6	2	8
Manager	-	17	1	18
Non-Management Employees	22	41	-	63
<b>TOTALE</b>	<b>22</b>	<b>64</b>	<b>3</b>	<b>89</b>

## Categorie protette G4-LA12 (Gruppo)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	-	-	-
Manager	4	3	7
Non-Management Employees	27	30	57
<b>TOTALE</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>64</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	-	-	-
Manager	3	3	6
Non-Management Employees	26	22	48
<b>TOTALE</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>54</b>

## Categorie protette G4-LA12 (Italia)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	-	-	-
Manager	4	3	7
Non-Management Employees	26	24	50
<b>TOTALE</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>57</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	-	-	-
Manager	3	3	6
Non-Management Employees	26	22	48
<b>TOTALE</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>54</b>

## Categorie protette G4-LA12 (Germania)

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	-	-	-
Manager	-	-	-
Non-Management Employees	1	6	7
<b>TOTALE</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale G4-10 (Gruppo)

### Ripartizione del personale per tipologia contrattuale (Determinato vs Indeterminato)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	35	32	67
Tempo Indeterminato	1.281	1.263	2.544
<b>TOTALE</b>	<b>1.316</b>	<b>1.295</b>	<b>2.611</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	25	32	57
Tempo Indeterminato	1.262	1.266	2.528
<b>TOTALE</b>	<b>1.287</b>	<b>1.298</b>	<b>2.585</b>

### Ripartizione del personale per tipologia professionale (Full time vs Part time)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	1.275	1.184	2.459
Part time	6	79	85
<b>TOTALE</b>	<b>1.281</b>	<b>1.263</b>	<b>2.544</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	1.261	1.203	2.464
Part time	1	63	64
<b>TOTALE</b>	<b>1.262</b>	<b>1.266</b>	<b>2.528</b>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale G4-10 (Italia)

### Ripartizione del personale per tipologia contrattuale (Determinato vs Indeterminato)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	14	17	31
Tempo Indeterminato	1.034	1.104	2.138
<b>TOTALE</b>	<b>1.048</b>	<b>1.121</b>	<b>2.169</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	9	15	24
Tempo Indeterminato	1.033	1.111	2.144
<b>TOTALE</b>	<b>1.042</b>	<b>1.126</b>	<b>2.168</b>

### Ripartizione del personale per tipologia professionale (Full time vs Part time)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	1.033	1.052	2.085
Part time	1	52	53
<b>TOTALE</b>	<b>1.034</b>	<b>1.104</b>	<b>2.138</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	1.033	1.072	2.105
Part time	-	39	39
<b>TOTALE</b>	<b>1.033</b>	<b>1.111</b>	<b>2.144</b>

## Totale Forza Lavoro

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	1.048	1.121	2.169
Altri collaboratori	18	33	51
<b>TOTALE</b>	<b>1.066</b>	<b>1.154</b>	<b>2.220</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	1.042	1.126	2.168
Altri collaboratori	29	42	71
<b>TOTALE</b>	<b>1.071</b>	<b>1.168</b>	<b>2.239</b>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale G4-10 (Spagna)

### Ripartizione del personale per tipologia contrattuale (Determinato vs Indeterminato)

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	10	10	20
Tempo Indeterminato	138	92	230
<b>TOTALE</b>	<b>148</b>	<b>102</b>	<b>250</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	6	10	16
Tempo Indeterminato	132	91	223
<b>TOTALE</b>	<b>138</b>	<b>101</b>	<b>239</b>

### Ripartizione del personale per tipologia professionale (Full time vs Part time)

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	134	75	209
Part time	4	17	21
<b>TOTALE</b>	<b>138</b>	<b>92</b>	<b>230</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	131	77	208
Part time	1	14	15
<b>TOTALE</b>	<b>132</b>	<b>91</b>	<b>223</b>

## Totale Forza Lavoro

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	148	102	250
Altri collaboratori	3	1	4
<b>TOTALE</b>	<b>151</b>	<b>103</b>	<b>254</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	138	101	239
Altri collaboratori	6	7	13
<b>TOTALE</b>	<b>144</b>	<b>108</b>	<b>252</b>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale G4-10 (Germania)

Ripartizione del personale per tipologia contrattuale (Determinato vs Indeterminato)

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	2	3	5
Tempo Indeterminato	59	35	94
<b>TOTALE</b>	<b>61</b>	<b>38</b>	<b>99</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato		1	1
Tempo Indeterminato	51	35	86
<b>TOTALE</b>	<b>51</b>	<b>36</b>	<b>87</b>

## Ripartizione del personale per tipologia professionale (Full time vs Part time)

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	59	25	84
Part time	0	10	10
<b>TOTALE</b>	<b>59</b>	<b>35</b>	<b>94</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	51	26	77
Part time	-	9	9
<b>TOTALE</b>	<b>51</b>	<b>35</b>	<b>86</b>

## Totale Forza Lavoro

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	61	38	99
Altri collaboratori	-	1	1
<b>TOTALE</b>	<b>61</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	51	36	87
Altri collaboratori	2	1	3
<b>TOTALE</b>	<b>53</b>	<b>37</b>	<b>90</b>

\* Nel 2017 sono inclusi nel calcolo dei dipendenti 3 amministratori e 3 student, non inseriti nel 2016.

