

**BANCA MEDIOLANUM**  
**DICHIARAZIONE CONSOLIDATA**  
**DI CARATTERE NON FINANZIARIO**



## Lettera del CEO agli stakeholder

La Dichiarazione Non Finanziaria di carattere consolidato rappresenta un ulteriore passo di un percorso di consapevolezza del nostro ruolo di impresa responsabile, nonché dell'impegno che ci contraddistingue nel fare business in modo etico e rispettoso delle persone e dell'ambiente. Mantenendo fede all'impegno di creare valore a lungo termine, questo documento si pone l'obiettivo di monitorare le performance della banca legate alla sostenibilità, al fine di evidenziare i progressi fatti e indirizzare meglio le strategie future. Il 2018 è stato un anno complesso per tutto il sistema bancario italiano, caratterizzato da un'alta instabilità e da performance negative dei mercati, nonché da un forte incremento dello spread in Italia. In questo quadro Banca Mediolanum si è distinta ancora una volta per la capacità di raggiungere risultati concreti. L'andamento dell'attività ricorrente ha evidenziato la solidità del modello di Banca Mediolanum, con il Margine Operativo pari a 288 milioni di euro, in crescita del 33% rispetto al 2017, sostenuto da tutte le linee di business. La Raccolta Netta Totale di Gruppo ha raggiunto 4,1 miliardi di euro, con un'ottima contribuzione della Raccolta Gestita per ben 3 miliardi, evidente segnale della bontà dell'offerta e della qualità della consulenza dei Family Banker.

Il valore del brand Mediolanum è notevolmente migliorato, come dimostra la ricerca Banking 500 condotta dalla società di ricerca indipendente Brand Finance sulle 500 principali banche mondiali. Banca Mediolanum si posiziona al 26esimo posto nel mondo, distinguendosi anche come la banca che ha incrementato maggiormente tale valore (+82%).

Il Capitale Umano è il principale asset del Gruppo, patrimonio di conoscenze, abilità, modi di lavorare e competenze, che ogni individuo porta in azienda per creare valore e fornire un servizio di eccellenza al cliente. I collaboratori sono "accompagnati" in percorsi di sviluppo delle conoscenze e competenze, con l'obiettivo di far emergere talento e capacità, e sono destinatari di politiche di Welfare aziendale inclusive, atte a favorire il WorkLife Balance e a garantire il benessere della persona. I collaboratori di sede e della rete di vendita sono stati coinvolti in un piano di formazione di 728.600 ore.

Banca Mediolanum continua ad investire sui servizi di pagamento utilizzando tecnologie innovative al fine di consentire alla clientela di accedere e effettuare le operazioni, anche dispositive in modo sempre più semplice, efficiente e sicuro. Infatti, Banca Mediolanum è stato il primo istituto bancario in Italia, a sviluppare i servizi di mobile payment per tutta la clientela, sulle

principali piattaforme Apple Pay, Samsung Pay e Google Pay.

Tra i diversi riconoscimenti nel settore Innovazione si inserisce il premio ABI per l'Innovazione Bancaria sui Canali Digitali, con un primo posto meritato grazie all'applicazione che consente di semplificare l'esperienza di utilizzo della Banca e permette ai clienti di effettuare anche operazioni complesse, come pagare un F24.

L'impegno a favore del territorio e della collettività è sempre stato centrale per Banca Mediolanum e si concretizza, ad esempio, con il provvedimento di liberalità a sostegno dei nostri clienti e del loro territorio in occasione di calamità naturali quali terremoti, alluvioni, nubifragi. Parallelamente, a ulteriore sostegno verso i clienti che hanno subito danni, la banca mette a disposizione agevolazioni, relative ai servizi bancari e di credito, che vanno dall'azzeramento dei canoni di conto per 24 mesi fino alla sospensione della rata del mutuo e alla riduzione dello spread sui mutui.

Nel corso del 2018 le erogazioni liberali a fondo perduto a favore di clienti e collaboratori sono state di 43.450 euro e complessivamente, dal 2008, superiori a € 233 milioni di euro.

Proseguono, inoltre, le azioni di solidarietà nel campo del microcredito di soccorso a chi versa in situazioni di indebitamento, al fine di prevenire il ricorso all'usura. Grazie all'accordo con Fondazioni diocesane anti-usura, che con i centri di ascolto operano sul territorio, si individuano soggetti caratterizzati da basso reddito e/o sulla soglia di povertà, per dare loro la possibilità di far fronte a situazioni di emergenza, dalle quali dipende il miglioramento della loro qualità di vita e la relativa "riabilitazione" sociale. Sulla banca grava interamente il rischio di credito delle operazioni di finanziamento accordate. Su indicazioni di Fondazione Mediolanum Onlus, si privilegiano, come beneficiarie dei prestiti, le donne con figli a carico. Il plafond rotativo messo a disposizione dalla Banca è pari a 1.700.000 euro, e nel 2018 i prestiti erogati hanno raggiunto un totale di 717.100 euro.

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

Anche nel 2018 Fondazione Mediolanum Onlus ha proseguito nella sua attività di ente erogatore, scegliendo e finanziando 78 progetti di Enti partner, ed erogando 2.130.524 euro (+29% rispetto al 2017) con l'obiettivo di aiutare il maggior numero possibile di bambini, in Italia e nel mondo, in linea con la mission dichiarata ormai dal 2005, di sostegno all'infanzia in condizioni di disagio in Italia e nel mondo.

Attraverso “Centodieci”, attività di Mediolanum Corporate University, l’ente di formazione di Banca Mediolanum, sono stati realizzati nel 2018 oltre 200 momenti di incontro, con oltre 5mila persone, tra cui manager, imprenditori e studenti per condividere valori, ispirazioni e approfondimenti su temi come: l’innovazione, la sostenibilità e l’arte, con l’unico fine di sostenere la diffusione della cultura. Nel corso dell’anno Centodieci ha sostenuto Palermo Capitale Italiana della Cultura, offrendo alla città un calendario di nove iniziative culturali.

Banca 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 e nel processo di selezione viene prestata grande attenzione per garantire la massima trasparenza e la qualità dei beni e servizi acquistati.

Da tempo ormai Banca Mediolanum investe in progetti di digitalizzazione e dematerializzazione dei documenti anche per comunicazioni verso i clienti al fine di aumentarne la sensibilità e i comportamenti. Nel corso del 2018 sono stati conclusi progetti finalizzati a rendere possibile la dematerializzazione della quasi totalità delle comunicazioni ai clienti.

Presso la sede italiana di Milano 3 vi sono due impianti di Trigenerazione che consentono l’autoproduzione contemporanea di energia elettrica, energia termica ed energia frigorifera attraverso l’impiego di cogeneratori e gruppi frigoriferi ad assorbimento. Ciò ha permesso nel 2018 di coprire oltre il 38% del fabbisogno dell’energia elettrica, al fine di ridurre ulteriormente le emissioni.

I comportamenti eco-compatibili del Gruppo trovano logica applicazione quotidiana presso gli uffici, in Italia e all’estero, attraverso una serie di iniziative e comportamenti consolidati nel corso degli anni, che hanno portato ad un tangibile contenimento sia delle spese, sia dell’impatto ambientale, quali ad esempio, la presenza di centri di raccolta per i toner usati delle stampanti e per la raccolta della carta; impostazione delle fotocopiatrici con parametri di spegnimento automatico che contribuiscono a risparmiare energia elettrica.

Il Bilancio di Sostenibilità, che da quest’anno è incluso nella Dichiarazione Non Finanziaria, rappresenta la volontà di continuare a raccontare l’impegno costante e concreto della banca in termini di 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 con tutti gli stakeholders, Banca Mediolanum può continuare a crescere oggi e in futuro.

**Massimo Doris**

Amministratore Delegato  
di Banca Mediolanum S.p.A.

## Nota metodologica

La Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario 2018 - di seguito anche "DNF" o Bilancio di Sostenibilità - è stata redatta in conformità al D.lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 (di seguito anche "Decreto") di attuazione della Direttiva 2014/95/UE per le società appartenenti al Gruppo Mediolanum costituito da Banca Mediolanum S.p.A. e dalle sue controllate (di seguito anche "Gruppo").

La DNF è stata redatta nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dalla stessa prodotta, copre i temi previsti dall'art. 3 del Decreto, che sono rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche dell'impresa e delle aspettative degli stakeholder, come illustrato nella matrice di materialità, contenuta nel presente documento.

La DNF è stata redatta in conformità ai "GRI Standards" definiti nel 2016 dal GRI (Global Reporting Initiative) - secondo l'opzione "in accordance Core" - e ai supplementi di settore "Financial Services Sector Supplements" definiti nel 2013 dal GRI.

Il perimetro dei dati e delle informazioni contenuti nella DNF fa riferimento a tutte le società consolidate con il metodo integrale nel bilancio consolidato del Gruppo Mediolanum al 31 dicembre 2018. Eventuali eccezioni, oltre a quanto di seguito riportato, sono espressamente indicate nel testo:

- > con riferimento alle politiche di gestione e ai dati della catena di fornitura, il perimetro considerato include Banca Mediolanum S.p.A., in quanto i volumi di acquisto delle altre società sono ritenuti non rilevanti;
- > con riferimento ai dati sugli infortuni, in seguito all'aggiornamento previsto dai GRI Standards rispetto all'indicatore 403-9, il perimetro considerato fa riferimento ai dipendenti del Gruppo e non ad altro personale professionale non dipendente. In questa ultima casistica, ad oggi ritenuta non rilevante rispetto al tema in questione, ricadono gli altri collaboratori - per i quali ad oggi l'informativa richiesta è poco significativa ma si prevede comunque di svolgere ulteriori approfondimenti per i prossimi cicli di reporting - e i Family Banker - questi operano in luoghi al di fuori del controllo dalla Banca;
- > la Società "EuroCQS" è inclusa nel perimetro di reporting delle informazioni attinenti al personale a partire dal 2018, ad esclusione dei dati sulla formazione; è importante comunque sottolineare come ad oggi il contributo di EuroCQS rispetto ai dati di Gruppo sia ad ora poco rilevante;

- > la Società Lux Gamax Management è esclusa dal perimetro dei dati socio-ambientali in quanto non presenta impatti rilevanti, eccezione fatta per i dati relativi all'organico.

Con riferimento a quanto richiesto dall'articolo 3, comma 2 del D.Lgs 254/16, nel presente documento non sono riportate alcune informazioni in quanto ritenute non rilevanti al fine di fornire una rendicontazione non finanziaria nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dalla stessa prodotta. In particolare, le informazioni considerate non significative sono: impiego di risorse idriche e altre emissioni inquinanti (NOx e SOx).

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni, ai fini della redazione del presente documento, è stato gestito in collaborazione con le diverse funzioni aziendali, attraverso una piattaforma tecnologica, secondo i principi di balance, comparability, accuracy, timeliness, clarity e reliability, espressi dalle linee guida GRI.

Parte integrante della presente Dichiarazione sono gli "Allegati", che contengono informazioni di dettaglio - prevalentemente quantitative, al fine di fornire completa disclosure degli aspetti GRI materiali e degli indicatori a essi associati.

Le informazioni e i dati riportati fanno riferimento all'anno 2018 (dal 1° gennaio 2018 al 31 dicembre 2018) e 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. 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 "GRI Content Index" dove sono riportati gli indicatori rendicontati e che serve come bussola nella lettura del documento.

In considerazione dell'importanza crescente dei temi di sostenibilità nel contesto di riferimento, il Gruppo ha previsto già dal 2017 un percorso di miglioramento continuo su tali aspetti.

Di seguito si riportano:

- 1) gli avanzamenti rispetto agli impegni assunti e dichiarati all'interno della DNF 2017:
  - > nel 2018, sono stati definiti una policy e di un regolamento che descrivono i principi guida, l'architettura organizzativa e le interdipendenze alla base del processo di produzione della Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario;

- > nel 2017 è stato avviato un processo, che è stato poi sviluppato nel corso del 2018 e che sarà finalizzato nel corso del 2019, di identificazione dei principali rischi per la sostenibilità legati alle tematiche ritenute materiali;
- > per rispondere alle richieste normative e formalizzare le attività svolte in materia di responsabilità ambientale, il Gruppo Mediolanum implementerà azioni finalizzate alla definizione, entro il 2019, di policies e procedure relative alle modalità di gestione degli impatti ambientali diretti e ai rispettivi ruoli e responsabilità;
- > per rispondere alle richieste normative e formalizzare le attività svolte da Mediolanum in materia ambientale, finanza responsabile e investimenti SRI, il Gruppo si propone di definire nel prossimo biennio policies e procedure relative alle suddette tematiche. Questo impegno viene descritto più approfonditamente nelle sezioni del presente documento dedicate al singolo tema;

## 2) nuovi impegni assunti:

- > Il Gruppo farà ulteriori approfondimenti sulla fattispecie relativa agli "Altri collaboratori" con riferimento all'indicatore GRI 403-9;
- > Il Gruppo si impegna ad ampliare il perimetro di rendicontazione dei dati riguardo la formazione e l'ambiente di "EuroCQS".

La Dichiarazione Consolidata di Carattere Non finanziario del 2018 rappresenta un documento distinto dalla Relazione sulla Gestione, una delle fattispecie previste dall'art. 5 del D.Lgs 254/16, ed è predisposta e pubblicata con frequenza annuale.

Per ogni informazione relativa alla Dichiarazione Non Finanziaria è possibile contattare la struttura azienda di Corporate Social Responsibility. La DNF è disponibile anche sul sito web [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it).

La presente Dichiarazione è stata presentata all'esame e alla valutazione del Comitato Rischi il 26 febbraio 2019 e successivamente approvata dal Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum S.p.A. in data 28 Febbraio 2019.



## 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

**4.120** mln di euro

▶ -23%\*\*

Utile netto

**256** mln di euro

▶ -33%\*

Patrimonio amministrato

**74.085** mln di euro

CET 1

**19,2** %

Rapporto tra i crediti deteriorati e il totale impieghi

**1,38** %

Liquid Coverage Ratio

**352** %

Numero di Clienti

**1.382.181**

Numero di collaboratori

**8.040**

Numero di ore di formazione complessivo

**731.801**

Consumi energetici sede di Basiglio Milano Tre

**40,03** %

del fabbisogno di energia elettrica coperto da impianto di trigenerazione

Erogazioni liberali di Banca Mediolanum

Dal 2008 oltre

**233** mln di euro

Erogazioni nel 2018

**43.450** euro

Erogazioni liberali della Fondazione Mediolanum Onlus

Oltre

**2,13** mln di euro

▶ +29%

A favore di 78 progetti a sostegno dell'infanzia in condizioni di disagio

## Awards 2018

### Banca Mediolanum:



#### Biblioteca Bilancio Sociale CSR

Menzione Speciale per il progetto “Sostegno alle popolazioni del centro Italia colpite dal terremoto nell’agosto 2016”, candidato per la categoria Impegno Sociale.



#### Insurance & Previdenza 2018 Comunicazione

Top Investors: nella categoria “La compagnia che ha investito di più nel 2017/Newspapers”



#### ABI per l’Innovazione Bancaria Canali

1° premio Innovazione sui Canali: Acquisition, Cross Up Selling e Omnicanalità con il progetto “Pagamento F24 semplificato tramite mobile con scansione del documento” La giuria ha decretato vincitore il progetto per aver realizzato uno strumento efficace ed immediato che, tramite l’app, consente di semplificare l’esperienza di utilizzo della Banca e permette ai clienti di portare a termine operazioni complesse, come pagare un F24, e cross canale.



#### Moige per una TV Family Friendly Comunicazione

Banca Mediolanum ha ricevuto il “Premio Moige per una TV Family Friendly”, all’interno della categoria spot, per lo spot televisivo sui Piani Individuali di Risparmio. Il premio è stato assegnato con la seguente motivazione: “Per aver ricordato l’importanza di sostenere in modo specifico quelle aziende storiche italiane tramandate di padre in figlio, una ricchezza che unisce lavoro, economia e valori familiari, coloro che fanno del nostro Paese un esempio di ingegno e creatività riconosciuto dappertutto nel mondo”.



### Private Banking Awards Wealth Management

1° posto "Wealth Tech" per aver coniugato la tecnologia alla piattaforma digitale di Banca Mediolanum con il Wealth Management



### Insurance & Previdenza 2018 Mediolanum Vita

Tripla A: 1° Posto nella categoria "Piani individuali pensionistici" per il prodotto Taxbenefit Platinum



### Best Event Awards 2018 Comunicazione

3° posto nella categoria Convention Aziendale per "Siamo Sempre Noi"



## Banco Mediolanum:



### Italy Protection Awards Mediolanum Assicurazioni

Primo posto categoria Innovazione I Performance, Tools, Progetti, la Giuria e l'attività di Business Intelligence condotta dall'Organizzazione dell'evento, hanno assegnato il Premio per l'Innovazione a Mediolanum Assicurazioni per il Progetto "Perizia Fai da Te", strumento tecnologico realizzato dal team di Vito Capezzerà con la collaborazione di Massimo Salanitro e Massimiliano Codella, che facilita la relazione tra il perito assicurativo e il cliente e migliorandone l'esperienza nella gestione del sinistro.

### "Helpmycash"

Indagine annuale sulla soddisfazione bancaria fatta a più di 1650 utenti bancari. Medaglia d'argento dei premi di eccellenza bancaria. Riconosciuta dai clienti come la Banca con i migliori depositi e con i migliori prodotti di investimento, oltre al miglior servizio clienti, con il maggior numero di sportelli automatici gratuiti e la banca più trasparente (il premio in quest'ultima categoria è condiviso con Openbank).