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale G4-10 (Irlanda)

### Ripartizione del personale per tipologia contrattuale (Determinato vs Indeterminato)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	9	2	11
Tempo Indeterminato	49	31	80
<b>TOTALE</b>	<b>58</b>	<b>33</b>	<b>91</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	10	6	16
Tempo Indeterminato	45	28	73
<b>TOTALE</b>	<b>55</b>	<b>34</b>	<b>89</b>

### Ripartizione del personale per tipologia professionale (Full time vs Part time)

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	48	31	79
Part time	1	-	1
<b>TOTALE</b>	<b>49</b>	<b>31</b>	<b>80</b>

Al 31 dicembre 2016			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	45	27	72
Part time	-	1	1
<b>TOTALE</b>	<b>45</b>	<b>28</b>	<b>73</b>

## Totale Forza Lavoro

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	58	33	91
Altri collaboratori	4	-	4
<b>TOTALE</b>	<b>62</b>	<b>33</b>	<b>95</b>

### Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	55	34	89
Altri collaboratori	10	-	10
<b>TOTALE</b>	<b>65</b>	<b>34</b>	<b>99</b>

## Turnover dei dipendenti per genere ed età G4-LA1 (Gruppo)

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.316	32	35	8	75	5,70
Donne	1.295	21	21	3	45	3,47
<b>TOTALE</b>	<b>2.611</b>	<b>53</b>	<b>56</b>	<b>11</b>	<b>120</b>	<b>4,60</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.316	9	35	6	50	3,80
Donne	1.295	13	32	5	50	3,86
<b>TOTALE</b>	<b>2.611</b>	<b>22</b>	<b>67</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>3,83</b>

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.287	40	41	2	83	6,45
Donne	1.298	34	26	-	60	4,62
<b>TOTALE</b>	<b>2.585</b>	<b>74</b>	<b>67</b>	<b>2</b>	<b>143</b>	<b>5,53</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.287	19	44	9	72	5,59
Donne	1.298	12	38	7	57	4,39
<b>TOTALE</b>	<b>2.585</b>	<b>31</b>	<b>82</b>	<b>16</b>	<b>129</b>	<b>4,99</b>

## Turnover dei dipendenti per genere ed età G4-LA1 (Italia)

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.048	11	16	3	30	2,86
Donne	1.121	10	7	1	18	1,61
<b>TOTALE</b>	<b>2.169</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>48</b>	<b>2,21</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.048	3	15	5	23	2,19
Donne	1.121	4	16	4	24	2,14
<b>TOTALE</b>	<b>2.169</b>	<b>7</b>	<b>31</b>	<b>9</b>	<b>47</b>	<b>2,17</b>

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.042	18	14	-	32	3,07
Donne	1.126	17	5	-	22	1,95
<b>TOTALE</b>	<b>2.168</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>-</b>	<b>54</b>	<b>2,49</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.042	7	21	2	30	2,88
Donne	1.126	7	14	4	25	2,22
<b>TOTALE</b>	<b>2.168</b>	<b>14</b>	<b>35</b>	<b>6</b>	<b>55</b>	<b>2,54</b>

## Turnover dei dipendenti per genere ed età G4-LA1 (Spagna)

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	148	7	5	2	14	9,46
<b>Donne</b>	102	7	2	-	9	8,82
<b>TOTALE</b>	<b>250</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>23</b>	<b>9,20</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	148	-	5	-	5	3,38
<b>Donne</b>	102	2	4	1	7	6,86
<b>TOTALE</b>	<b>250</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>4,80</b>

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	138	8	9	-	17	12,32
<b>Donne</b>	101	8	4	-	12	11,88
<b>TOTALE</b>	<b>239</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>-</b>	<b>29</b>	<b>12,13</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	138	5	7	1	13	9,42
<b>Donne</b>	101	1	4	1	6	5,94
<b>TOTALE</b>	<b>239</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>19</b>	<b>7,95</b>

## Turnover dei dipendenti per genere ed età G4-LA1 (Germania)

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	61	2	7	2	11	18,03
<b>Donne</b>	38	2	6	2	10	26,32
<b>TOTALE</b>	<b>99</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>21</b>	<b>21,21</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	61	1	4	1	6	9,84
<b>Donne</b>	38	3	6	-	9	23,68
<b>TOTALE</b>	<b>99</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>15,15</b>

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	51	3	10	-	13	25,49
<b>Donne</b>	36	4	3	-	7	19,44
<b>TOTALE</b>	<b>87</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>22,99</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	51	2	4	3	9	17,65
<b>Donne</b>	36	2	8	2	12	33,33
<b>TOTALE</b>	<b>87</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>24,14</b>

\* Nel 2017 sono inclusi nel calcolo dei dipendenti 3 amministratori e 3 student, non inseriti nel 2016.

## Turnover dei dipendenti per genere ed età G4-LA1 (Irlanda)

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	58	12	7	1	20	34,48
<b>Donne</b>	33	2	6	-	8	24,24
<b>TOTALE</b>	<b>91</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>30,77</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	58	5	11	-	16	27,59
<b>Donne</b>	33	4	6	-	10	30,30
<b>TOTALE</b>	<b>91</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b>-</b>	<b>26</b>	<b>28,57</b>

### Dipendenti entrati

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	55	11	8	2	21	38,18
<b>Donne</b>	34	5	14	-	19	55,88
<b>TOTALE</b>	<b>89</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>40</b>	<b>44,94</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	55	5	12	3	20	36,36
<b>Donne</b>	34	2	12	-	14	41,18
<b>TOTALE</b>	<b>89</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>3</b>	<b>34</b>	<b>38,20</b>

## Dipendenti coperti da contrattazione collettiva G4-11

Il perimetro di rendicontazione esclude Germania e Irlanda poiché non si applicano contratti collettivi.