## Awards 2018

### Bankhaus August Lenz



**Kundeninnovationspreis**  
**Deutsches Institut für Service-Qualität**  
 Germany innovation price awarded for:  
 The service "€inBlick"



**Best Private Bank Germany**  
**Global Banking & Finance Review**  
 Awarded for: Best Private Bank Germany 2017



**Gold Stevie**  
**German Stevie Awards**  
 Category: Best new product or service -  
 financial services for the service €inBlick



**Deutschlands Kundenchampions**  
**F.A.Z. - Institut**  
 Category: B2C Businesses 50 - 499 employees,  
 Place 3, Award for customer satisfaction



**Silver Stevie**  
**German Stevie Awards**  
 Category: Best new product or service -  
 financial services for the service "Intelligent  
 Investment Strategy"

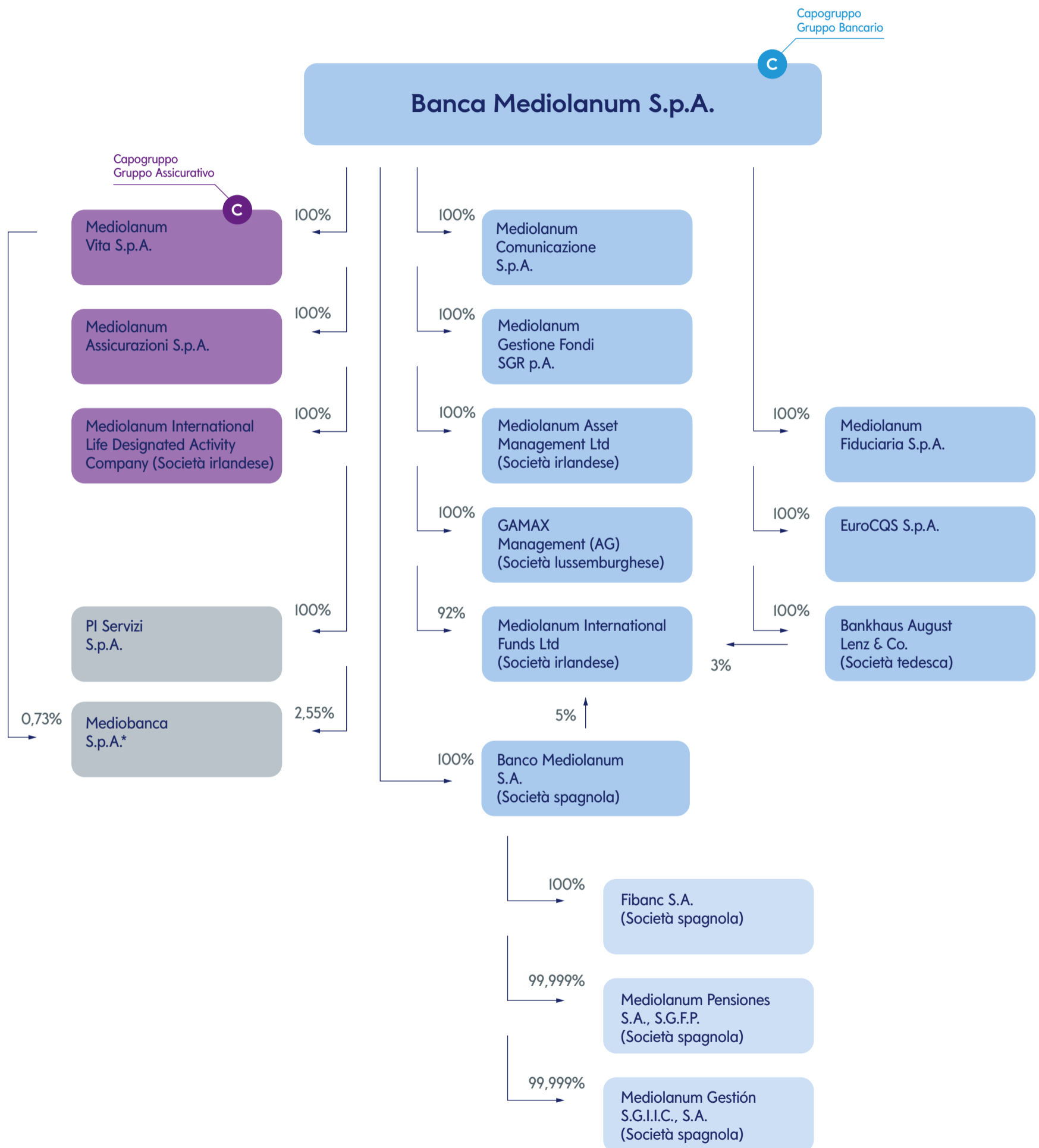


**Deutschlands Kundenchampions**  
**F.A.Z. - Institut**  
 Category: B2C Businesses 50 - 499 employees,  
 Top result, Award for customer satisfaction



**Deutscher Exzellenzpreis**  
**Deutsches Institut für Service-Qualität**  
 Category: Strategy & Transformation

## 1.2 Struttura del Gruppo



(\*) In virtù del possesso di azioni proprie da parte di Mediobanca, la partecipazione complessiva è pari al 3,345% del capitale votante.

## 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 a 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 I 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.

# 2018

Ricorrono i 10 anni dalla crisi Lehman Brothers quando Mediolanum è intervenuta a tutela e difesa dei propri clienti facendosi carico delle perdite delle polizze Mediolanum collegate ai titoli della banca d'affari americana. Per Mediolanum "esservi vicini" non è un semplice modo di dire, ma rappresenta la propria concezione di consulenza: Dieci anni fa come oggi: consulenti da sempre. Nasce la Direzione Investment Banking con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo delle piccole e medie imprese italiane ed al sostegno dei clienti imprenditori su tutte le tematiche di finanza straordinaria attinenti l'azienda.

## 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 valori di Banca Mediolanum sono:



## 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.

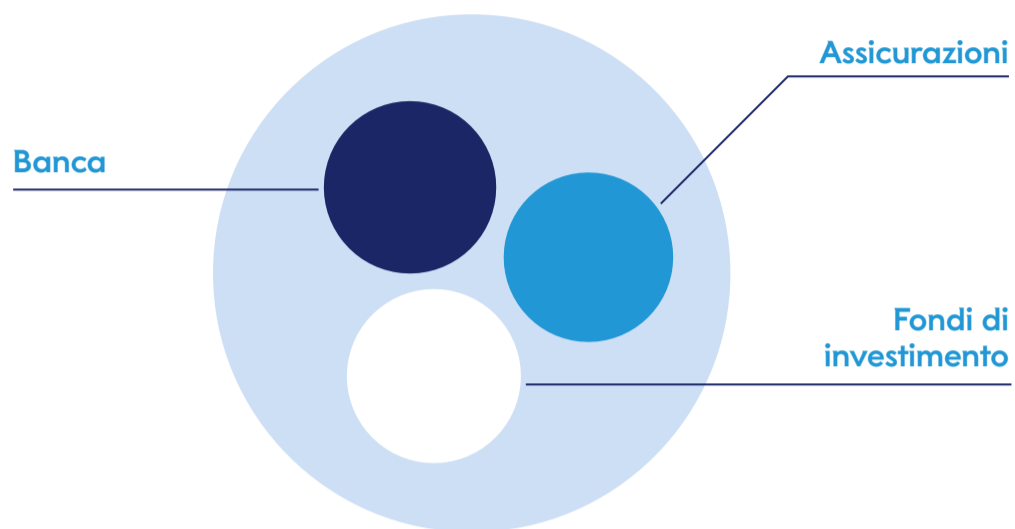
## 2.2 Modello di Business del Gruppo Mediolanum

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®, 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 il 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 a loro dedicati.

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>- Sito web</li> <li>- MPM/Direct mail</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> <li>- Eventi informativi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direzione Risorse Umane</li> <li>- Direzione Comunicazione e Marketing, Commerciale</li> <li>- Direzione Innovation, Sustainability and Value Strategy</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 Comunicazione e Marketing, Commerciale</li> <li>- Direzione Innovation, Sustainability and Value Strategy</li> <li>- Investment Banking</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 Comunicazione e Marketing, Commerciale</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>- Direzione Relazioni Istituzionali</li> <li>- Funzioni di aziendali interessate</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>- Pubbliche Relazioni</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 Comunicazione e Marketing, Commerciale</li> <li>- Direzione Innovation, Sustainability and Value Strategy</li> <li>- Direzione Commerciale</li> </ul>

## CLIENTI

Trasparenza e Centralità del cliente si confermano i valori alla base della strategia di relazione del Gruppo Mediolanum con i Clienti, ponendoli sempre al centro del proprio modello di business. L'elemento distintivo della strategia di Mediolanum è 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 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 2018 si è dedicato largo spazio alla comunicazione informativa inerenti i Mercati Obbligazionari verso i clienti. Gli scenari dei mercati hanno reso necessaria una tipologia di comunicazione che potesse affiancare i Family Banker nella gestione dell'emozione e nella relazione con i clienti.

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.

In Italia nel 2018 sono state gestite un totale di 26.830.000 comunicazioni (+14% del 2017) di cui:

- > Direct 21.530.000 (80%);
- > Personal 5.300.000 (20%);
- > 30 comunicazioni medie per Cliente;
- > 191 Campagne totali

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

Banca Mediolanum, in continuità con gli anni precedenti, ha realizzato in collaborazione con Doxa, la ricerca di customer satisfaction al fine di misurare il livello di soddisfazione dei propri Clienti. La metodologia adottata prevede interviste cawi (online) e cati (telefoniche) con cadenza annuale. I clienti coinvolti sono in totale 1.852.



## Customer Satisfaction Index - Mercato 2018

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche Online
	n=908*	n=517*	n=400*
Customer Satisfaction Index	84,9	68,5	80,3
Soddisfazione complessiva	83,9	68,8	79,1
Soddisfazione vs aspettative	83,6	67	77,8
Soddisfazione vs altre banche	87,5	69,8	84,2

\* Numero intervistati  
Fonte: Survey Doxa 2018 sul perimetro Italia.

## Customer Satisfaction Index - Mercato 2017

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche Online
	n=908*	n=517*	n=400*
Customer Satisfaction Index	85,7	72,9	82,8
Soddisfazione complessiva	85,3	74,6	82,6
Soddisfazione vs aspettative	84,1	70,8	80,9
Soddisfazione vs altre banche	87,1	73,6	83,8

\* Numero intervistati  
Fonte: Survey Doxa 2018 sul perimetro Italia.

In Spagna è stato svolto un sondaggio condotto su 79.785 clienti (dal 3 al 28 settembre 2018) utilizzando la metodologia NPS (Net Promoter Score) per misurare la lealtà dei clienti sulla base delle raccomandazioni. Alla domanda "In che misura consiglieresti Banco Mediolanum?" è possibile rispondere con una scala da 0 a 10 (tra 0 e 6 sono raccolti i clienti detrattori, tra 7-8 i clienti passivi e tra 9 e 10 i clienti promotori).

L'indice NPS è calcolato come segue: % clienti promotori - % clienti detrattori. Al sondaggio hanno risposto 5.949 persone, un 7,5% del campione totale. Il valore NPS era del 33% con un totale del 49% dei clienti promotore. **Questo valore è superiore del 10% rispetto all'anno scorso, dove il NPS era del 29,8% con il 45,9% dei clienti promotori.**

## FOCUS CLIENTI IMPRESE

A fine 2017 è stata costituita la Direzione Investment Banking, che opera al fianco di imprese e imprenditori per tutte le operazioni aziendali strategiche e di finanza straordinaria: dall'acquisizione e cessione di aziende alla ricerca di partner finanziari; dalla consulenza nelle emissioni obbligazionarie fino alla quotazione in Borsa. Viene, inoltre, verificata l'adeguatezza delle soluzioni proposte con riferimento al portafoglio di servizi offerti (quotazioni in Borsa, M&A, emissione di minibond). Tutto questo nel rispetto dei valori fondanti del Gruppo Mediolanum che si basano innanzitutto sulla fiducia e sulla relazione di lungo periodo con i propri clienti. Di seguito uno schema dei servizi offerti.

## SERVIZI

In qualità di Advisor Banca Mediolanum assiste il proprio cliente nell'identificare la soluzione, nell'organizzazione del processo e nell'execution dell'operazione



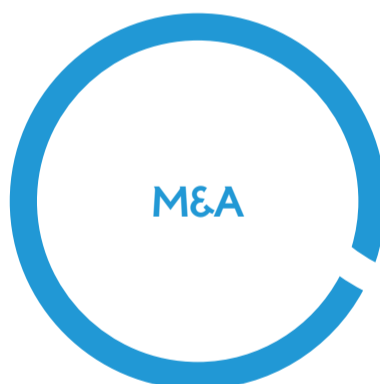
**EQUITY**

### SOLUZIONI

- > Listening su AIM o altri mercati regolamentati

### IL NOSTRO RUOLO

- > Advisor/Nomad



**M&A**

- > Acquisizioni e Cessioni
- > Fusion e Joint Ventures

- > Advisor



**DEBT**

- > Mini Bond
- > Private placement

- > Advisor

## NORMATIVA INTERNA DI RIFERIMENTO

- > Policy Investment Banking
- > Policy di gestione dei conflitti di interesse
- > Policy di market abuse
- > Regolamento delle informazioni rilevanti
- > Regolamento del processo di gestione delle informazioni privilegiate, rilevanti e confidenziali relative all'attività di Investment Banking.

## DIPENDENTI

Il Gruppo Mediolanum, attivo in Europa in 5 paesi con 2.737 dipendenti, promuove una cultura improntata ai valori dell'integrità e una politica di rispetto delle persone, sostenendo comportamenti consapevoli e responsabili e realizzando moderni percorsi di sviluppo professionale.

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 sono particolarmente efficaci:

- > **Comunicazione interna:** un sistema integrato di strumenti quali Intranet, TV aziendale, house organ locali permettono una costante comunicazione interna su varie tematiche 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 2018, si attesta su una media di 643 mila accessi mensili, per un totale complessivo di 7.721 mila accessi.

In Spagna viene inviato mensilmente ai dipendenti l'house organ "El apuntador" per aggiornare il personale sulle attività aziendali e sulle novità del settore con l'obiettivo di creare coesione e senso di appartenenza alla società. Inoltre, nel corso del 2018 è stata lanciata la nuova Home of the Corporate Intranet (Intranet di BMED) che, tra le altre caratteristiche, è accessibile a tutti i dipendenti e i contenuti vengono aggiornati quotidianamente, in base alle ultime novità e sviluppi del Banco Mediolanum.

- > **Eventi Community:** continua l'impegno del Gruppo a creare delle situazioni che possano migliorare il clima e il modo di lavorare insieme. Sono stati rinnovati molti ambienti di lavoro introducendo ove possibile degli open-space condivisi tra personale di più funzioni che operano in sinergia. L'uso di rivestimenti degli ambienti fonoassorbenti e l'ampia disponibilità di sale dove riunirsi ha permesso di creare un ambiente di lavoro migliore, riducendo l'inquinamento acustico senza compromettere la possibilità delle persone di comunicare tra di loro e di scambiarsi informazioni. Con l'obiettivo di promuovere un aggiornamento di informazioni, di esperienze e la condivisione della strategia aziendale e dei risultati ottenuti i dipendenti incontrano, in occasione di iniziative o eventi specifici, il Top Management; prosegue con successo l'iniziativa, lanciata nel corso del 2017, "INSIEME, IN SEDE" con una serie di incontri dedicati a tutti i dipendenti del Gruppo delle sedi italiane.
- > **Attività Extra lavorative:** sono stati attivati numerosi servizi e progetti rivolti a tutti i collaboratori, al fine di facilitare la quotidianità e conciliare la vita professionale con la vita privata, che vanno dall'indiscutibile successo dell'Asilo Aziendale, a visite di controllo in collaborazione con la LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori), a corsi di primo soccorso pediatrico, a diversi accordi con esercizi e attività commerciali.

## 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, 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 sia 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		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Totale</b>	337	357	(6%)	495	492	1%	181	221	(18%)
<b>con Top Management</b>	133	173	(23%)	376	416	(10%)	66	105	(37%)
<b>solo Investor Relations</b>	204	184	11%	119	76	57%	115	116	(1%)
<b>% in autonomia sul Totale</b>	61%	52%	-	24%	15%	-	64%	52%	-

## IL TEAM INVESTOR RELATIONS

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:** il portale B.MedNet veicola tutte le informazioni e raggruppa tutti gli accessi ai principali strumenti utili per il lavoro quotidiano della Rete di Family Banker®. Al suo interno sono aggregati tutti i materiali in riferimento alle diverse attività e ai principali dispositivi relativi alle iniziative commerciali, di formazione, informazione e incentivazione. Si tratta di un importante ausilio, continuamente aggiornato e arricchito di contenuti, che permette a tutti i Family Banker® di essere informati su servizi e prodotti di Banca Mediolanum, su novità e norme della professione, e di preparare, pianificare e svolgere il proprio lavoro al meglio al fine di rispondere alle sempre più puntuali richieste dei Clienti. Nel corso del 2018 sono stati pubblicati oltre 2.150 aggiornamenti di contenuti (dato al 6 dic 2018).
- > **Attività di invio sms e email:** per comunicazioni di particolare interesse, rilevanza o urgenza viene utilizzato l'invio di sms ed e-mail a tutti Family Banker®, o al target interessato dall'oggetto della comunicazione. Nel corso del 2018 sono stati inviati oltre 128 SMS e 223 Email (dato al 6 dic. 2018).
- > **TV aziendale Mediolanum:** la tv aziendale, trasmette numerosi programmi di formazione e aggiornamento, incentrati su prodotti, iniziative e strategie commerciali di Banca Mediolanum. accessibile da tutti i Family Banker® direttamente dal portale B.MedNET e attraverso la nuova App Mediolanum.Tv (da PC portatile o da qualsiasi dispositivo mobile: tablet/smartphone). Mediolanum è stata la prima azienda italiana a servirsi di questi mezzi innovativi di comunicazione, realizzando già nel 1989 il suo primo canale televisivo, sulla base di alcune esperienze americane. Concepita con l'obiettivo di generare una comunicazione orizzontale, dal 2006 la tv aziendale raggiunge

capillarmente tutta la Rete di vendita. Nel corso del 2018 sono stati pubblicati oltre 450 contenuti (video).

- > **Meeting periodici:** i Family Banker® durante l'anno incontrano la Direzione Generale e Commerciale in diverse occasioni, grazie ad eventi di info-formazione con ricorrenza periodica. Nel corso del 2018 gli eventi più significativi sono stati due tour delle aree commerciali (Napoli 4 giugno, Roma 5 giugno, Milano 6 giugno, Milano 1 ottobre, Roma 2 ottobre) e le riprese lavori di gennaio e agosto. Oltre a questi appuntamenti di rilevanza nazionale, nel corso dell'intero anno sono stati organizzati numerosi incontri dedicati a diversi segmenti della rete quali: una convention supervisor a gennaio, un evento Private & Wealth a marzo, un evento Private a novembre e tre Wealth Advisor Meeting a maggio, luglio e dicembre, un viaggio di info-informazione a giugno per i vincitori del contest "Evento - info-formazione 2018", un viaggio di info-formazione a novembre per i vincitori del contest "reclutamento Valerio Baldini". Infine sono stati organizzati 24 incontri All Star sul territorio al fine di agevolare le sinergie di rete e sede. In Spagna a 18 maggio 2018 è stata organizzata la convention nazionale, con il claim "Oceano Azul" al Palazzo dei congressi de Saragoza con la partecipazione di 1.108 persone.
- > **Sales Support Center:** In Italia tale struttura è presidiata da 130 operatori raggiungibili sia telefonicamente, sia attraverso istanze scritte. Nel corso del 2018 sono state gestite circa 550.000 richieste pervenute dai Family Banker e dai Private Banker, di cui circa 343.000 attraverso il canale telefonico; in quest'ultimo caso, il 77% delle richieste sono state gestite ed evase nell'ambito della stessa telefonata.
- > Attraverso la **piattaforma 5D Mediolanum Strategy**, presente in Italia e in Spagna, è stato offerto a clienti e Family Banker un'applicazione che mostra in modo intuitivo la diversificazione delle risorse finanziarie, in termini di orizzonte temporale, di distribuzione geografica e settoriale, di valuta, nonché il loro potenziale di crescita. L'applicazione fa comprendere l'importanza di avere un patrimonio ben diversificato in modo che il rischio di investimenti sia inferiore, in linea con la strategia offerta da Banco Mediolanum.

## MEDIA

L'ufficio Media Relations, all'interno della funzione Public & 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. A tal proposito le attività ricorrenti spaziano dalla realizzazione, valutazione e analisi della rassegna stampa, all'organizzazione di conferenze e incontri con la comunità giornalistica di riferimento, dalla realizzazione di interviste al top management, alla redazione di comunicati e cartelle stampa e alla gestione di un account Twitter dedicato. Attraverso questa attività di dialogo vivo e costante con la stampa, la Banca riesce a trasferire all'opinione pubblica una ricchissima varietà di informazioni che vanno dai contenuti più strategici come i risultati finanziari e di business sino alla valorizzazione degli eventi sul territorio dedicati a un pubblico locale al fine di raccontare in tal modo tutti quegli aspetti culturali e intangibili che contribuiscono a creare la reputazione e l'identità aziendali.

L'ufficio Media Relations, è soggetto a rischi connessi al tipo di attività che svolge essendo la prima interfaccia tra la comunità giornalistica e l'Azienda. Grazie al monitoraggio costante dei lanci delle agenzie di stampa e della rassegna stampa, il cui coordinamento è interno all'ufficio, diventa tempestiva la risposta in caso di rettifica o dichiarazione tramite nota stampa.

Un altro aspetto importante riguarda il posizionamento delle figure apicali del Gruppo, tra le voci più accreditate nel panorama bancario italiano, le cui opinioni sono diventate un riferimento ormai riconosciuto ben oltre il proprio perimetro professionale, ma con notevoli e evidenti ricadute positive su di esso. In tal senso vanno letti le molte interviste e i molti contributi radio e tv che sconfinano in temi di view di scenario economico internazionale, come anche di trend, di filosofia, di lifestyle e di sport.

Inoltre, sono molteplici le iniziative della Rete di Vendita che necessitano di essere indirizzate 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.

Nel 2018 sono stati dedicati a Banca Mediolanum, alle figure apicali e al top management circa 11.000 tra articoli e servizi radio tv (dato al 31.12.2018).

Media	Nr Item*
Stampa	2.967
Web	7.766
Radio	75
TV	180
<b>Totali</b>	<b>10.988</b>

Sentiment	Nr Item complessivi	Stampa	Web	Radio	TV
Molto Positivo	4	-	4	-	-
Positivo	184	45	134	2	3
Neutrale	7.233	1.898	5.246	22	67
Negativo	3.207	925	2.153	45	84
Molto Negativo	360	99	229	6	26
<b>Totali</b>	<b>10.988</b>	<b>2.967</b>	<b>7.766</b>	<b>75</b>	<b>180</b>

Fonte: L'Eco della stampa. Rilevazione dati al 07.01.2019

\* articoli su carta stampata e testate online e clip radio tv \*\* Advertising Value Equivalent

## ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Le società del Gruppo Mediolanum operano in diversi business e quindi aderiscono a diverse associazioni di categoria. Con le associazioni di categoria avviene un costante scambio di informazioni e una partecipazione attiva che si concretizza in diverse attività, anche grazie alla partecipazione di esponenti delle varie Direzioni agli organi direttivi di alcune Associazioni. 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
- > TheProcurement

Anche la Spagna aderisce alle principali associazioni con un contributo attivo nei vari gruppi di lavoro:

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

Fra le attività svolte si segnalano:

- > 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.

## ISTITUZIONI E REGOLATORI

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

L'unità Relazioni Istituzionali, collocata all'interno della Vice Presidenza, è 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).

## 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, all'interno della Direzione Procurement Safety and Corporate Services, 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 (ad esempio anche attraverso occasioni di condivisioni del proprio modello di Sostenibilità attraverso la Dichiarazione non Finanziaria, il Bilancio di Sostenibilità, etc). Da una recente indagine di Codacons, i consumatori hanno valutato il nostro **Bilancio di Sostenibilità** "chiaro ed efficace". L'azienda si è così dimostrata rispettosa del futuro, poiché ha adottato un comportamento nella Società (sistema Comunità-Istituzioni), nel Territorio (sistema Ambiente-Biodiversità) e nel Mercato (sistema Produzione-Consumo) capace di contribuire al benessere diffuso, generando risorse e opportunità per gli altri, oltre che per se stessa. La ricerca è stata pubblicata anche sul sito **consumerlab.it**.

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. Per far fronte in modo organizzato alle richieste e sollecitazioni da parte del Terzo Settore, Banca Mediolanum ha deciso di costituire nel 2002 Fondazione Mediolanum Onlus.

## 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 ed 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 alle Società controllate.

Il Codice Etico è complementare al “Codice di Comportamento” rivolto ai componenti gli organi amministrativi, ai dipendenti, ai consulenti finanziari abilitati all’offerta fuori sede e ai collaboratori ed adottati 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 Comportamento, 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.

Il Codice Etico e il Codice di Comportamento, 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 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 Dichiarazione Consolidata di carattere non Finanziaria (DNF).

All'interno della Direzione Innovation, Sustainability & Value Strategy, in staff all'Amministratore Delegato, è stato istituito l'Ufficio Corporate Social Responsibility, responsabile di sviluppare il progetto di Sostenibilità dell'azienda. Tra gli ambiti principali di responsabilità rientrano le iniziative sociali e solidali di Banca Mediolanum nonché la predisposizione della DNF.

## **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, ad oggi, il più idoneo ad assicurare l'efficienza della gestione e l'efficacia dei controlli. La scelta di mantenimento del sistema di amministrazione e controllo di tipo tradizionale, si basa su una serie di motivazioni riconducibili ad un'analisi approfondita che è stata condotta avendo come riferimento il contesto normativo e regolamentare esterno e strategico e organizzativo interno. Quanto premesso ha portato a ritenere che il sistema tradizionale risponda 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.

## **IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI BANCA MEDIOLANUM**

Quale organo con funzione di supervisione strategica definisce l'assetto complessivo di governo e approva l'assetto organizzativo della Banca, ne verifica la corretta attuazione e promuove tempestivamente le misure correttive a fronte di eventuali lacune o inadeguatezze.

Tale organo deve assicurare il governo dei rischi a cui la Banca si espone, individuandone per tempo le fonti, le possibili dinamiche ed i necessari presidi. In aggiunta è chiamato in particolare a:

- i) approvare l'assetto organizzativo e di governo societario della Banca, garantendo la chiara distinzione di compiti e funzioni nonché la prevenzione dei conflitti di interesse;
- ii) approvare i sistemi contabili e di rendicontazione (reporting);
- iii) supervisionare il processo di informazione al pubblico e di comunicazione della Banca;
- iv) assicurare un efficace confronto dialettico con la funzione di gestione e con i responsabili delle principali funzioni aziendali e verificare nel tempo le scelte e le decisioni da questi assunte.

Il Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum è composto da 13 membri, nominati dall'Assemblea dei Soci del 10 aprile 2018, in base alle disposizioni statutarie allora vigenti, ed è in carica, in base alla delibera assembleare, fino alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020.

Il Presidente svolge un'importante funzione in tema di organizzazione dei lavori del Consiglio di Amministrazione e di circolazione delle informazioni.

Per svolgere efficacemente la propria funzione, il Presidente riveste un ruolo non esecutivo e non svolge, neppure di fatto, funzioni gestionali, salva la facoltà di assumere, in casi eccezionali, compiti di supplenza dei componenti esecutivi, ovvero assumere, su proposta vincolante degli organi esecutivi e in caso di urgenza, le decisioni di competenza dell'organo presieduto, riferendo a quest'ultimo in occasione della prima riunione successiva

Il Consiglio ha nominato un Vice Presidente, coerentemente a quanto riportato nello Statuto che sostituisce, con rappresentanza della Società, il Presidente in caso di sua assenza o impedimento.

L'Amministratore Delegato è nominato con delibera del Consiglio di Amministrazione, determinando i limiti della delega. L'Amministratore Delegato ha la rappresentanza della Società. In linea con quanto previsto dalle disposizioni normative e in applicazione al Codice di Autodisciplina delle società quotate, l'Amministratore Delegato, in qualità di organo con funzione di gestione cura l'attuazione degli indirizzi strategici, del RAF (Risk Appetite Framework) e delle politiche di governo dei rischi definiti dall'organo con funzione di supervisione strategica:

- > è responsabile per l'adozione di tutti gli interventi necessari ad assicurare l'aderenza dell'organizzazione e del sistema dei controlli interni, monitorandone nel continuo il rispetto.

L'Amministratore Delegato è responsabile dell'esecutivo e cura che l'assetto

organizzativo, amministrativo e contabile della Banca e delle Società Controllate sia adeguato all'operatività ed alle dimensioni del Gruppo mediante l'attuazione di specifici poteri.

## PROFILO DEGLI AMMINISTRATORI

### Requisiti di professionalità

Il Consiglio di Amministrazione ritiene che, per un buon funzionamento dell'Organo medesimo, nella scelta degli Amministratori si debba tenere conto delle dimensioni della Banca e del Gruppo, della complessità e della specificità del settore in cui essa opera.

A tal fine sono state individuate le aree di competenza che si raccomanda debbano essere necessariamente rappresentate in Consiglio. Gli Amministratori, oltre ai requisiti di professionalità già previsti dalla Legge e vincolanti per la loro nomina, devono essere in possesso di una buona conoscenza ed esperienza preferibilmente in specifiche aree di competenza a titolo esemplificativo:

- > conoscenza del settore bancario;
- > esperienza di gestione imprenditoriale, dei rischi e di organizzazione aziendale;
- > capacità di lettura e di interpretazione dei dati di bilancio di una istituzione finanziaria;
- > competenze di tipo corporate (audit, legale, societario, ecc.).

### Requisiti di onorabilità

Considerata l'importanza che i requisiti di onorabilità rivestono sotto il profilo reputazionale, il Consiglio di Amministrazione esprime la raccomandazione che i candidati alla nomina di Amministratore della Banca, oltre a possedere i requisiti di onorabilità previsti dalla Legge, non versino nelle situazioni che possono essere causa di sospensione dalle funzioni di amministratore ai sensi dell'art. 6 del D.M. 18/03/1998, n. 161 e non abbiano tenuto comportamenti che, pur non costituendo reati, non appaiono compatibili con l'incarico di Amministratore di una Banca o possono comportare per la Banca conseguenze gravemente pregiudizievoli sul piano reputazionale.



## Requisiti di indipendenza

Nel Consiglio di Amministrazione sono presenti sette componenti che possiedono i requisiti di indipendenza nel rispetto dello Statuto e in conformità alla Circolare n. 285/2013 di Banca d'Italia ed all'art. 147-ter TUF.

L'indipendenza degli amministratori è valutata anche in conformità al Codice di Autodisciplina delle Società quotate, che dispone che il Consiglio di Amministrazione valuti l'indipendenza di propri componenti avendo riguardo più alla sostanza che alla forma.

I requisiti suesposti sono oggetto di valutazione per la predisposizione della Relazione di Autovalutazione del Consiglio di cui sono forniti specifici dettagli. La normativa specificamente applicabile a Banca Mediolanum prevede inoltre il possesso di requisiti di competenza e correttezza per l'applicazione dei quali si resta in attesa dell'emanazione della normativa secondaria di riferimento.

## COMITATI INTERNI AL CDA

Fermi gli obblighi di costituzione di determinati comitati secondo la disciplina applicabile alla Società, al fine di favorire un efficiente sistema di informazione e consultazione che permetta al Consiglio di Amministrazione una migliore valutazione di taluni argomenti di sua competenza, sono stati costituiti comitati aventi finalità consultive e propositive, a struttura ristretta e diversificati per settore di competenza.

L'organizzazione ed il funzionamento di ciascun comitato sono fissati con deliberazione del Consiglio di Amministrazione al momento della loro costituzione e possono essere integrati o modificati con successiva deliberazione dello stesso. Allo stato sono presenti 3 Comitati endoconsiliari:

- > Comitato Nomine,
- > Comitato Rischi,
- > Comitato Remunerazioni.

Il **Comitato Nomine** ha poteri propositivi, consultivi ed istruttori, che si esplicano nella formulazione di proposte, raccomandazioni e pareri con l'obiettivo di consentire al Consiglio di Amministrazione di adottare le proprie decisioni con maggiore cognizione di causa (ad esempio nel processo di nomina di consiglieri). Nello svolgimento dei suoi compiti, il Comitato tiene conto dell'obiettivo di evitare che i processi decisionali del Consiglio di Amministrazione siano dominati da un unico soggetto o da gruppi di soggetti che possono recare pregiudizio alla Banca.

Il **Comitato Rischi** svolge funzioni di supporto al Consiglio di Amministrazione in materia di rischi e sistema di controlli interni. In tale ambito particolare

attenzione deve essere riposta dal Comitato a tutte quelle attività strumentali e necessarie affinché il Consiglio possa addivenire ad una corretta ed efficace determinazione del RAF e delle politiche di governo dei rischi.

Il **Comitato Remunerazioni** svolge funzioni di supporto al Consiglio di Amministrazione in materia di remunerazioni, assicurando che i criteri sottesi al sistema di remunerazione e incentivazione della Banca e del Gruppo 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

Da un punto di vista strutturale, il Sistema dei Controlli Interni del Gruppo è articolato secondo più livelli che prevedono:

- > controlli di linea (c.d. “controlli di primo livello”): diretti ad assicurare il corretto svolgimento delle operazioni. Tali controlli sono effettuati dalle stesse strutture operative (ad es., controlli di tipo gerarchico, sistematici ed a campione), anche attraverso unità dedicate esclusivamente a compiti di controllo che riportano ai responsabili delle strutture operative (ovvero eseguiti nell’ambito del back office) e, quando possibile, sono incorporati nelle procedure informatiche. Secondo tale configurazione, le strutture operative costituiscono le prime responsabili del processo di gestione dei rischi.
- > controlli sui rischi e sulla conformità (c.d. “controlli di secondo livello”): 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. Conformemente a quanto richiesto dalla normativa le funzioni responsabili dei controlli di secondo livello sono distinte da quelle produttive e concorrono alla definizione di governo dei rischi e del processo di gestione degli stessi.

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

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

Revisione interna (c.d. “controlli di terzo livello”): volta a individuare violazioni delle procedure e della regolamentazione nonché a valutare periodicamente la completezza, l’adeguatezza, la funzionalità (in termini di efficienza ed efficacia) e l’affidabilità del sistema dei controlli interni e del sistema informativo, con cadenza prefissata in relazione alla natura e all’intensità dei rischi.