### Dipendenti coperti da contrattazione collettiva (Gruppo)

Al 31 dicembre 2017		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	99	88,39
Manager	391	90,72
Non-Management Employees	1.929	93,28
<b>TOTALE</b>	<b>2.419</b>	<b>92,65</b>
Al 31 dicembre 2016		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	96	91,43
Manager	392	91,80
Non-Management Employees	1.919	93,47
<b>TOTALE</b>	<b>2.407</b>	<b>93,11</b>

## Dipendenti coperti da contrattazione collettiva (Italia)

Al 31 dicembre 2017		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	94	100
Manager	352	100
Non-Management Employees	1.723	100
<b>TOTALE</b>	<b>2.169</b>	<b>100</b>
Al 31 dicembre 2016		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	91	100
Manager	335	100
Non-Management Employees	1.742	100
<b>TOTALE</b>	<b>2.168</b>	<b>100</b>

## Dipendenti coperti da contrattazione collettiva (Spagna)

Al 31 dicembre 2017		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	5	100
Manager	39	100
Non-Management Employees	206	100
<b>TOTALE</b>	<b>250</b>	<b>100</b>
Al 31 dicembre 2016		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	5	100
Manager	57	100
Non-Management Employees	177	100
<b>TOTALE</b>	<b>239</b>	<b>100</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione G4-LA11 (Gruppo)

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	96	97,96	14	100	110	98,21
Manager	272	98,19	150	97,40	422	97,91
Non-Management Employees	927	98,62	1.116	98,94	2.043	98,79
<b>Totale</b>	<b>1.295</b>	<b>98,48</b>	<b>1.280</b>	<b>98,77</b>	<b>2.575</b>	<b>98,62</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	86	95,56	14	93,33	100	95,24
Manager	275	98,21	140	95,24	415	97,19
Non-Management Employees	890	97,06	1.075	94,63	1.965	95,71
<b>Totale</b>	<b>1.251</b>	<b>97,20</b>	<b>1.229</b>	<b>94,68</b>	<b>2.480</b>	<b>95,94</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione G4-LA11 (Italia)

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	78	97,50	14	100	92	97,87
Manager	217	98,64	130	98,48	347	98,58
Non-Management Employees	748	100	971	99,59	1.719	99,77
<b>Totale</b>	<b>1.043</b>	<b>99,52</b>	<b>1.115</b>	<b>99,46</b>	<b>2.158</b>	<b>99,49</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	72	94,74	14	93,33	86	94,51
Manager	208	97,65	116	95,08	324	96,72
Non-Management Employees	741	98,41	941	95,15	1.682	96,56
<b>Totale</b>	<b>1.021</b>	<b>97,98</b>	<b>1.071</b>	<b>95,12</b>	<b>2.092</b>	<b>96,49</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione G4-LA11 (Spagna)

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	5	3,38	-	-	5	100
Manager	29	19,59	10	9,80	39	100
Non-Management Employees	114	77,03	92	90,20	206	100
<b>Totale</b>	<b>148</b>	<b>100,00</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>250</b>	<b>100</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	5	100	-	-	5	100
Manager	39	100	18	100	57	100
Non-Management Employees	94	100	83	100	177	100
<b>Totale</b>	<b>138</b>	<b>100</b>	<b>101</b>	<b>100</b>	<b>239</b>	<b>100</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione G4-LA11 (Germania)

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	3	100	-	-	3	100
Manager	18	100	2	100	20	100
Non-Management Employees	40	100	36	100	76	100
<b>Totale</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>38</b>	<b>100</b>	<b>99</b>	<b>100</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	-	-	-	-	-	-
Manager	16	100	1	100	17	100
Non-Management Employees	35	100	35	100	70	100
<b>Totale</b>	<b>51</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>100</b>	<b>87</b>	<b>100</b>

\* Nel 2017 sono inclusi nel calcolo dei dipendenti 3 amministratori e 3 student, non inseriti nel 2016.

## Dipendenti che ricevono valutazione G4-LA11 (Irlanda)

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	9	100	-	-	9	100
Manager	8	80,00	8	80,00	16	80,00
Non-Management Employees	25	64,10	17	73,91	42	67,74
<b>Totale</b>	<b>42</b>	<b>72,41</b>	<b>25</b>	<b>75,76</b>	<b>67</b>	<b>73,63</b>

Al 31 dicembre 2016

N. persone	Uomini	% Uomini	Donne	% Donne	Totale	% Totale
Senior Manager	8	100	-	-	8	100
Manager	12	100	5	83,33	17	94,44
Non-Management Employees	20	57,14	16	57,14	36	57,14
<b>Totale</b>	<b>40</b>	<b>72,7</b>	<b>21</b>	<b>61,8</b>	<b>61</b>	<b>68,54</b>

## Assenteismo, infortuni e malattia professionale G4-LA6 (Gruppo)

### Infortuni e malattie professionali

N. casi	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Malattie professionali	-	-	-	-	-	-
Infortuni	12	30	42	17	27	44
di cui mortali	-	-	-	-	-	-

### Tipologia di infortuni

N. giorni	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul luogo di lavoro	-	-	-	1	2	3
Infortuni in itinere	12	30	42	16	25	41

### Indicatori salute e sicurezza

N. ore/giorni	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di Gravità	17	60	38	25	26	25
Indice di malattia professionale	-	-	-	-	-	-
Indice di assenteismo	2,88	5,63	4,24	2,77	5,35	4,06
Indice d'infortunio	1,09	3,10	2,03	1,61	2,84	2,19

## Assenteismo, infortuni e malattia professionale G4-LA6 (Italia)

### Infortuni e malattie professionali

N. casi	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Malattie professionali	-	-	-	-	-	-
Infortuni	11	29	40	15	26	41
di cui mortali	-	-	-	-	-	-

### Tipologia di infortuni

N. giorni	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul luogo di lavoro	-	-	-	1	2	3
Infortuni in itinere	11	29	40	14	24	38

### Indicatori salute e sicurezza

N. ore/giorni	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di Gravità	20	42	31	30	27	28
Indice di malattia professionale	-	-	-	-	-	-
Indice di assenteismo	3,00	5,68	4,39	2,94	5,44	4,23
Indice d'infortunio	1,28	3,52	2,37	1,77	3,18	2,46

## Assenteismo, infortuni e malattia professionale G4-LA6 (Spagna)

### Infortuni e malattie professionali

N. casi	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Malattie professionali</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Infortuni</b>	1	1	2	2	1	3
di cui mortali	-	-	-	-	-	-

### Tipologia di infortuni

N. casi	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Infortuni sul luogo di lavoro</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Infortuni in itinere</b>	1	1	2	2	1	3

### Indicatori salute e sicurezza

N. ore/giorni	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Indice di Gravità</b>	10	27	17	11	29	18
<b>Indice di malattia professionale</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Indice di assenteismo</b>	2,92	5,31	3,89	2,08	4,53	3,11
<b>Indice d'infortunio</b>	0,83	1,24	0,99	1,77	1,25	1,55

## Assenteismo, infortuni e malattia professionale G4-LA6 (Germania)

### Indicatori salute e sicurezza

N. ore/giorni	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di Gravità	-	784	273	-	-	-
Indice di malattia professionale	-	-	-	-	-	-
Indice di assenteismo	2,68	9,05	4,63	2,35	6,99	4,27
Indice d'infortunio	-	-	-	-	-	-

## Assenteismo, infortuni e malattia professionale G4-LA6 (Irlanda)

### Indicatori salute e sicurezza

N. ore/giorni	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di Gravità	-	-	-	-	-	-
Indice di malattia professionale	-	-	-	-	-	-
Indice di assenteismo	0,99	1,80	1,27	1,20	1,49	1,29
Indice d'infortunio	-	-	-	-	-	-

## Rapporto tra remunerazione donne e uomini G4-LA13 (Italia)

Rapporto tra la RAL delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2017	2016
Senior Manager	78,8%	79,9%
Manager	93,5%	94,4%
Non-Management Employees	100,2%	99,1%

Rapporto tra la remunerazione delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2017	2016
Senior Manager	75,1%	77,4%
Manager	92,5%	92,4%
Non-Management Employees	98,7%	97,7%

## Rapporto tra remunerazione donne e uomini G4-LA13 (Spagna)

Rapporto tra la RAL delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2017	2016
Senior Manager	0,0%	0,0%
Manager	83,4%	81,9%
Non-Management Employees	87,8%	89,4%

Rapporto tra la remunerazione delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2017	2016
Senior Manager	0,0%	0,0%
Manager	82,5%	78,7%
Non-Management Employees	89,4%	89,9%

## Rapporto tra remunerazione donne e uomini G4-LA13 (Germania)

Rapporto tra la RAL delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2017	2016
<b>Senior Manager</b>		
<b>Manager</b>	n.d.*	n.d.*
<b>Non-Management Employees</b>	80,8%	79,8%
Rapporto tra la remunerazione delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2017	2016
<b>Senior Manager</b>		
<b>Manager</b>	n.d.*	
<b>Non-Management Employees</b>	79,5%	79,8%

\* Non viene indicato il dato del manager donna per privacy (2 donne manager).

## Rapporto tra remunerazione donne e uomini G4-LA13 (Irlanda)

Rapporto tra la RAL delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2017	2016
<b>Senior Manager</b>	0,0%	0,0%
<b>Manager</b>	85,7%	74,2%
<b>Non-Management Employees</b>	91,2%	92,5%
Rapporto tra la remunerazione delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2017	2016
<b>Senior Manager</b>	0,0%	0,0%
<b>Manager</b>	80,1%	68,4%
<b>Non-Management Employees</b>	89,2%	90,2%

## Formazione dipendenti G4-LA9 (Gruppo)

### Ore di formazione

Al 31 dicembre 2017

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne	Ore medie donne	Totale	Ore medie/ categoria
Senior Manager	2.679	27	352	25	3.030	27
Manager	9.418	34	5.851	38	15.269	35
Non-Management Employees	53.666	57	57.102	51	110.768	54
<b>TOTALE</b>	<b>65.762</b>		<b>63.305</b>		<b>129.068</b>	

Al 31 dicembre 2016

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne	Ore medie donne	Totale	Ore medie/ categoria
Senior Manager	3.999	44	666	44	4.665	44
Manager	9.280	33	5.038	34	14.317	34
Non-Management Employees	40.362	44	47.863	42	88.225	43
<b>TOTALE</b>	<b>53.640</b>		<b>53.567</b>		<b>107.207</b>	