## INDUCTION PROGRAMME

La Presidenza del Consiglio di Amministrazione, coadiuvata dalle strutture competenti, si è occupata nel corso del 2018, di organizzare per gli Amministratori e i Sindaci dell’Emittente e di altre società del Gruppo quattro

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 relativi alle tematiche di “market abuse”, distribuzione assicurativa, antiriciclaggio, modello di business di Banca Mediolanum e del Gruppo Mediolanum.

## AUTOVALUTAZIONE

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.

Tale valutazione è finalizzata a:

- > individuare i principali punti di debolezza, promuovere la discussione all'interno dell'organo e definire le azioni correttive da intraprendere;
- > rafforzare i rapporti di collaborazione e fiducia tra i singoli componenti e tra la funzione di supervisione strategica e quella di gestione;
- > incoraggiare la partecipazione attiva dei singoli componenti, assicurando una piena consapevolezza dello specifico ruolo ricoperto da ognuno di essi e delle connesse responsabilità.

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

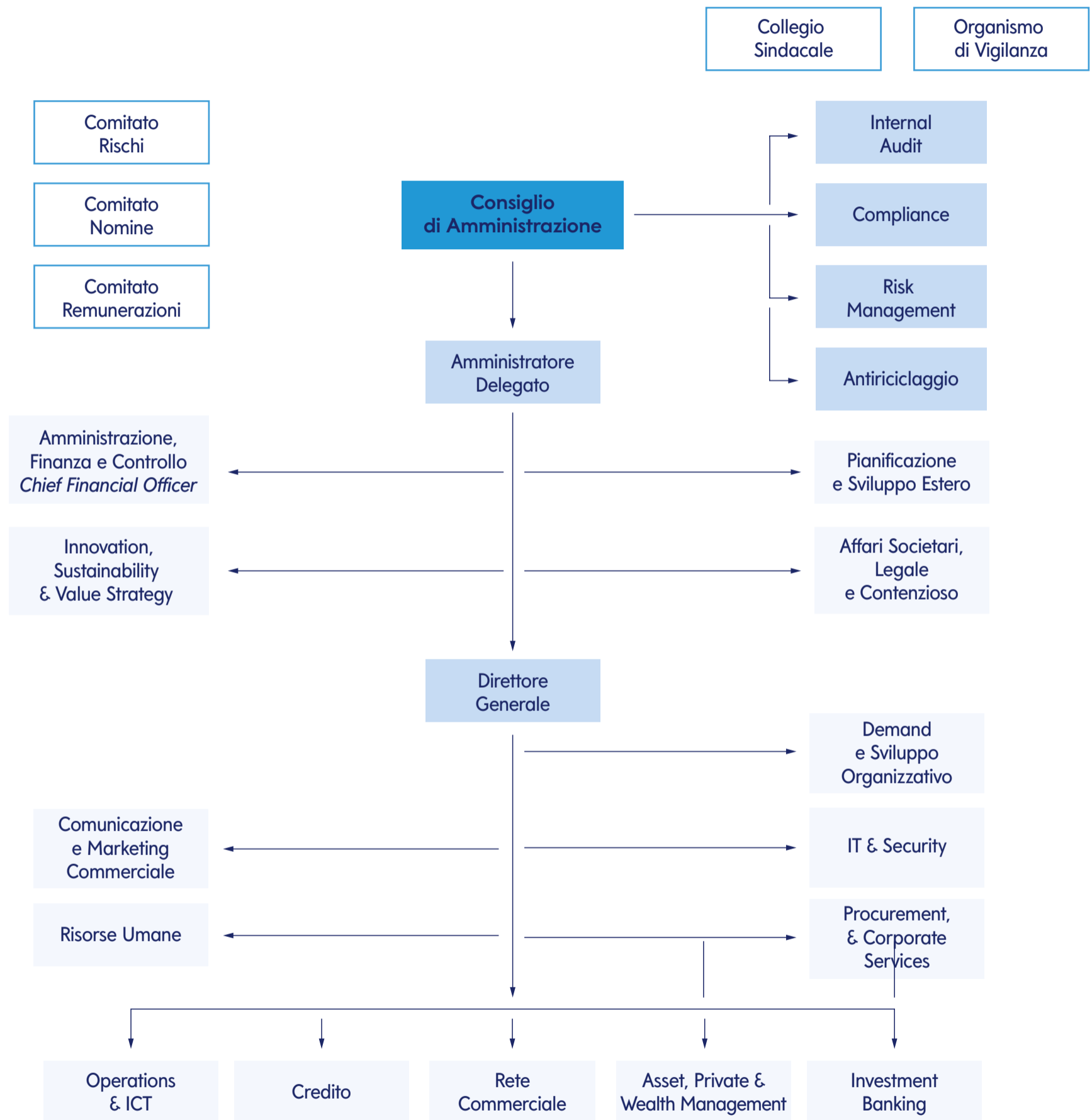
## STRUTTURA ORGANIZZATIVA

La struttura organizzativa di Banca Mediolanum si articola in Direzioni, Divisioni, Settori, Uffici e Unità di Supporto Manageriale, avendo a riferimento il seguente assetto che prevede:

- > quattro Direzioni in staff all'Amministratore Delegato: Amministrazione, Finanza e Controllo con a capo il Chief Financial Officer, Pianificazione e Sviluppo Estero, Affari Societari, Legale e Contenzioso, Innovation, Sustainability & Value Strategy;
- > quattro Direzioni in staff al Direttore Generale: Portafoglio Progetti & Sviluppo Organizzativo, Sviluppo Prodotti e Modello di Business, Risorse Umane, Procurement, Safety & Corporate Services; al Direttore Generale riporta anche la Divisione Comunicazione e Marketing Commerciale;
- > cinque Direzioni a diretto riporto del Direttore Generale: Rete Commerciale, Credito, Operations & ICT, Asset, Private & Wealth Management, Investment Banking;
- > quattro Funzioni aziendali di controllo a diretto riporto del Consiglio di Amministrazione: Compliance, Risk Management, Antiriciclaggio, Internal Audit.

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 31/12/2018



## SISTEMA REMUNERAZIONE E INCENTIVAZIONE

Le politiche di incentivazione e remunerazione del Gruppo definite dalla Capogruppo, in qualità di Banca di dimensioni “intermedie” conformemente a quanto previsto dalle disposizioni di Banca d’Italia relative alle Politiche e prassi di remunerazione e incentivazione (Titolo IV, Capitolo 2, Sezione I della Circolare n. 285), hanno come obiettivo quello di attrarre e mantenere soggetti aventi professionalità e capacità adeguate alle esigenze dell’impresa e quello di fornire un incentivo volto ad accrescere l’impegno per il miglioramento delle performance aziendali attraverso la soddisfazione e motivazione del personale.

L’applicazione delle politiche retributive assicura un miglior allineamento tra i destinatari delle stesse, gli Azionisti della Banca e del Gruppo, sia in un’ottica di breve, attraverso la massimizzazione della creazione di valore per gli azionisti, sia in un’ottica di medio/lungo periodo, attraverso un’attenta gestione dei rischi aziendali ed il perseguimento delle strategie di medio/lungo termine.

Al riguardo, i criteri di remunerazione e incentivazione sono basati su parametri oggettivi legati alle performance ed in linea con gli obiettivi strategici di medio/lungo periodo e rappresentano lo strumento in grado di stimolare maggiormente l’impegno di tutti i soggetti e rispondere al tempo stesso agli interessi del Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum elabora e riesamina, almeno annualmente, e con il supporto del Comitato Remunerazioni, le politiche di incentivazione e remunerazione del Gruppo ed è responsabile della corretta attuazione.

Le politiche, una volta elaborate, sono trasmesse all’Assemblea della Banca per l’approvazione e rese accessibili all’interno della struttura aziendale anche attraverso la pubblicazione sul sito internet della Capogruppo.

La Capogruppo assicura l’identificazione del personale rilevante coinvolgendo le preposte funzioni aziendali anche relative alle strutture commerciali dei consulenti finanziari. L’attività riguarda tutto il personale dipendente, gli Amministratori del Gruppo, ivi comprese le sedi estere e le Reti di Vendita. Struttura remunerativa di Amministratori, Sindaci e del Personale dipendente Spetta all’Assemblea, in base al vigente Statuto, la determinazione dell’importo complessivo per la remunerazione e l’assegnazione di indennità o compensi di altra natura degli Amministratori. Qualora tale importo non includa i compensi per gli Amministratori investiti di particolari cariche, essi sono determinati dal Consiglio di Amministrazione, sentito il parere del Collegio Sindacale. Il Consiglio di Amministrazione, inoltre, ripartisce fra i

propri componenti la remunerazione determinata dall'Assemblea a favore di tutti gli Amministratori. Per i componenti non esecutivi del Consiglio di Amministrazione e i membri del Collegio Sindacale non è prevista l'erogazione di alcuna remunerazione variabile.

La struttura remunerativa adottata con riferimento al personale dipendente prevede:

- > una remunerazione fissa che ricompensa il ruolo ricoperto e l'ampiezza della responsabilità, rispecchiando esperienze e capacità richieste per ciascuna posizione nonché il livello di eccellenza dimostrato e la qualità complessiva del contributo ai risultati di business;
- > una eventuale remunerazione variabile che mira a riconoscere i risultati raggiunti stabilendo un collegamento diretto tra i compensi e i risultati effettivi, dell'azienda e dell'individuo, nel breve e medio termine, nel rispetto del profilo di rischio definito.

## **STRUTTURA REMUNERATIVA DELLA RETE DI VENDITA**

La remunerazione delle Reti di Vendita composta da consulenti finanziari è costituita da provvigioni di diversa natura. Le provvigioni riconosciute, sono influenzate dalla tipologia dell'attività svolta, dalla gamma di prodotti collocati nonché dagli accordi di distribuzione in essere con le Società prodotte. Il sistema di remunerazione risponde alla necessità di riconoscere ai consulenti finanziari una remunerazione proporzionata ai ricavi dell'azienda, evitando al contempo possibili situazioni di conflitto di interesse.

La remunerazione dei consulenti finanziari è in prevalenza variabile e articolata anche sulla base delle differenti figure previste.

## **ASSEMBLEA**

L'Assemblea degli Azionisti viene regolata nel suo funzionamento e per quanto attiene i diritti degli azionisti e le modalità del loro esercizio dalla normativa vigente - primaria e secondaria - così come esplicitato dallo Statuto Sociale. All'Assemblea Ordinaria degli Azionisti spettano le competenze previste dalle vigenti disposizioni di legge.

La Società si è dotata con delibera dell'Assemblea del 23 novembre 2015 di un "Regolamento dei lavori assembleari", divenuto efficace a far data dall'inizio delle negoziazioni delle azioni dell'Emittente sul MTA (30 dicembre 2015) e disponibile sul sito [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it) nella sezione Corporate Governance alla voce Documenti societari di Corporate Governance.



## REGOLE DI COMPORTAMENTO

Il Codice Etico e il Codice di Comportamento 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: collaboratori, fornitori, clienti, partner, comunità e istituzioni locali, 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 è stato organizzato in due sezioni: la prima riguardante "i valori" di libertà, eccellenza, rispetto, trasparenza, integrità, equità, e la seconda inerente "le regole di condotta", cioè in impegni puntuali che tutti sono chiamati a seguire contribuendo a costruire una cultura d'impresa coerente ai valori di fondo. Questa struttura intende sottolineare con maggiore forza i valori fondanti l'azione imprenditoriale di Banca Mediolanum S.p.A. e del Gruppo di Società di cui essa è a capo, così come le regole attraverso cui tali valori sono declinati nell'operatività quotidiana. I valori etici fondanti l'azione manageriale sono stati determinati riflettendo lo spirito imprenditoriale che caratterizza da sempre il Gruppo: "credere che si possa avere successo essendo utili alle persone".

Con l'intendimento di attribuire piena autonomia alla diffusione del documento, così come al suo aggiornamento e alla valutazione di presunte irregolarità, tali funzioni sono state attribuite in capo al Comitato Rischi di Banca Mediolanum S.p.A.

## CODICE DI COMPORTAMENTO

Il Codice di Comportamento 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 personali 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.

## MODELLO DI ORGANIZZAZIONE GESTIONE E CONTROLLO AI SENSI DEL D.LGS. 231/01

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 hanno 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, ...).

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. Il Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum S.p.A. 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).

## 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.

Il Codice Etico richiama tutti i destinatari a precisi doveri comportamentali, anche in relazione alle pratiche corruttive, potenzialmente presenti in vari ambiti dell'operatività aziendale.

In particolare, nello svolgimento delle relazioni commerciali e d'affari, si deve

tenere conto che (i) le spese di rappresentanza, (ii) l'elargizione di omaggi e liberalità; (iii) la corresponsione di sponsorizzazioni, (iv) le agevolazioni commerciali, non possono mai risultare improprie o eccedenti le normali pratiche o i rapporti di cortesia e devono avvenire, ove consentite, nel rispetto delle procedure aziendali.

Ugualmente è vietato ricevere o accettare omaggi, forme di ospitalità, o comunque beni o utilità che costituiscano violazione dei suddetti normali usi commerciali e che possano configurarsi come richieste di violazione dei propri doveri d'ufficio o di fedeltà o comunque tentativi di influenzare le proprie decisioni.

I rapporti, sia istituzionali che commerciali, con entità pubbliche nazionali o comunitarie, nonché con pubblici funzionari o incaricati di pubblico servizio, o con organi rappresentanti di istituzioni pubbliche e Autorità di Vigilanza, sono disciplinati da precise procedure aziendali.

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 14. Analogo Modello è stato adottato dalle principali Società 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 hanno 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. ha adottato un Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul lavoro, ed 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.

In particolare, le Strutture aziendali, a vario titolo coinvolte, sono tenute all'osservanza dei seguenti principi:

- > assicurare in ogni fase dei processi aziendali di competenza gli adempimenti in materia di sicurezza e salute dei luoghi di lavoro, garantendo l'efficacia e l'attuazione di precisi principi di controllo;
- > garantire trasparenza, correttezza e tracciabilità nei confronti degli adempimenti verso gli Enti esterni preposti al controllo in materia di sicurezza sul lavoro;
- > provvedere, nell'ambito dei contratti di appalto o di fornitura, ad informare le controparti sugli eventuali rischi in materia di sicurezza sul lavoro e ad elaborare le connesse misure preventive;
- > prevedere nei contratti con soggetti terzi, nell'ambito delle attività finalizzate alla gestione e prevenzione dei rischi in materia di salute e sicurezza sul lavoro, apposite clausole di impegno all'osservanza dei suoi principi;
- > favorire e promuovere l'informazione interna in tema di:
  - > eventuali rischi connessi all'attività lavorativa;

- > misure di prevenzione adottate;
- > procedure e strumentazione di pronto soccorso;
- > procedure in caso di incendio ed evacuazione degli ambienti di lavoro;
- > curare il rispetto delle normative in tema di salute e sicurezza nei confronti di tutti i lavoratori anche non dipendenti e dei terzi in genere che dovessero trovarsi nei luoghi di lavoro.

Il sistema aziendale di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro prevede l'assolvimento di obblighi relativi:

- > al rispetto degli standard tecnico-strutturali di legge relativi a attrezzature, impianti e luoghi di lavoro;
- > alle attività di valutazione dei rischi e di predisposizione delle misure di prevenzione e protezione conseguenti;
- > alle attività di natura organizzativa, quali emergenze, primo soccorso, gestione degli appalti, riunioni periodiche di sicurezza, consultazioni dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza;
- > alle attività di sorveglianza sanitaria;
- > alle attività di informazione e formazione dei lavoratori;
- > alle attività di vigilanza con riferimento al rispetto delle procedure da parte dei lavoratori;
- > alla acquisizione di documentazioni e certificazioni obbligatorie di legge;
- > alle periodiche verifiche dell'applicazione e dell'efficacia delle procedure adottate.

Infine, sono previste modalità organizzative di verifica, valutazione, gestione e controllo del rischio, nonché un sistema disciplinare idoneo a sanzionare il mancato rispetto delle misure indicate nel modello di gestione della Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro.

## **DIRITTI UMANI**

Il Gruppo Mediolanum è consapevole che l'attività economica e di business genera impatti diretti o indiretti sui diritti umani. Il Gruppo ha definito gli ambiti di responsabilità verso i dipendenti, i clienti, i fornitori e la comunità. E' da sempre impegnato nel promuovere, all'interno della propria realtà aziendale e nei confronti dei propri dipendenti, una cultura aziendale conforme alle normative vigenti, allineata alle best practices internazionali ed in grado di garantire la soddisfazione delle proprie risorse e l'attenzione rivolta ai propri

clienti; tale cultura si traduce nel perseguimento del rispetto delle regole, dell'etica professionale e si fonda sul valore della persona, promuovendo comportamenti ispirati alla coerenza, trasparenza, correttezza e fiducia reciproca nel pieno rispetto del Codice Etico di cui il Gruppo si è dotato. Il Gruppo Mediolanum è attento a ridurre i rischi reputazionali, sociali e ambientali massimizzando l'impatto positivo sui diritti umani, conscia del fatto che l'obiettivo non è solo creare valore per i clienti e gli azionisti, ma è anche quello di contribuire allo sviluppo dei paesi e delle comunità in cui opera. Tutti i dipendenti e collaboratori sono inseriti in un ambiente di lavoro ove non è ammessa alcuna discriminazione dovuta a caratteristiche personali o orientamenti di pensiero; vengono adottate opportune strategie per contrastare eventuali comportamenti vessatori e tutti i dipendenti e collaboratori sono chiamati a diventare parte attiva nella creazione di un clima di lavoro ispirato ai valori suddetti.