## Tipologia di formazione erogata

Al 31 dicembre 2017

Al 31 dicembre 2016

Tipologia di formazione	Al 31 dicembre 2017		Al 31 dicembre 2016	
	Numero persone	Ore totali	Numero persone	Ore totali
Corporate	2.850	45.844	2.437	28.183
Funzionale	1.317	48.610	1.067	43.745
Interfunzionale	2.252	32.098	2.248	32.963
Altro	200	2.516	155	2.316
<b>TOTALE</b>	<b>6.619</b>	<b>129.068</b>	<b>5.907</b>	<b>107.207</b>

## Formazione dipendenti G4-LA9 (Italia)

### Ore di formazione

Al 31 dicembre 2017

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne	Ore medie donne	Totale	Ore medie/ categoria
Senior Manager	2.218	27	352	25	2.570	26
Manager	7.439	34	4.815	36	12.255	35
Non-Management Employees	44.757	53	51.984	48	96.741	51
<b>TOTALE</b>	<b>54.414</b>		<b>57.152</b>		<b>111.566</b>	

Al 31 dicembre 2016

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne	Ore medie donne	Totale	Ore medie/ categoria
Senior Manager	3.115	41	666	44	3.781	42
Manager	7.513	35	4.110	34	11.623	35
Non-Management Employees	34.225	45	43.255	44	77.480	44
<b>TOTALE</b>	<b>44.853</b>		<b>48.031</b>		<b>92.884</b>	

## Tipologia di formazione erogata

Al 31 dicembre 2017

Al 31 dicembre 2016

Tipologia di formazione	Al 31 dicembre 2017		Al 31 dicembre 2016	
	Numero persone	Ore totali	Numero persone	Ore totali
Corporate	2.232	41.142	1.615	22.494
Funzionale	1.150	44.655	1.018	43.618
Interfunzionale	1.713	23.274	1.986	24.456
Altro	193	2.495	155	2.316
<b>TOTALE</b>	<b>5.288</b>	<b>111.566</b>	<b>4.774</b>	<b>92.884</b>

## Formazione dipendenti G4-LA9 (Spagna)

### Ore di formazione

Al 31 dicembre 2017

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne*	Ore medie donne	Totale	Ore medie/ categoria
Senior Manager	156	26	-	-	156	26
Manager	1.590	55	566	57	2.155	54
Non-Management Employees	4.971	41	3.536	46	8.507	43
<b>TOTALE</b>	<b>6.716</b>		<b>4.102</b>		<b>10.818</b>	

Al 31 dicembre 2016

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne*	Ore medie donne	Totale	Ore medie/ categoria
Senior Manager	120	24	-	-	120	24
Manager	621	16	355	20	976	17
Non-Management Employees	2.795	30	1.935	23	4.730	27
<b>TOTALE</b>	<b>3.536</b>		<b>2.290</b>		<b>5.826</b>	

\* Non viene indicato il dato del manager donna per privacy (due sole donne manager).

## Tipologia di formazione erogata

Al 31 dicembre 2017

Al 31 dicembre 2016

Tipologia di formazione	Numero persone	Ore totali	Numero persone	Ore totali
Corporate	423	1598	733	1616
Funzionale	119	3548	49	127
Interfunzionale	448	5672	236	4083
Altro	-	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>990</b>	<b>10.818</b>	<b>1.018</b>	<b>5.826</b>

## Formazione dipendenti G4-LA9 (Germania)

### Ore di formazione

Con riferimento alla Società Bankhaus August Lenz, in un'ottica di miglioramento rispetto al 2016, il dato relativo alla formazione del personale è stato oggetto di stima tenendo in considerazione realtà simili all'interno del Gruppo. Nell'esercizio 2018 la Banca provvederà a completare il processo di raccolta e monitoraggio puntuale delle relative informazioni.

Al 31 dicembre 2017

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne	Ore medie donne	Totale	Ore medie/ categoria
Senior Manager	22	7	-	-	22	7
Manager	79	4	48	24	127	6
Non-Management Employees	449	12	482	13	931	12
<b>TOTALE</b>	<b>550</b>		<b>530</b>		<b>1.080</b>	

### Tipologia di formazione erogata

Al 31 dicembre 2017

N. ore	Uomini	Ore medie uomini
Corporate	104	384
Funzionale	48	407
Interfunzionale	82	268
Altro	7	21
<b>TOTALE</b>	<b>241</b>	<b>1.080</b>

## Formazione dipendenti G4-LA9 (Irlanda)

In merito alla formazione dipendenti di Mediolanum Irish Operations per il 2017 rispetto al 2016 si segnala che:

- > la distribuzione delle ore formazione tra uomini/donne e grado di seniority (Senior Manager, Manager, Non management) dell'anno 2016 è stata calcolata sulla base della proporzione fissa delle suddette categorie;
- > quest'anno (2017) è stato invece calcolato, laddove possibile, il valore puntuale della formazione, dividendolo tra uomini/donne e grado di seniority (Senior Manager, Manager, Non management). In alcuni casi, come per esempio per le Mediolanum Unconvered (assemblee plenarie settimanali di condivisione di tematiche varie) non si ha la disponibilità del dato puntuale, quindi le ore sono state distribuite sulla proporzione fissa, come per l'anno 2016.