L'applicazione delle normative e delle migliori prassi con riferimento ai Paesi in cui il Gruppo opera rappresenta una adeguata garanzia della tutela della tematica e una opportuna mitigazione dei rischi connessi. Periodicamente vengono effettuati con la Funzione Risk Management, risk assessment sulla base dei processi mappati e della specifica matrice rischi/controlli. I principali rischi individuati e monitorati sulla tematica sono inerenti ai rischi legali, ai rischi sulla sicurezza e salute dei dipendenti e ai rischi reputazionali.

## **ATTENZIONE ALL'AMBIENTE**

La tutela dell'ambiente costituisce un aspetto basilare nella responsabilità di impresa. Banca Mediolanum privilegia l'adozione, nei propri processi aziendali, attraverso 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.

Le azioni concrete che Banca Mediolanum ha messo in essere nel corso del tempo e finalizzate ad una politica di sostenibilità ambientale richiedono l'adozione di comportamenti, anche da parte di terzi, in sintonia con la strategia aziendale volta alla salvaguardia dell'ambiente:

- > vengono privilegiate le iniziative che apportano ai processi aziendali innovazioni volte a ridurre il consumo di risorse con particolare beneficio sia dell'azienda che della clientela;
- > la scelta dei fornitori deve privilegiare coloro che improntano la loro attività alla sostenibilità ambientale e sociale;
- > i partner incaricati della gestione di rifiuti che possono arrecare un

- impatto negativo all'ambiente devono comprovare le professionalità acquisite e le autorizzazioni necessarie;
- > nella produzione di energia per il funzionamento degli edifici la Società si impegna a sviluppare e adottare azioni e strutture dirette alle energie meno inquinanti, caratterizzate da ridotte emissioni e da alta efficienza; viene attuata una stretta politica di osservanza delle normative e dei migliori standard di mercato sui processi autorizzativi e di comunicazione di tali impianti;
  - > il monitoraggio dei dati ambientali è inserito nel sistema di comunicazione dei dati e informazioni alla comunità degli stakeholder;
  - > i dipendenti e i collaboratori sono tenuti a rispettare le indicazioni attinenti il corretto smaltimenti dei rifiuti; ove sorgano dubbi sono invitati a consultare le strutture aziendali competenti;
  - > 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 valute 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

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.

Nel corso dell'esercizio 2018, la Funzione Internal Audit di Banca Mediolanum ha svolto, sulla base del piano approvato, la propria attività di verifiche sia per Banca Mediolanum sia per le Società del Gruppo che hanno delegato alla Banca, mediante apposito contratto di servizio, lo svolgimento delle attività di revisione interna. Relativamente alle Società controllate che sono dotate di una propria Funzione di Controllo Interno, la Funzione Internal Audit di Banca Mediolanum ha esercitato i propri compiti di indirizzo e supervisione mediante il monitoraggio dell'avanzamento del piano di attività delle Funzioni di Internal Audit "Locali" nonché mediante l'organizzazione di periodici momenti di incontro.

Si evidenzia infine che la Funzione Internal Audit è impegnata in un programma interno di monitoraggio e miglioramento continuo della qualità (c.d. "PAMQ") in ottemperanza a quanto previsto dagli Standard Internazionali di Internal Audit (International Professional Practice Framework emanato dal "The Institute of Internal Auditors").

## **GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI, DI CREDITO, OPERATIVI E REPUTAZIONALI**

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 quali/quantitative 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. Predisponde la normativa interna, ovvero le policy, i regolamenti e le procedure relative a tutti i rischi ritenuti rilevanti ed individua e sviluppa le metodologie quantitative volte alla gestione di tali rischi presenti nell'attività caratteristica della Banca e delle società del Gruppo. Verifica nel continuo, per il Gruppo Bancario, l'adeguatezza del Risk Appetite Framework e coordina il processo di valutazione sia dell'adeguatezza patrimoniale complessiva (ICAAP - Internal Capital Adequacy Assessment Process) sia dell'adeguatezza del sistema di processo e gestione del rischio di liquidità (ILAAP - Internal Liquidity Adequacy Assessment) per le attività specificatamente attribuite e disciplinate dal Regolamento interno sui rispettivi processi interni.

## **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 revisione e adeguamento 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 reputazionale 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.

## **GESTIONE DEI RISCHI AI SENSI DEL D. LGS. 254/16 (ESG)**

Per la gestione dei rischi D.Lgs 254/16 (anche ESG), cioè quei rischi derivanti da fattori riconducibili a problematiche ambientali, sociali e di governance (in inglese Environmental, Social, Governance), che fanno riferimento alle attività della Banca, identificate dalla matrice di materialità approvata dal gruppo, (si veda capitolo 3. del presente documento), nel 2018 è stato attivato un progetto aziendale con l'obiettivo finale di definire un framework di riferimento di tali rischi e di adottare il relativo modello organizzativo.

L'attività si è articolata con un Risk Assessment volto a:

- > Analizzare, attraverso un benchmark sui principali *peers*, le *best practices* in riferimento alle modalità di gestione e presidio dei rischi relativi ai temi materiali individuati nelle DNF 2017.
- > Analizzare i rischi relativi ai temi materiali di Mediolanum, le prassi gestionali ed operative in essere, e le eventuali procedure adottate per la gestione ed il controllo (interviste al personale coinvolto nella gestione dei rischi di primo livello, svolta dalle strutture operative, e di secondo livello, in particolare, con le funzioni di controllo, e attività di analisi documentale).
- > Identificare le azioni da mettere in atto al fine di integrare il processo di gestione dei rischi in riferimento ai temi materiali.

L'individuazione dei principali rischi generati e subiti e l'identificazione del loro presidio, in riferimento ai temi materiali del Gruppo, ha permesso la rappresentazione di una matrice (framework).

Il framework costituisce il documento di lavoro in cui sono illustrati i principali rischi generati e subiti in riferimento ai temi materiali, includendo sia quelli già identificati e gestiti da Mediolanum.

A partire dal framework, le attività successive, in fase di implementazione nel corso del 2019, riguardano:

- > La formalizzazione del modello organizzativo per i rischi d.lgs 254/16.

- > La validazione dei rischi ESG mappati, in termini di:
  - > significatività e rilevanza per il Gruppo
  - > descrizione, in ragione del contesto interno ed esterno di Mediolanum
  - > strutture individuate a presidio dell'individuazione, valutazione e gestione
  - > Policy e procedure formalizzate

## 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 (c.d. Unità Specialistiche) 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.

Nel modello di compliance adottato va precisato il ruolo svolto dalle Funzioni Aziendali di Controllo, diverse dalla Compliance, le quali garantiscono un presidio strutturato e puntuale, sulla base di procedure consolidate, delle normative attribuite al loro ambito di intervento ex lege, riferendo direttamente agli Organi Aziendali sulle eventuali carenze riscontrate e sulle proposte formulate per la rimozione delle stesse.

Oltre al presidio del quadro normativo di riferimento alla Funzione competono attività di consulenza specialistica, alert normativo e gap analysis, verifiche di adeguatezza e di funzionamento di assetti e processi aziendali rispetto al quadro normativo vigente ed identificazione di azioni di mitigazione dei rischi di non conformità.

La Funzione Compliance cura inoltre lo svolgimento in outsourcing per conto della Funzione Risk Management della Banca e delle altre Società italiane del

Gruppo, sulla base di specifici accordi di servizio, degli assessment sui rischi operativi e reputazionali, nell'ambito delle attività di risk assessment integrato secondo una pianificazione condivisa con la Funzione di Risk Management ed attiva appositi flussi informativi sugli esiti dell'attività svolta.

In considerazione del modello di business adottato dalla Banca, particolare attenzione è posta dalla Funzione alle attività di controllo dell'operato della Rete di Consulenti Finanziari di cui la medesima si avvale. Il controllo sull'attività della Rete di Vendita e le azioni di mitigazione dei relativi rischi connessi rappresenta un elemento fondamentale del Sistema dei Controlli Interni.

La Funzione presidia altresì la gestione dei reclami ricevuti dalla clientela e le istanze ricevute dalle Autorità di Vigilanza, anche con riferimento alle società italiane del Gruppo Bancario con le quali sono in essere accordi di servizio.

La Funzione cura il presidio dei rischi di non conformità alle norme anche per conto delle società del Gruppo con le quali la Banca ha stipulato appositi accordi di servizio.

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.

Il Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum S.p.A. ha approvato la "Compliance Policy" che fornisce le linee di indirizzo ed identifica i requisiti da rispettare per la definizione del modello di controllo sul rischio di conformità e per la corretta gestione (articolata nelle fasi di progettazione, realizzazione e manutenzione) di un modello di controllo sul rischio di non conformità di cui la Banca medesima si dota.

I principi guida, l'architettura organizzativa ed i processi adottati dalla Funzione Compliance per il soddisfacimento della propria mission e le responsabilità/interazioni facenti capo alle Unità nelle quali la Funzione è articolata sono invece descritti nel "Regolamento della Funzione Compliance".

## **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**

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 nella sua sede italiana. È di sua competenza la gestione dell'Albo Ufficiale dei Fornitori, dove sono inserite le società con le quali vengono mantenuti rapporti ricorrenti per l'acquisto di beni o servizi. Attraverso questa piattaforma, 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. Attraverso l'Albo Ufficiale viene effettuato il monitoraggio dei fornitori che vengono periodicamente valutati in base a Key Performance Indicators (indicatori essenziali) per i servizi resi, sia per gli aspetti commerciali sia per gli aspetti tecnici. Periodicamente, attraverso ricerche di mercato, vengono identificati e valutati eventuali fornitori alternativi.

Tale regolamento ha come finalità la verifica che il fornitore ingaggiato per il servizio, nella realizzazione di opere, ovvero l'affidamento di incarichi professionali garantisca il rispetto di quanto richiesto dalle normative vigenti, in termini di documentazione da presentare in fase di sottoscrizione di un contratto, e che tale documentazione sia valida per tutta la durata di vigenza dello stesso.

## Processo



In ottica di un continuo miglioramento del processo di approvvigionamento, responsabile e sostenibile, di Banca Mediolanum è stato deciso di avviare una collaborazione con Bureau Veritas, organismo riconosciuto ed accreditato dalle più importanti organizzazioni nazionali e internazionali nei servizi di ispezione, verifica di conformità e certificazione, che si concluderà nel primo semestre 2019.

Tale collaborazione affronterà i temi trattati dalla ISO 20400:2017, la prima norma internazionale sull'approvvigionamento responsabile, che permette alle aziende di compiere scelte più informate, introducendo criteri e processi di valutazione dei fornitori e dei prodotti/servizi in base alle relative performance di sostenibilità. Di conseguenza, le aziende che si basano sulla ISO 20400 ne ricaveranno significativi benefici reputazionali.



## RISCHI E POLITICHE DI GESTIONE CON I FORNITORI

L'azienda ritiene fondamentale il ruolo ricoperto dai fornitori in quanto questi ultimi concorrono alla realizzazione dell'obiettivo di soddisfazione dei bisogni connessi all'acquisto di beni e servizi.

Ai fornitori di Banca Mediolanum viene richiesta la compilazione di un questionario nel portale aziendale dedicato. All'interno del questionario vengono richieste 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.

Nel corso dell'anno 2017, in concomitanza con l'emissione del nuovo "Regolamento del Processo degli Acquisti", sono stati predisposti modelli contrattuali da utilizzare a seconda della tipologia di servizio da acquistare. Al loro interno prevedono, in particolare, anche l'esplicita autorizzazione da parte del Gruppo Mediolanum dell'eventuale utilizzo, da parte del fornitore, di società in regime di subappalto. Inoltre, per il tema di gestione del rischio è stata erogata una prima giornata di formazione a tutto l'organico dell'ufficio acquisti in collaborazione con il "Consorzio ABC" e l'Ing. Riccardo Colangelo docente presso l'Università la Luiss e l'Università di Roma Tor Vergata. L'obiettivo del corso è stato quello di applicare conoscenze, metodologie e strumenti di risk management al processo d'acquisto suggerendo strumenti e metodologie quali ad esempio Matrici dei rischi, la mappa delle classi dei rischi di acquisto e la metodologia per la loro gestione. Per l'anno 2019 seguiranno ulteriori giornate di follow-up per esercitazioni ed aggiornamenti delle metodologie spiegate in aula. Nell'anno 2017 si è proceduto all'aggiornamento della "Policy Acquisti" e del "Regolamento del Processo degli Acquisti" entrambi approvati dal Consiglio di Amministrazione al fine di recepire il regolamento di processo "Rapporti con i Fornitori - Gestione documenti validi ai fini del D. Lgs. 81/08 "Testo unico sulla salute e sicurezza sul lavoro" e della normativa in ambito Giuslavoristico". 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 Mediolanum

La Sostenibilità è parte integrante dei valori e della cultura di Mediolanum, con l'obiettivo di sviluppare un'attività solida e sostenibile a lungo termine. Tale impegno è comprovato dalla volontà di generare valore aggiunto per tutti gli stakeholder. Il successo degli stakeholder garantisce la sostenibilità del business del Gruppo. Questo approccio alla gestione responsabile dell'azienda 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

Il Gruppo Mediolanum procede con il suo percorso nella rendicontazione di sostenibilità anche nel 2018, seguendo le linee guida internazionali del Global Reporting Initiative (GRI Standard) che prevedono la valutazione dei temi di sostenibilità connessi alle attività del Gruppo attraverso il coinvolgimento dei propri stakeholder. Le fasi del processo di produzione della DNF, la mappatura degli stakeholder, l'attività di engagement e la definizione matrice di materialità, fino a descrivere le attività di raccolta, gestione dei dati, fino alla redazione del documento della DNF, in riferimento alla "Policy per la redazione della DNF" e al "Regolamento del processo di rendicontazione della Dichiarazione non Finanziaria (DNF)" entrambi approvati a fine 2018.

Di seguito è rappresentato il processo nella sua articolazione complessiva:

#### Mappatura degli Stakeholder e attività di engagement



#### Definizione matrice di materialità



## MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER E ATTIVITÀ DI ENGAGEMENT

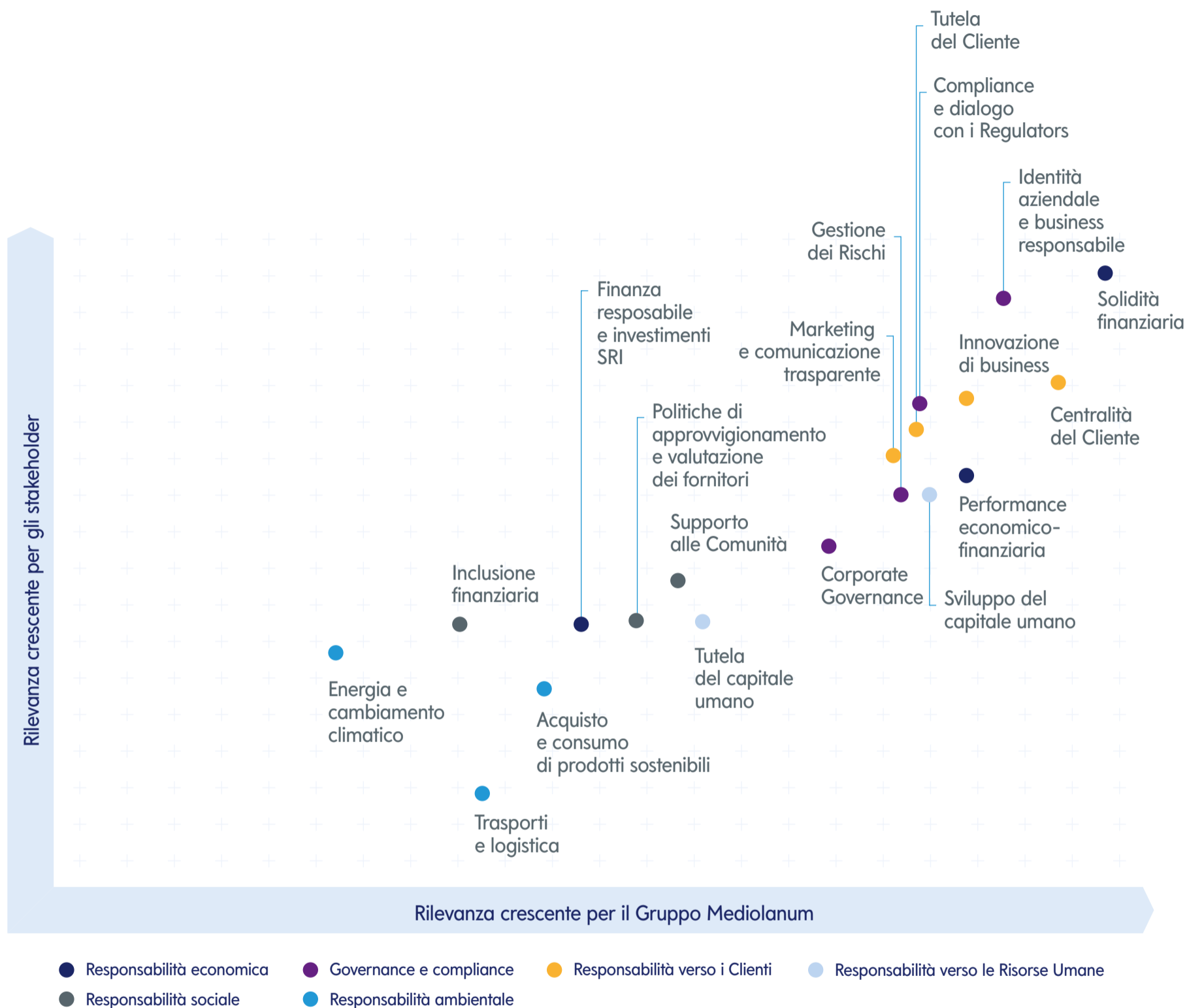
- 1) Identificazione dei soggetti, secondo un approccio multi stakeholder, appartenenti a differenti categorie, tenendo in considerazione il settore di riferimento e il modello di business. Le varie categorie coinvolte sono: Dipendenti, Rete di vendita, Istituzioni e Regolatori, Media, Clienti, Collettività, Fornitori, Azionisti e Comunità Finanziaria, Associazioni di categoria, in linea con il perimetro di reporting (conglomerato di Gruppo).
- 2) Organizzazione di diverse modalità di ascolto, ad esempio: workshop, questionari, interviste, sentiment analysis. Le opinioni che ne scaturiscono sono di tipo qualitativo e quantitativo.
- 3) Analisi dei risultati attraverso criteri aderenti al modello di Sostenibilità del Gruppo e costruzione del modello con i parametri identificati.