### Ore di formazione

Al 31 dicembre 2017

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne	Ore medie donne	Totale	Ore medie/categoria
Senior Manager	283	31	-	-	283	31
Manager	310	31	422	42	732	37
Non-Management Employees	3.490	89	1.100	48	4.589	74
<b>TOTALE</b>	<b>4.082</b>		<b>1.522</b>		<b>5.604</b>	<b>62</b>

Al 31 dicembre 2016

N. ore	Uomini	Ore medie uomini	Donne	Ore medie donne	Totale	Ore medie/categoria
Senior Manager	764	95	-	-	764	95
Manager	1.146	95	573	95	1.718	95
Non-Management Employees	3.342	95	2.673	95	6.015	95
<b>TOTALE</b>	<b>5.251</b>		<b>3.246</b>		<b>8.497</b>	<b>95</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Al 31 dicembre 2017		Al 31 dicembre 2016	
	Numero persone	Ore totali	Numero persone	Ore totali
Corporate	91	2.720	89	4.073
Funzionale	-	-	-	-
Interfunzionale	9	2.884	26	4.424
Altro	-	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>5.604</b>	<b>115</b>	<b>8.497</b>

## 3.5 Responsabilità verso la collettività e l'ambiente

### CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA

I valori totali delle utenze sono stimati in base alla proiezione a fine anno, in quanto le bollette di chiusura arrivano solo nel primo periodo (gennaio - febbraio) dell'anno successivo alla contabilizzazione.

#### Consumi energetici ed emissioni di gas a effetto serra (Gruppo) Energia elettrica [GJ] totale

	2017	2016	Variaz. %
<b>Totale energia elettrica</b>	51.999	44.186	17,7
<b>Scontamento da energia elettrica da impianto di trigenerazione di Basiglio (Milano 3)</b>	31.180	21.493	45,0

#### Riscaldamento [GJ]

	2017	2016	Variaz. %
<b>Gas Naturale</b>	60.906	59.571	2,2

#### Gruppi elettrogeni [GJ]

	2017	2016	Variaz. %
<b>Gasolio*</b>	277,9	119	133,3

\* Utilizzo di Gasolio non riferito al riscaldamento.

## Energia elettrica [G] (Italia)

	2017	2016	Variatz. %
<b>Totale energia elettrica</b>	48.456	40.669	19,1
<b>Scontamento da energia elettrica da impianto di trigenerazione*</b>	31.180	21.493	-

\* Nel 2017 circa il 36% del fabbisogno di energia elettrica è coperto dall'impianto di trigenerazione (nel 2016: circa il 46%).

## Riscaldamento [G] (Italia)

	2017	2016	Variatz. %
<b>Gas Naturale</b>	60.728	59.380	2,3

## Energia elettrica [G] (Spagna)

	2017	2016	Variatz. %
<b>Totale energia elettrica</b>	2.456	2.458	(0,1)

## Energia elettrica [G] (Germania)

	2017	2016	Variatz. %
<b>Totale energia elettrica</b>	495	495	0,0

## Energia elettrica [G] (Irlanda)

	2017	2016	Variatz. %
<b>Totale energia elettrica</b>	592	564	4,9

## Riscaldamento [G] (Irlanda)

	2017	2016	Variatz. %
<b>Gas Naturale</b>	177	191	(7,0)

1 kilowatt hour (kWh) = 0.0036 gigajoules (Gj)

1 megacalorie = 0.004186 gigajoules (Gj)

1 metro cubo gas naturale = 0.0394 gigajoules (Gj)

## EMISSIONI DI GHG

Di seguito sono riportate le emissioni di scopo 1 e scopo 2 e scopo 3, per il Gruppo Mediolanum.

SCOPE 1			
Emissioni GHG Dirette [ton CO2eq]			
	2017	2016	Variaz. %
Gas Naturale	3.037	2.970	2,0
<b>Totale</b>	<b>5.054</b>	<b>4.986</b>	<b>1,0</b>

SCOPE 2			
Emissioni GHG Indirette [ton CO2 eq] - scontate emissioni relative a quota elettricità prodotta da impianto trigenerazione di Basiglio (Milano 3)			
	2017	2016	Variaz. %
Elettricità	3.447	2.510	37,3

SCOPE 3			
Emissioni GHG Indirette [ton CO2 eq] - flotta auto aziendale			
	2017	2016	Variaz. %
Diesel (auto noleggio a lungo termine)	678	647	5,0

SCOPE 1+2+3	
	2017
[ton CO2 eq]	9.217

## CARTA

### Consumi di carta per tipologia (Italia)

	2017	2016	Variaz. %
Carta bianca e intestata (ton)	4,39	2,12	107
Carta Riciclata (ton)	37,5	37,5	-
Consumo pro-capite (Kg/dipendenti) su base annua	13,9	13,3	5