## DEFINIZIONE MATRICE DI MATERIALITÀ

Prendendo le mosse dalla mappatura degli stakeholder e dalle informazioni scaturite dall'attività di engagement, gli output vengono elaborati per identificare i temi più rilevanti e significativi, per il business del Gruppo, in termini di sostenibilità economica e anche ambientale, sociale e di governance (temi ESG - Environmental, Social and Governance). Inoltre, l'analisi consente 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 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. I temi individuati vengono valutati in termini di priorità, rischi correlati, ambiti di azioni prioritarie e azioni specifiche. Inoltre, i risultati dell'analisi di materialità vengono rappresentati attraverso un grafico, definito Matrice di materialità che riporta, sia l'interesse per l'azienda, sia l'interesse per gli stakeholder. Questa rappresentazione permette di valutare la significatività (definita "materialità") di ogni tema. La matrice di materialità, predisposta dall'Unità Corporate Social Responsibility, è soggetta ad una valutazione preliminare da parte del Comitato Rischi e successiva approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione.

Temi del Decreto 254/2016	Aree tematiche di sostenibilità per Gruppo Mediolanum	Tematiche materiali per Mediolanum	Tematiche GRI Standards
Ambiente	Responsabilità ambientale	Acquisto e consumo di prodotti sostenibili	Materiali, Valutazione ambientale dei fornitori
		Energia e Cambiamento Climatico	Energia, Emissioni
		Trasporti e Logistica	Energia, Emissioni
Personale Diritti Umani e Sociali	Responsabilità verso le risorse umane	Tutela del capitale umano	Occupazione, Salute e sicurezza sul lavoro Diversità e pari opportunità
		Sviluppo del capitale umano	Formazione e istruzione
		Supporto alle comunità	Comunità locali
Lotta alla corruzione	Governance e Compliance	Identità aziendale e business responsabile	Anticorruzione, Compliance socio-economica
Altre tematiche rilevanti per Gruppo Mediolanum	Responsabilità verso i clienti	Centralità del Cliente	N/A
		Innovazione di business	N/A
		Tutela del cliente	Privacy dei clienti
		Marketing e comunicazione trasparente	Etichettatura di prodotti e servizi, Attività di marketing
	Responsabilità economica	Solidità economica	Performance economica
		Performance finanziaria	Performance economica
	Responsabilità Sociale	Finanza responsabile e investimenti SRI	Impatti economici indiretti, Portafoglio di prodotto
		Inclusione finanziaria	Comunità locali
	Governance e Compliance	Politiche di approvvigionamento e valutazione dei fornitori	Pratiche di approvvigionamento, Valutazione ambientale dei fornitori
		Corporate governance	N/A
Gestione dei rischi		N/A	
		Compliance e dialogo con i Regulators	Compliance socio-economica, Compliance di prodotto

## 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 dal 2016 un progetto che prevede, in occasione della nascita del figlio di un dipendente Mediolanum, la possibilità di piantare un albero, attraverso il progetto 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 2018, le esigenze del del 40,03% 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>

 <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>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> <hr/> <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> <hr/> <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> <hr/> <p>Banca Mediolanum si è dotata di un modello di prevenzione ai sensi del dlgs. 231/01.</p> <hr/> <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

In continuità con gli anni precedenti 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 2018 è stato un anno complesso per tutto il sistema bancario, caratterizzato da incertezza politica, volatilità sui mercati, forte incremento dello spread in Italia, e performance negative sia sugli indici azionari che obbligazionari. In questo quadro Banca Mediolanum si è distinta ancora una volta per la capacità di raggiungere risultati estremamente positivi.

La Raccolta Totale di Gruppo ha raggiunto 4,1 miliardi di euro, con un'ottima contribuzione della Raccolta Gestita per ben 3 miliardi, evidente segnale della bontà dell'offerta e della qualità della consulenza dei Family Banker.

La forte raccolta ha permesso di compensare parzialmente il calo degli asset dovuto all'andamento dei mercati, pertanto le masse complessive al 31 dicembre 2018 hanno raggiunto i 74,1 miliardi di euro.

L'andamento dell'attività ricorrente ha evidenziato la solidità del modello di Banca Mediolanum, con il Margine Operativo pari a 288 milioni di euro, in crescita del 33% rispetto al 2017 sostenuto da tutte le linee di business.

Per quanto riguarda gli impieghi alla clientela infatti, in Italia l'erogazione per oltre 2 miliardi ha portato l'intero portafoglio crediti a 8,5 miliardi di euro, in crescita del 14% rispetto all'anno precedente, mantenendo un livello di crediti deteriorati netti di appena 0,69%.

L'utile netto consolidato si è attestato a 256 milioni di euro, influenzato nel quarto trimestre 2018 da 102,5 milioni di Euro relativi a oneri straordinari per la controversia fiscale con l'Agenzia delle Entrate in tema di prezzi di trasferimento. I citati oneri includono 77,3 milioni di euro pagati a titolo transattivo all'agenzia delle entrate per la definizione delle annualità 2010-2013, ed Euro 27,2 per l'accantonamento di un fondo per passività fiscali, da parte di Banca Mediolanum e Mediolanum Vita, relativo alle annualità 2014-2018. Per una esauriente descrizione si rimanda all'apposito paragrafo presente all'interno della Relazione sulla Gestione.

Il Common Equity Tier I Ratio, ovvero l'indice di solidità, risulta pari al 19,2%, confermando Banca Mediolanum tra le banche più solide in Italia e in Europa.

## Performance economico-finanziaria

Utile netto

**256** mln  
di euro

▶ -33%\*

Raccolta netta

**4.120** mln  
di euro

▶ -23%\*

Dividendo  
per azione

**0,40** euro

Patrimonio  
Amministrato

**74.085** mln  
di euro

Common Equity  
Tier 1 Ratio

**19,2** %

Rapporto tra crediti  
deteriorati e totale  
impieghi

**1,38** %

Liquidity  
Coverage Ratio

**352** %

\* Rispetto al 2017

# Ripartizione valore aggiunto

## Numero del Valore Aggiunto

	2018	2017	Variaz.
<b>TOTALE</b>	<b>337</b>	<b>357</b>	<b>(6%)</b>
con Top Management	133	173	(23%)
solo Investor Relations	204	184	11%
% in autonomia sul totale	61%	52%	-

## Investitori incontrati

	2018	2017	Variaz.
<b>TOTALE</b>	<b>495</b>	<b>492</b>	<b>1%</b>
con Top Management	376	416	(10%)
solo Investor Relations	119	76	57%
% in autonomia sul totale	24%	15%	-

## Analisti incontrati

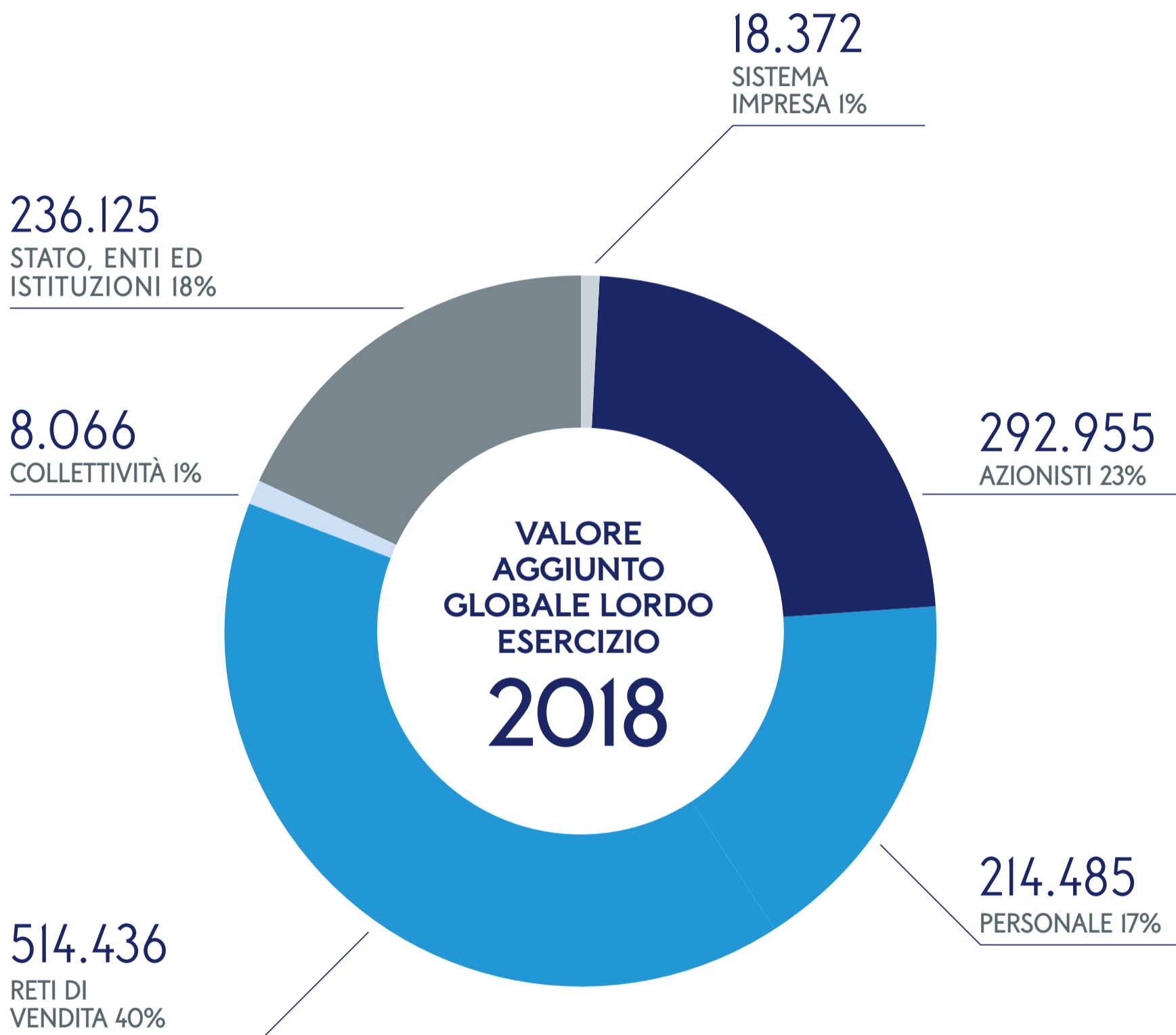
	2018	2017	Variaz.
<b>TOTALE</b>	<b>181</b>	<b>221</b>	<b>(18%)</b>
con Top Management	66	105	(37%)
solo Investor Relations	115	116	(1%)
% in autonomia sul totale	64%	52%	-

La ripartizione del valore economico generato, ovvero del Valore Aggiunto, è una riclassificazione del conto economico atta a 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 2017, l'esercizio 2018 denota una variazione nella distribuzione del Valore Aggiunto tra gli stakeholder.

Nello specifico, si registra un incremento di 100,7 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente relativamente alla voce Stato, enti ed istituzioni, principalmente da ricondurre all'aumento delle imposte dirette legate alla controversia fiscale in atto con l'Agenzia delle Entrate. Contestualmente, la voce Sistema Impresa registra una diminuzione di 149,9 da attribuire sia ad una diminuzione degli interventi a sostegno del sistema bancario che ad una diminuzione delle riserve e utili non distribuiti agli azionisti.



## 3.2 Personalizzazione, sicurezza e innovazione delle soluzioni finanziarie

### OFFERTA DI PRODOTTI E SERVIZI

L'offerta prodotti di Banca Mediolanum prevede soluzioni flessibili per varie tipologie di clientela sempre più orientata all'innovazione, personalizzazione e sicurezza. I valori fondanti alla base dei servizi e dei prodotti sono: tutela e centralità del cliente e innovazione di business, intesa come costante ricerca di nuove soluzioni volte a migliorare l'esperienza dell'operatività bancaria del Cliente.

#### Indagine di Customer Satisfaction

	Banca Mediolanum n=908*	Banche tradizionali n=517*	Banche online n=400*
	Media	Media	Media
<b>È una banca che offre una gamma di prodotti e di servizi completa</b>	84,3	72,6	80,5

\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2018, sul perimetro Italia.

## Prodotti e servizi bancari

### NUOVA OFFERTA CONTI DI BASE

Nel 2018 Banca Mediolanum ha introdotto il nuovo Conto di Base, che si rivolge alle fasce più deboli della società dedicato all'inclusione finanziaria dei consumatori con servizi stabiliti dal decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze n.70 del 3 maggio 2018.

### SERVIZI BANCARI E SERVIZI DI PAGAMENTO

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

Mantenendo 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, anche nel corso del 2018 sono state presentate una serie di innovazioni quali il riconoscimento biometrico dell'iride con Samsung Pass e del volto, con Face ID, che migliorano la user experience nell'accesso e la sicurezza delle operazioni dispositive (Samsung Pass su dispositivi Samsung con scanner dell'iride; FaceID su iPhone X e successivi;) e, in ultimo, sempre integrato nell'App Mediolanum Wallet, ad Aprile è stato lanciato il nuovo servizio di pagamento Plick, (app per digitalizzazione degli assegni bancari). Banca Mediolanum è la prima banca a rendere disponibile ai propri Clienti Plick, con cui è possibile disporre pagamenti in mobilità, tracciabili e non revocabili, verso chiunque in Europa, selezionando il giorno di pagamento, anche in una data futura, e senza la necessità di indicare l'IBAN del beneficiario, con un grande vantaggio a favore della smaterializzazione.

Sempre nel corso del 2018 Banca Mediolanum, oltre ad estendere il servizio Apple Pay, anche ai prodotti carte di credito e prepagato, ha ampliato la propria proposizione sui servizi di pagamento mobile con il lancio del servizio Samsung Pay (rivolto a tutti i clienti titolari di device Samsung compatibile) e del servizio Google Pay, attivabili su tutte le carte di pagamento in offerta: debito, credito e prepagato.

Banca Mediolanum è stato il primo istituto bancario italiano a rendere disponibile i servizi di mobile payment Apple Pay, Samsung Pay e ora Google Pay su tutte le carte di pagamento e a tutta la propria clientela.

In Spagna Banco Mediolanum ha acquisito Bizun, il servizio che consente di pagare con il cellulare in modo comodo, immediato e sicuro, e la possibilità di richiedere o inviare denaro contemporaneamente a più di un contatto, attraverso il numero dello smartphone. Una volta che l'operazione è stata confermata, i destinatari riceveranno l'importo immediatamente o la richiesta di pagamento. Innovazione che permette di smaterializzare e risparmiare tempo.

# Credito

## RIPARTI ITALIA

Anche nel 2018 Banca Mediolanum conferma l'impegno di andare incontro alle esigenze dei propri clienti attraverso un'offerta di mutui e prestiti agevolati attraverso l'iniziativa "**Riparti Italia**" coerentemente con il quadro normativo della Legge di Stabilità che fa leva su agevolazioni fiscali per ristrutturazioni immobiliari, riqualificazioni energetiche e interventi per il miglioramento del rischio sismico, sulla prima casa. L'obiettivo è la riqualificazione delle classi energetiche e minore impatto ambientale attraverso l'investimento in soluzioni energetiche alternative, supportando progetti di edilizia sostenibile.

## MUTUO MEDIOLANUM YOUNG

I destinatari del Mutuo Mediolanum Young sono i giovani di età inferiore a 35 anni, al fine di valorizzare i progetti di acquisto della 1° casa, attraverso un finanziamento con LTV massimo fino al 90%, preammortamento opzionale di due anni, senza applicazione di alcuna maggiorazione, e una riduzione progressiva dello spread applicato, ogni 5 anni, in caso di pagamenti regolari.

## INSTANT CREDIT E SAMSUNG FOR YOU

Nel 2018 è stato consolidato il prestito personale "Instant Credit" aumentando l'importo massimo di erogazione.

Questa tipologia di prestito si distingue come prodotto altamente innovativo capace di soddisfare in ogni momento il bisogno dei clienti.

Nell'ottica di offrire soluzioni innovative Banca Mediolanum propone il primo prestito, "Samsung for You" che permette ai clienti di acquistare uno specifico Device Samsung con un prestito a tasso zero della durata di 24 mesi.

La modalità di richiesta delle due tipologie di prestito: Instant Credit e Samsung for You attraverso la firma digitale rapida risponde all'esigenza di massimizzare i tempi dell'operatività con anche un minor impatto ambientale.

In Spagna Banco Mediolanum offre prodotti di credito con garanzia personale con modalità "instant credit": target di clienti ad hoc possono ricevere in modo istantaneo prestiti personali, carte di credito e linee di credito. L'offerta comprende anche i **prodotti finanziari con garanzia monetaria** che consentono di rispondere alle esigenze dei clienti offrendo una soluzione comoda. Il finanziamento garantito è la risposta alle esigenze di finanziamento dei clienti titolari di prodotti di risparmio gestito



commercializzati da Banco Mediolanum, con un tasso di interesse molto competitivo sul mercato. È possibile sottoscrivere il contratto in modo autonomo online, allegando la documentazione necessaria in formato elettronico, o attraverso il Family Banker, offrendo visibilità in tempo reale sullo stato della concessione del credito.

## **CARTA DI CREDITO PREPAGATA**

Per aumentare i livelli di sicurezza della carta di credito è stata offerta la possibilità di definire il massimale e scegliere il PIN tramite sito web o l'app Mediolanum, eliminando l'invio via posta e risparmiando così i costi di stampa e spedizione in un tempo massimo di 7 giorni lavorativi con un'esperienza utente molto elevata.

## **Prodotti e servizi assicurativi**

### **PROTEZIONE**

L'ambito protezione è a maggiore impatto sociale, per questo Mediolanum intende offrire garanzie a categorie più deboli, o offrire sostegno in momenti di vita particolarmente difficili attraverso varie soluzioni di prodotto in diversi ambiti di copertura: capitale umano, casa, salute e autonomia.

È infatti importante proteggere i familiari da una prematura scomparsa del soggetto che rappresenta la principale fonte di reddito, o tutela la casa attraverso le garanzie a protezione.

Nel 2018 è stata lanciata la nuova polizza Mediolanum Capitale Salute, pensata per assicurare al cliente e alla sua famiglia, anche per tutta la vita, il rimborso delle spese sanitarie consentendo di affrontare più serenamente i disagi conseguenti agli imprevisti legati alla salute. La garanzia base offre un servizio di assistenza medica, in viaggio e a domicilio in Italia e Mediolanum Carta Salute per beneficiare di sconti, all'interno di un network di strutture convenzionate, anche su prestazioni non coperte dalle garanzie acquistate. L'attenzione di Banca Mediolanum al benessere del cliente si traduce, in questo prodotto, anche nel Check-up gratuito cardiovascolare e oncologico periodico offerto alle condizioni previste da contratto.

Per la serenità dei clienti, Banca Mediolanum ha sviluppato, inoltre, dei prodotti ad hoc, tra cui "Mediolanum capitale Autonomia" con lo scopo di fornire una risposta concreta a un'esigenza sociale derivante dall'incremento di casi di non autosufficienza.

## POLIZZE A PROTEZIONE DEI FINANZIAMENTI

Pensare alla serenità dei propri Clienti nel corso della loro vita è da sempre uno dei principali punti di attenzione per Mediolanum, infatti sono stati apportati aggiornamenti alle polizze a protezione di prestiti e mutui, ad esempio per la Polizza Protezione Prestito, si è provveduto all'innalzamento dell'importo di capitale massimo assicurabile fino a 500.000€ (ex 100.000€). Per quanto riguarda i mutui, le novità per la polizza Mediolanum Life Protection hanno riguardato:

- > l'innalzamento dell'età dell'Assicurato a scadenza, portata da 75 ad 80 anni compiuti;
- > l'estensione dell'assicurabilità al soggetto che figura nel contratto di mutuo con qualifica di garante.

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

È in corso un vero e proprio cambiamento strutturale, con un profondo impatto su società, ambiente, economia e cultura. Comprendere le dinamiche dei grandi cambiamenti in atto, in un contesto di incertezza e volatilità dei mercati, aiuta a prepararsi per tempo e ad individuare quelle tematiche di rilevanza strategica che possono rappresentare una valida opportunità per coloro che ricercano soluzioni di lungo periodo.

In questo contesto si conferma la strategia di Mediolanum 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.

## SERVIZI D'INVESTIMENTO RESPONSABILI

Con l'obiettivo di sfruttare le opportunità dei mercati su tematiche di rilevanza strategica di lungo periodo, in **Italia** Banca Mediolanum, tramite Mediolanum International Funds, ha introdotto la distribuzione di Mediolanum Innovative Thematic Opportunities, nuovo comparto del fondo Mediolanum Best Brands, che investe prevalentemente in titoli azionari a livello globale secondo le quattro principali ed innovative tematiche come quelle del mondo digitale, dello sviluppo della classe media, della rinascita industriale e dell'invecchiamento e relativo miglioramento della qualità di vita. Prosegue il collocamento del fondo di fondi Mediolanum Best Brands Socially Responsible in commercio dal 2015. Infine, per mitigare la rischiosità dei propri investimenti, e per cogliere le opportunità dei mercati azionari con metodo e criterio, Banca Mediolanum, attraverso la Società di Gestione Mediolanum International Funds Ltd, mette a disposizione della propria Clientela la strategia di investimento "Intelligent Investment Strategy" anche sui fondi Challenge Funds. Intelligent Investment Strategy è un servizio che permette di adottare una strategia d'investimento con un approccio virtuoso, automatico e graduale, con l'obiettivo di cogliere le opportunità offerte dall'andamento dei mercati gestendo l'emotività in un'ottica di crescita nel lungo termine.

Nel corso del 2018 si è rafforzata la distribuzione dei Piani Individuali di Risparmio (PIR), la cui commercializzazione è iniziata nel 2017 in seguito alla legge di bilancio dello stesso anno con l'obiettivo di sostenere le piccole-medie imprese italiane grazie ai risparmi degli italiani investiti in questi prodotti. Per consentire ai Clienti di usufruire al meglio dei vantaggi propri dei prodotti assicurativi, è stata studiata un'offerta PIR anche all'interno di un contenitore Unit Linked.

Banca Mediolanum, seguendo i suoi valori cardine, si sta impegnando ad includere nella valutazione degli strumenti finanziari e nel processo di investimento i criteri ESG (Environment, Social, Governance). A tal fine si è dotata di un software di un primario info-provider a livello mondiale per mezzo del quale assegna un rating ESG ai prodotti di risparmio gestito distribuiti da tutte le società del Gruppo.

In linea con quanto sopraindicato e, con le indicazioni presenti nella nota metodologica della Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario, sono in corso le attività per la determinazione delle linee guida relative all'applicazione dei criteri ESG degli investimenti e la definizione della relativa governance.

In **Spagna** attraverso il fondo di investimento “Fondo Compromiso”, il 30% della commissione di gestione viene destinato ad enti senza scopo di lucro. Ogni cliente può scegliere tra una selezione di organizzazioni non governative, con cui Banco Mediolanum collabora attraverso Mediolanum Aproxima, a cui donare il 30% della commissione di gestione annuale mediante retrocessione realizzata da Banco Mediolanum. È possibile scegliere tra ONG di aree diverse (che partecipano al progetto Mediolanum Aproxima):

- > Sostegno a categorie vulnerabili : Associazione Down Vigo, Associazione Genitori di Bambini malati oncologici dell’Andalusia (ANDEX), Fundació Comtal, Associazione Torre Hortaleza, Associazione di genitori di bambini malati di cancro Valencia (ASPANION) e Integrando Foundation.
- > Promuovere la cultura nel nostro paese: il Real Colegio Seminario de Corpus Christi Foundation svolge un’importante funzione culturale per conoscere la storia sociale, politica, religiosa e artistica di Valencia.

In Irlanda, MAML si sta impegnando a predisporre una Politica di investimento responsabile, il progetto è un’opportunità per documentare alcune delle pratiche di investimento responsabili incorporate già nel processo Med3 e considerare le aree da sviluppare per un’efficace politica dell’investimento responsabile.

Inoltre, è in corso una collaborazione con Sustainable Nation Ireland e SIF (Sustainable & Responsible Investment Forum) attraverso una serie di eventi:

- > Rapporto sullo stato di avanzamento SIF (novembre 2018): rapporto sullo stato dell’arte degli investimenti responsabili dell’Irlanda. Indagine inclusa tra gli Asset Manager con sede in Irlanda per stabilire il loro stato ESG. MAML è tra i partecipanti al case study.
- > Climate Week Ireland (5-9 novembre 2018): l’Irlanda ha ospitato una serie di eventi sul tema del cambiamento climatico e della sostenibilità. La settimana del clima di novembre ha visto la statua di Fearless Girl di State Street Global Advisors, che ha visitato l’Irlanda per la prima volta e serve come promemoria del fatto che un approccio attivo a una sfida può fare una differenza duratura.
- > Partecipazione al comitato direttivo trimestrale del SIF presieduto da Terence O’Rourke.

## POLITICHE DI GESTIONE DEI PRODOTTI E SERVIZI

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" (CIRC.105), 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.

## 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 in linea con 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.

È prevista un'attività di pianificazione patrimoniale che aiuti il Cliente nella tutela della stabilità del proprio futuro, anche a fronte di imprevisti che riguardano la salute o situazioni di particolare difficoltà nella gestione del quotidiano, o di eventi catastrofici.

## FOCUS MIFID II E IDD

A decorrere dal 3 gennaio 2018 è entrata in vigore la Direttiva n. 2014/65/UE (cd MIFID II) e il Regolamento (UE) n. 600/2014 (cd MIFIR) che hanno aggiornato il quadro normativo europeo di riferimento in materia di prestazione dei servizi di investimento.

In ottemperanza ai requisiti normativi la Banca ha avviato un'attività progettuale volta a rispondere adeguatamente agli obblighi di:

- > comunicazione dei costi, degli oneri e degli incentivi connessi ai prodotti finanziari e ai servizi di investimento distribuiti;
- > product governance al fine di valutare adeguatamente il target di clienti a cui offrire i prodotti finanziari;
- > garantire che il personale, che offre il servizio di consulenza in materia di investimenti, possieda adeguate competenze ed esperienze;
- > rafforzamento delle politiche di gestione dei conflitti di interessi che potrebbero insorgere nello svolgimento dei servizi di investimento, nonché degli incentivi percepiti dalla Banca;
- > valutare periodicamente l'adeguatezza degli investimenti e le motivazioni per cui le proposte di investimento sono considerate adeguate ai bisogni e alle caratteristiche del cliente.

Il 1° ottobre 2018 è entrata in vigore la Direttiva (UE) n. 2016/97 (cd IDD - Insurance Distribution Directive), recepita in Italia attraverso il Decreto Legislativo 21 maggio 2018, n. 68 e i successivi Regolamenti Attuativi IVASS n. 39, 40 e 41/2018.

IDD agisce in un contesto di continuità con la Direttiva MiFID II, dettando disposizioni relative allo svolgimento delle attività di produzione e distribuzione di prodotti assicurativi, con lo scopo di incrementare la tutela dei clienti.

Mediolanum ha avviato un'attività progettuale che ha coinvolto le Banche e le Compagnie del Gruppo, al fine di recepire i requisiti definiti dalla normativa sui seguenti ambiti:

- > POG (Product Oversight Governance): introduzione di nuovi presidi in tema di ideazione, sviluppo, test e monitoraggio dei prodotti;
- > Demands & Needs: raccolta e valutazione delle esigenze del cliente in fase precontrattuale, con divieto di proporre prodotti non rispondenti;
- > Valutazione adeguatezza in regime di consulenza: emissione di una raccomandazione personalizzata per tutti i prodotti oggetto di consulenza;
- > Informativa e trasparenza: introduzione di un nuovo set informativo di prodotto e rafforzamento della trasparenza su costi, coperture e rischi;
- > Conflitti di interesse ed incentivi: consolidamento dei meccanismi a presidio dei conflitti di interesse e analisi delle logiche di incentivazione del distributore.

## PRIVACY

Dalla data del 25 maggio 2018 è diventato applicabile il nuovo Regolamento Europeo per la protezione dei dati n. 2016/679 (cd. GDPR) che mira a:

1. fornire ai cittadini europei un controllo completo sui propri dati personali
2. semplificare il quadro normativo per le imprese che gestiscono tali dati.

È stato pertanto necessario recepire i nuovi principi alla base del Regolamento ed in particolare:

- > l'*Accountability*, intesa come l'onere in capo al Titolare di decidere e poter dimostrare le scelte operate sulla protezione dei dati,
- > la *Privacy by design*, intesa come la protezione del dato nell'intero ciclo di vita del trattamento fin dalla sua progettazione,
- > la *Privacy by default*, intesa come protezione del dato come "impostazione predefinita",
- > la *minimizzazione dei dati*, intesa come l'utilizzo del set di dati minimo e sufficiente per garantire la finalità del trattamento,
- > la definizione di un *tempo di conservazione dei dati*, intesa come obbligo di indicazione preliminare del periodo nel quale i dati verranno trattati e scaduto il quale gli stessi andranno cancellati.

Oltre ai suddetti principi sono stati introdotti alcuni nuovi adempimenti, in capo ai Titolari del trattamento, come:

- > la tenuta di un Registro dei trattamenti, il documento che censisce tutti i trattamenti dei dati effettuati dalla Società indicandone gli elementi di dettaglio che li caratterizzano,
- > la definizione di una metodologia per effettuare la valutazione di impatto sulla protezione dei dati (DPIA), intesa come procedura volta a valutare i rischi, in termini di gravità e probabilità, di una violazione dei dati per i diritti e le libertà delle persone fisiche al fine di individuare le opportune azioni di mitigazione;
- > oltre alla definizione di una procedura relativa al data breach che preveda la segnalazione al Garante, entro 72 ore dalla conoscenza, della violazione accidentale o illecita di dati personali.

Sono stati inoltre riconosciuti nuovi diritti in capo all'interessato persona fisica e precisamente il *diritto alla limitazione del trattamento*, il *diritto all'oblio* e quello alla *portabilità dei dati*.

In **Italia** in Banca Mediolanum è presente un Ufficio Privacy, responsabile del presidio degli adempimenti in materia di privacy in qualità di Unità

specialistica. In particolare cura la redazione e l'aggiornamento delle lettere di nomina a responsabile e delle lettere di autorizzazione al trattamento; cura la gestione delle richieste dell'interessato inerenti i propri dati; cura la gestione delle richieste relative al "Codice Deontologico delle Centrali Rischi Private"; 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 dai soggetti autorizzati al trattamento dei dati. È stata infine prevista una nuova figura all'interno dell'organizzazione aziendale, il Responsabile della protezione dei dati o DPO, incaricata di garantire l'osservanza del GDPR, di fornire consulenza al Titolare in materia di protezione dei dati personali e cooperare con il Garante della Privacy.

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.

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).

## POLITICHE DI GESTIONE DELLA PRIVACY

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 de 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. Interventi formativi rivolti ai collaboratori della Rete di Vendita attraverso video diffusi tramite i vari canali di comunicazione per sensibilizzare all'adozione di misure di sicurezza nell'utilizzo dei propri strumenti di lavoro.
2. Campagne formative e informative rivolte ai dipendenti sull'adozione di comportamenti a tutela del patrimonio informativo dei clienti e nel rispetto dei principi sanciti dal GDPR.

## 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 prospect, fornendo allo stesso tempo risposte esaustive, consapevole che la piena soddisfazione dei 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.

La procedura di gestione dei reclami permette di registrare gli elementi essenziali di ciascun reclamo ricevuto, nonché le eventuali misure adottate a favore del Cliente per risolvere il problema. Pertanto, a ciascun reclamo pervenuto, distintamente per il servizio prestato, è assegnato un codice numerico che ne consenta l'identificazione univoca e progressiva su base annua.

Per le società italiane del Gruppo, l'intero ciclo di gestione dei reclami 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.

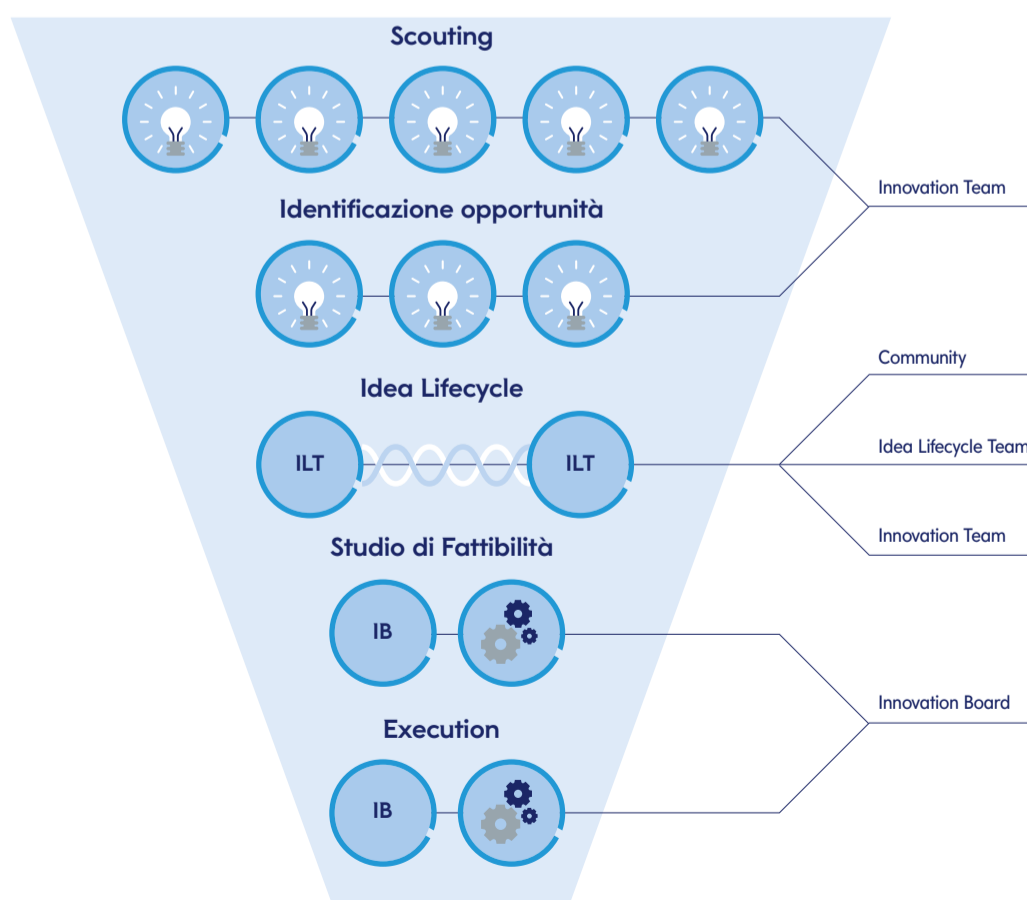
L'Unità Organizzativa responsabile della gestione dei reclami è allocata nell'ambito della Funzione Compliance, alla quale compete, tra l'altro, la valutazione di adottare eventuali interventi di mitigazione della rischiosità dei processi, o nelle procedure adottate.