## MOBILITÀ

### Trazione (auto noleggio a lungo termine) (Italia)

	2017	2016	Variaz. %
Diesel [l]	241.652	253.414	(4,6)
[ton CO2 eq]	678	647	5

## Tabella degli indicatori GRI

INDICATORE		Pagine/Note	Omissione
<b>GENERAL STANDARD DISCLOSURE</b>			
<b>STRATEGIA E ANALISI</b>			
G4 - 1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	5-6	
G4 - 2	Principali impatti, rischi ed opportunità	5-6, 48-57	
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>			
G4 - 3	Nome dell'organizzazione	5-7	
G4 - 4	Principali marchi, prodotti e servizi	23-24, 73-80, 147-150	
G4 - 5	Sede principale	16, 132	
G4 - 6	Paesi di operatività	16, 132	
G4 - 7	Assetto proprietario e forma legale	16, 46	
G4 - 8	Mercati serviti	16, 132	
G4 - 9	Dimensione dell'organizzazione	16, 69, 102	
G4 - 10	Caratteristiche della forza lavoro	94-96, 102-104, 151-155, 162-169	
G4 - 11	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione		A tutti i lavoratori del Gruppo Mediolanum sono applicati i CCNL ed è garantito loro il diritto di aderire ad associazioni e svolgere attività sindacali.
G4 - 12	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	58-59	
G4 - 13	Cambiamenti significativi della dimensione, struttura, assetto proprietario o catena di fornitura dell'organizzazione avvenuti nel periodo di rendicontazione	7, 16, 19	
G4 - 14	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	41-44	
G4 - 15	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a <i>performance</i> economiche, sociali e ambientali	47-49, 51	
G4 - 16	Partecipazione ad associazioni di categoria	37	

## TABELLA DEGLI INDICATORI GRI

INDICATORE		Pagine/Note	Omissione
<b>MATERIALITÀ E PERIMETRO DEL REPORT</b>			
G4 - 17	Entità incluse nel bilancio consolidato e indicazioni delle società non comprese nel report	7	
G4 - 18	Processo per la definizione dei contenuti del Rapporto di Sostenibilità	7, 61-63	
G4 - 19	Aspetti materiali identificati	61-63, 144-145	
G4 - 20	Aspetti materiali interni all'organizzazione	61-63, 144-145	
G4 - 21	Aspetti materiali esterni all'organizzazione	61-63, 144-145	
G4 - 22	Modifiche di informazioni rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	7	
G4 - 23	Cambiamenti significativi in termini di obiettivi e perimetri rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	7, 16	
<b>STAKEHOLDER ENGAGEMENT</b>			
G4 - 24	Categorie e gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	25-39, 133-135	
G4 - 25	Processo di identificazione degli stakeholder	25-26	
G4 - 26	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder, incluso frequenze e tipologie di attività	25-26, 133-135	
G4 - 27	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	25-39, 92-94, 115-117, 121-123, 133-135	
<b>PROFILO DEL REPORT</b>			
G4 - 28	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	7	
G4 - 29	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	7	
G4 - 30	Ciclo di rendicontazione	7	
G4 - 31	Contatti e indirizzi	7	
G4 - 32	Indice dei contenuti GRI	204-209	
G4 - 33	Politiche e pratiche di assurance esterna	210-213	
<b>GOVERNANCE</b>			
G4 - 34	Struttura di governo dell'organizzazione	45-46	
<b>ETICA</b>			
G4 - 56	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	20-24, 47-48	

## TABELLA DEGLI INDICATORI GRI

INDICATORE		Pagine/Note	Omissione
<b>SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE</b>			
<b>CATEGORIA ECONOMICA</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: PERFORMANCE ECONOMICA</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	68-72	
G4 - ECI	Valore Economico direttamente generato e distribuito	68-72, 146	
<b>ASPETTO MATERIALE: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	77-80	
G4 - EC8	Impatti economici indiretti generati, considerando le esternalità generate	77-80	
<b>ASPETTO MATERIALE: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	58-59	
G4 - EC9	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	142-143	
<b>CATEGORIA AMBIENTALE</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: MATERIE PRIME</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	125-127	
G4 - ENI	Materie prime utilizzate per peso e volume	203	
<b>ASPETTO MATERIALE: ENERGIA</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	125-129	
G4 - EN3	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	125-129, 200-203	
G4 - EN6	Riduzione dei consumi energetici	125-129, 200-203	

## TABELLA DEGLI INDICATORI GRI

INDICATORE		Pagine/Note	Omissione
<b>ASPETTO: EMISSIONI</b>			
G4 - EN15	Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)	202	
G4 - EN16	Emissioni di gas serra indirette (Scope 2)	202	
G4 - EN17	Altre emissioni di gas serra indirette (Scope 3)	202	
<b>ASPETTO MATERIALE: TRASPORTI</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	128-129	
G4 - EN30	Impatti ambientali significativi del trasporto dei prodotti e di altri beni e materiali utilizzati per le attività dell'organizzazione, e impatti della mobilità dei dipendenti	128-129, 200-203	
<b>ASPETTO MATERIALE: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	58-59, 125-127	
G4 - EN32	Percentuale di nuovi fornitori valutati sulla base di criteri ambientali		Non sono stati valutati nuovi fornitori sulla base dei criteri ambientali nel presente anno di reporting.
<b>CATEGORIA SOCIALE</b>			
<b>Sottocategoria: Pratiche di lavoro e condizioni di lavoro adeguate</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: OCCUPAZIONE</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	102-106	
G4 - LA1	Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce di età, suddivisi per genere e aree geografiche	102-106, 178-182	
G4 - LA2	Benefit forniti ai dipendenti a tempo pieno che non sono forniti ai dipendenti temporanei o part-time, per attività principali	102-109	
<b>ASPETTO: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</b>			
G4 - LA6	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per aree geografiche e per genere		188-191 Per il dettaglio sul numero e la tipologia di infortuni non viene data evidenza per Germania e Irlanda poiché il risultato è pari a zero.

## TABELLA DEGLI INDICATORI GRI

INDICATORE		Pagine/Note	Omissione
<b>ASPETTO MATERIALE: FORMAZIONE E ISTRUZIONE</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	105-106, 111-113	
G4 - LA9	Ore di formazione medie per dipendente per anno, per genere e per categoria professionale	111-113, 194-199	
<b>ASPETTO MATERIALE: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	102-104	
G4 - LA12	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria professionale, genere, età e altri indicatori di diversità	136, 153, 155, 157, 162-169	
<b>Sottocategoria: Società</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: COMUNITÀ LOCALI</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	115-120	
G4 - SO1	Operazioni che coinvolgono la comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	115-123	
G4 - FSI3	Punti di accesso in aree a bassa densità demografica o economicamente svantaggiate, suddivise per tipologia	118-124	
G4 - FSI4	Iniziative per migliorare l'accesso ai servizi finanziari per le persone svantaggiate	118-124	
<b>ASPETTO MATERIALE: ANTICORRUZIONE</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	47-50	
G4 - SO4	Percentuale dei lavoratori che ha ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione	137-141	
<b>ASPETTO MATERIALE: COMPLIANCE</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	56-57	
G4 - SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti		Non si sono registrate multe significative e sanzioni non monetarie nel presente anno di reporting.

## TABELLA DEGLI INDICATORI GRI

INDICATORE		Pagine/Note	Omissione
<b>Sottocategoria: Responsabilità di prodotto</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	135, 147-150	
G4 - PR5	Risultati dei sondaggi sulla soddisfazione dei Clienti	27-31, 74, 90, 115, 117, 120, 135	
<b>ASPETTO MATERIALE: ATTIVITÀ DI MARKETING</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	28-30, 34, 88-90	
G4 - PR7	Casi di non conformità a regolamenti in materia di attività di marketing	Non si sono registrati incidenti nel presente anno di reporting.	
<b>ASPETTO MATERIALE: PRIVACY DEI CLIENTI</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	81-83	
G4 - PR8	Reclami documentati su violazioni della privacy e perdita di dati dei Clienti	Nell'anno 2017 per il Gruppo Mediolanum i reclami in ambito privacy sono stati n. 23. Nel 2016 sono stati n. 27.	
<b>ASPETTO MATERIALE: COMPLIANCE</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	56-57	
G4 - PR9	Valore monetario delle sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti in merito all'uso di prodotti o servizi	147-150	
<b>ASPETTO MATERIALE: PORTAFOGLIO DI PRODOTTO</b>			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	118-120	
G4 - FS7	Valore monetario di prodotti e servizi progettati per offrire un beneficio sociale specifico per ogni linea di business, ripartiti per scopo	118-120	

# Attestazione della società di revisione individuale





Deloitte & Touche S.p.A.  
Via Tortona, 25  
20144 Milano  
Italia

Tel: +39 02 83322111  
Fax: +39 02 83322112  
www.deloitte.it

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

### Al Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum S.p.A.

Abbiamo svolto un esame limitato ("limited assurance engagement") del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Mediolanum (di seguito il "Gruppo") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017.

### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" e alle "Financial Services Sector Disclosures", entrambe definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito anche "Linee Guida GRI G4"), indicate nel paragrafo "Nota Metodologica" del Bilancio di Sostenibilità, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

### Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato sui principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo di qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

### Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Tali procedure hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del Bilancio di Sostenibilità, nei quali si articolano le "Linee Guida GRI G4", e sono riepilogate di seguito:

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.328.220,00 i.v.

Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 03049560166 - R.E.A. Milano n. 1720239 | Partita IVA: IT 03049560166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

© Deloitte & Touche S.p.A.



- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo Mediolanum al 31 dicembre 2017, sul quale abbiamo emesso la relazione (ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39), in data 16 marzo 2018;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile, inerenti la strategia e l'operatività del Gruppo;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio di Sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto:
  - interviste e discussioni con il personale di Banca Mediolanum S.p.A., Banco Mediolanum S.A., Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A. e Mediolanum Asset Management Limited, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, nonché circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità;
  - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Bilancio di Sostenibilità;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio di Sostenibilità rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità" della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli *stakeholder*, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal rappresentante legale di Banca Mediolanum S.p.A., sulla conformità del Bilancio di Sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo della presente relazione "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un'estensione del lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

### Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo al 31 dicembre 2017 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*" e alle "*Financial Services Sector Disclosures*", entrambe definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, come descritto nel paragrafo "Nota Metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

**Paolo Gibello Ribatto**  
Socio

Milano, 12 aprile 2018

Società Capogruppo  
del Gruppo Bancario Mediolanum  
iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari

Capitale Sociale:  
euro 600.075.281,10  
Codice fiscale 02124090164 Partita Iva 10698820155  
Iscr. Registro Imprese di Milano n. 02124090164  
R.E.A. MI-1399110  
N. 29138 sezione elenco generale art. 113 D. Lgs N 385/93

Sede Legale e Direzione:  
Via Francesco Sforza - Palazzo Meucci  
20080 Basiglio - Milano 3  
Tel: +39 02-9049.1

Pec: [bancamediolanum@pec.mediolanum.it](mailto:bancamediolanum@pec.mediolanum.it)  
Sito: [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it)