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 2018, 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 para la Defensa del Cliente de Banco Mediolanum, S.A.", conforme alle norme del Orden 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.

## 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. È collocata all'interno della Direzione Innovazione, Sustainability e Value Strategy, la quale è in staff all'Amministratore Delegato.

Il "Funnel" 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.

Il 2018 ha visto il progressivo superamento, quale momento formale e

dirimente, dell'Inno Leadership Team, grazie all'avvio di un programma di "Bonus Innovazione" che avvicina le tematiche di Innovazione alle Direzioni. Le attività della funzione si sono concentrate principalmente sulle tematiche relative alla blockchain dove si sono realizzati tre filoni di attività, in grado di avere impatti sui modelli di business anche in ottica di sostenibilità:

1. Diffusione della cultura dell'innovazione dedicati a diverse tipologie di stakeholder (dipendenti, rete di vendita, clienti/prospect).
2. Scouting di soluzioni, progetti, startup in grado di valorizzare le tecnologie blockchain e distributed ledgers. Si è stabilita una relazione preferenziale con la startup LoanXChain che opera nell'ambito dei prodotti creditizi.
3. Partecipazione a progetti italiani ed internazionali di implementazione di blockchain e distributed ledgers. Mediolanum ha avuto un ruolo propulsivo nei progetti realizzati nell'ambito del consorzio Internazionale R3 (in particolare nell'ambito della KYC Corporate) ed ha partecipato attivamente ai progetti di sistema realizzati con il coordinamento dell'Associazione Bancaria Italiana ed in particolare con il gruppo di ricerca ABI Lab (Progetto Spunta Banche).

## Iniziativa di comunicazione verso i Clienti

### COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Da tempo ormai Banca Mediolanum investe in progetti di digitalizzazione e dematerializzazione dei documenti anche per comunicazioni verso i clienti al fine di aumentarne la sensibilità e i comportamenti. Nel corso del 2018 sono stati conclusi progetti finalizzati a rendere possibile la dematerializzazione, da parte dei clienti, della quasi totalità delle comunicazioni, facendo leva anche su tematiche ambientali, ad esempio il Mediolanum Magazine, un mensile di informazione in versione digitale.

In Italia gennaio apre con una campagna *full* media dedicata al servizio **Apple Pay**, che rende la vita dei clienti e la loro interazione con la banca più semplice e sicura. Nel mese di marzo una seconda campagna *full* media traina l'evoluzione tecnologica promuovendo i servizi **Samsung Pay** e **Samsung Pass**. Nel mese di ottobre il lancio del nuovo servizio **Google Pay** è oggetto di una nuova campagna stampa il cui focus è la completezza dei servizi di Mobile Payment offerti da Banca Mediolanum, prima realtà a fornire ai clienti l'opportunità di attivare tali servizi su tutti i principali smartphone presenti sul mercato utilizzando l'innovazione tecnologica.

In occasione del decennale del fallimento della banca d'affari americana **Lehman Brothers**, è stata pianificata una campagna pubblicitaria full media, con focus l'impegno di Banca Mediolanum nei confronti dei propri clienti rimborsandoli nel 2008 delle perdite finanziarie, dimostrando un impegno concreto.

In linea con il valore della centralità del cliente e dell'importanza della consulenza finanziaria, che ha il compito di affiancare il cliente nelle decisioni strategiche e nella gestione del patrimonio, nel mese di aprile è stata realizzata una campagna stampa sui servizi offerti nell'ambito dell'**Asset Private&Wealth Management**.

Nel mese di giugno una nuova campagna pubblicitaria full media promuove il valore strategico della consulenza integrata, che da sempre Banca Mediolanum mette a disposizione dei propri clienti attraverso la professionalità dei Family Banker.

Inoltre, in ottica di trasparenza sono state comunicate le informazioni legate alle dinamiche che sottostanno all'andamento del mercato obbligazionario e a tutti gli strumenti finanziari ad esso collegati al fine di rendere la clientela più consapevole conseguentemente alle oscillazioni di tale mercato.

Nel complesso, il 2018 ha visto la messa on air di:

- > 4 flight full media, che hanno coinvolto i mezzi TV, radio, web, stampa e affissione;
- > 5 iniziative di comunicazione che non hanno coinvolto il mezzo TV
- > azioni continuative sul web - anche volte all'acquisizione diretta - e sui Social Media della Banca.

Banco Mediolanum nel 2018 ha proseguito con la sua strategia di comunicazione, lanciata a settembre 2016, basata sul concetto di Coaching Finanziario come filo conduttore e il claim "¿Cuáles son tus metas?" (Quali sono i tuoi obiettivi?), facendo leva sulla relazione Cliente-consulente. Il denaro è inteso come risultato degli sforzi del Cliente, e questo implica un forte senso di responsabilità per il Family Banker e Banco Mediolanum, che accompagnano il Cliente lungo le varie tappe della sua vita, aiutandolo a raggiungere i suoi obiettivi grazie a una consulenza onesta e prodotti selezionati, che rispondono alle sue esigenze reali.

Durante il 2018 si è realizzata una campagna della durata di 3 settimane attraverso: TV, Cinema e internet.

In modo del tutto simile a quanto realizzato in Italia da Banca Mediolanum, in occasione del 10° anniversario del crack di Lehman Brothers, in Spagna si sono lanciate una serie di azioni di comunicazione con l'obiettivo di dare visibilità al salvataggio di Banco Mediolanum dei propri clienti.

## EVENTI

Gli eventi rappresentano per il Gruppo e la Rete di Family Banker un'opportunità, oltre che una modalità, per rendere concreto il valore della "Relazione" con Clienti e prospect e della divulgazione della "cultura Finanziaria".

Nell'arco del 2018, in Italia, si sono svolti quasi 3.600 eventi Mediolanum con la partecipazione di 176.000 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 con i clienti, attraverso la presenza nelle diverse località sul territorio.

Anche nel 2018 presso l'Ambasciata Italiana a Madrid, si è tenuto l'evento di presentazione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Mediolanum. L'evento ha coinvolto clienti e personaggi istituzionali come l'ambasciatore italiano in Spagna, e il Direttore Generale di Banco Mediolanum ha presentato i risultati del Gruppo, e ha spiegato l'impegno del Banco Mediolanum verso la società e le diverse iniziative solidali realizzate grazie anche alla partecipazione dei clienti che, come sempre, stanno al centro del modello.

Nel 2018 è stata avviata una partnership con Equoevento, per il recupero delle eccedenze alimentari provenienti dagli eventi organizzati da Banca Mediolanum nei territori dove Equoevento opera, che vengono donati a enti caritatevoli, case famiglia, poveri e bisognosi.

## EDUCAZIONE FINANZIARIA

Nel 2018 è proseguito l'impegno di Banca Mediolanum in diversi progetti tesi alla divulgazione di temi finanziari destinati a clienti, prospect e rete di Family Banker. I contenuti si sono concentrati principalmente su opportunità e vantaggi derivanti da un preciso piano di accumulo del risparmio, sul passaggio generazionale, mantenimento del tenore di vita e ambito previdenziale. I progetti sono stati principalmente dedicati ai rappresentanti delle Piccole Medie Imprese e delle categorie professionali correlate come notai, avvocati e commercialisti che si pone l'obiettivo di informare gli imprenditori delle opportunità di aprirsi a capitali di terzi illustrare a clienti e prospect. Durante gli eventi sono stati coinvolti in totale 6.000 persone durante 53 eventi.

**Tappe: 23****Partecipanti: 6.000** (compresi Family Banker)**Serate Clienti: 30****Partecipanti: 3.200** circa

In Spagna “Tus Finanzas, Tu Futuro” è un programma di educazione finanziaria, promosso dall’Associazione bancaria spagnola (AEB). È rivolto a studenti dai 13 ai 15 anni. Gli insegnanti sono volontari professionisti, che insegnano nelle scuole.

Gli obiettivi del programma a livello pedagogico sono:

- > Progettare un bilancio personale equilibrato
- > Diventa consapevole dell’importanza del risparmio
- > Gestire il processo decisionale finanziario
- > Promuovere il consumo responsabile in tutti gli ambiti della vita
- > Applicare la pianificazione delle finanze personali come metodo per prendere decisioni non impulsive e ben fondate
- > Conoscere le opzioni dei crediti come parte delle finanze personali.

Nel 2018 si sono svolte un totale di 18 sessioni.

**Indagine di Customer Satisfaction**

	Banca Mediolanum n=908*	Banche tradizionali n=517*	Banche online n=400*
	Media	Media	Media
<b>E' una banca che offre una gamma di prodotti e di servizi completa</b>	84,3	72,6	80,5

\* Numero intervistati

Fonte: Survey Doxa, 2018, sul perimetro Italia.

**POLITICHE DI GESTIONE DEGLI EVENTI PROMOSSI DA MEDIOLANUM**

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.

## 3.3 Multicanalità e rete di Family Banker®

### MULTICANALITÀ, BANKING CENTER, INTERNET E MOBILE

Nel 2018 il numero di accessi ai Canali Diretti in Italia ha superato per la prima volta la soglia dei 70 milioni (+17,9% rispetto al 2017) con un sensibile incremento anche delle operazioni dispositive (+7,7% vs 2017).

In particolare si può accedere a Banca Mediolanum tramite le applicazioni Mediolanum e Mediolanum Wallet, entrambe disponibili sia per piattaforma Android che per piattaforma iOS, il sito internet bmedonline.it e il risponditore telefonico automatico (B.Med Voice).

In continuità con le tendenze registrate negli anni passati, è il **mobile** il canale più utilizzato dalla clientela per accedere alla Banca: quasi due accessi su tre, infatti, vengono effettuati tramite le app, rispetto al 57% del 2017. In termini assoluti, gli accessi alla Banca tramite app sono aumentati del 31% rispetto al 2017.

Le operazioni disposte tramite app mobile per smartphone nel 2018 sono state 4,4 milioni, +20% rispetto al 2017, confermando il mobile come il canale con la crescita più forte.

Relativamente al sito web, gli accessi alla banca rappresentano circa il 30% del totale, è in calo rispetto al 34,4% del 2017, nonostante in valore assoluto i volumi siano in linea con quelli del 2017.

Il sito rimane il canale di riferimento per i clienti a livello dispositivo, con oltre 7 milioni di disposizioni, in linea con il 2017.

Il canale telefonico ha fatto registrare un calo del numero di accessi rispetto al 2017 pari a circa il 7%. Di questi contatti, il numero di quelli che vengono gestiti dai Banking Specialist sono cresciuti del 3%.

Il livello di servizio erogato è stato pari all’**80%** di chiamate gestite entro 20 secondi (tempo medio di attesa del Cliente di **29 secondi**). Inoltre, è molto diffuso l’uso del canale SMS con l’invio di 83 milioni di messaggi alert, apprezzato particolarmente per il “supporto alla sicurezza” delle operazioni e alla “gestione dei rischi” (prelievi Bancomat, pagamenti POS, avviso di login al sito e bonifici in uscita).



## Dettaglio Italia

Direct channels	2018	% incremento vs 2017
<b>Overall Contacts</b>	73.955.538	17,90%
<b>Banking Centre</b>	2.541.164	2,90%
<b>App Mobile</b>	46.980.288	30,70%
<b>Website</b>	21.892.552	1,50%
<b>Others (IVR)</b>	2.467.950	(9,30%)
<b>Chat*</b>	73.584	321%

## Dettaglio Spagna

Direct channels	2018	% incremento vs 2017
<b>Overall Contacts</b>	7.469.913	-
<b>Banking Centre</b>	122.189	2,90%
<b>App Mobile</b>	3.743.535	26,90%
<b>Website</b>	2.918.321	(4,30%)
<b>Others (IVR)</b>	107.181	(2,60%)
<b>Mobile*</b>	578.687	25,40%

\*web mediante mobile, no app

## Dettaglio Gruppo\*

Direct channels	2018	% incremento vs 2017
Overall Contacts	81.425.451	17%
Banking Centre	2.663.353	0%
App Mobile	50.723.823	30%
Website	24.810.873	(1%)
Others (IVR)	2.575.131	(8%)

\*Bankhaus August Lenz non ha sviluppato App Mobile, ma ha sviluppato un sito web *responsive*.

## Indagine di Customer Satisfaction

Customer Satisfaction Index - Mercato 2018	Banca Mediolanum N=908*	Banche tradizionali N=517*	Banche online N=400*
Overall sito web**	Media	Media	Media
Come valuta la qualità del Sito Web di Banca Mediolanum nel complesso?	84,9	75,7	86,4
E come valuta la qualità del Sito Web di Banca Mediolanum rispetto a quanto ti aspettavi?	83,9	73,4	85,7
Overall app**	85,6	76	84,3
Soddisfazione complessiva APP	86,1	76,2	84,8
Soddisfazione Servizio APP vs aspettative	85	75,8	83,7

\* Numero intervistati

\*\* Nell'edizione 2018 è stata rilevata la soddisfazione anche rispetto a questi due touch point che non comparivano l'anno precedente.  
Fonte : Survey Doxa 2018 sul perimetro Italia.

## POLITICHE DI GESTIONE DEI CANALI DIGITALI

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" (28/09/2016).

## 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. Nella tabella qui sotto i numeri a sostegno dei nuovi ingressi registrati e del basso turnover.

31 Dicembre 2018			
Gruppo	Uomini	Donne	Totale
Manager	801	84	885
Consulenti	3.340	989	4.329
<b>TOTALE</b>	<b>4.141</b>	<b>1.073</b>	<b>5.214</b>
31 Dicembre 2017			
Gruppo	Uomini	Donne	Totale
Manager	839	92	931
Consulenti	3.319	984	4.303
<b>TOTALE</b>	<b>4.158</b>	<b>1.076</b>	<b>5.234</b>

\* Per il 2018, i dati di Gruppo si riferiscono alle reti di vendita presenti in Italia e Spagna, è esclusa la Germania

## RECLUTAMENTO FAMILY BANKER®

In Italia l'attività è stata caratterizzata da un significativo focus su candidati aventi un comprovato mercato relazionale di riferimento.

Un particolare focus è stato posto anche sul programma di inserimento in attività nel Gruppo (primi 12 mesi).

Sono stati confermati e utilizzati strumenti per accompagnare i bancari non ancora iscritti all'Albo Unico dei Consulenti Finanziari durante il periodo di preparazione e superamento della prova.

La Funzione preposta al raggiungimento di questi obiettivi si propone, attraverso una linea manageriale presente sia in Sede che in loco, di supportare l'attività capillare effettuata ad opera dei Manager Territoriali, i diretti responsabili della crescita dimensionale.

Il Team di Sede, a diretto riporto della Direzione Commerciale, si occupa di creare supporti innovativi e strumenti adeguati a garantire l'efficacia del processo di selezione e la produttività dei neo-inseriti. Si propone inoltre di affiancare e addestrare i Manager preposti alla selezione.

Dal punto di vista della distribuzione geografica della rete di Family Banker si registra una chiara coerenza rispetto alla distribuzione della ricchezza nazionale.

## Italia

Regione	UT*	FBO**	Succursali
Lombardia	24	42	2
Piemonte	19	14	-
Valle D'aosta	0	2	-
Liguria	8	2	-
Veneto	41	39	-
Trentino Alto Adige	7	5	-
Friuli Venezia Giulia	9	6	-
Emilia Romagna	17	33	-
Toscana	12	24	-
Umbria	3	5	-
Marche	5	14	-
Abruzzo	5	4	-
Molise	0	5	-
Lazio	16	19	1
Sardegna	3	1	-
Campania	15	6	-
Puglia	5	6	-
Calabria	8	3	-
Basilicata	2	0	-
Sicilia	38	19	-
<b>TOTALE</b>	<b>237</b>	<b>249</b>	<b>3</b>

\* Uffici tradizionali

\*\* Family Banker Office

## Spagna

Regione	Family Banker Office
Andalucía	7
Aragón	2
Asturias	1
Cantabria	1
Castilla La Mancha	2
Castilla León	2
Catalunya	8
Comunidad Valenciana	10
Galicia	10
Islas Baleares	1
La Rioja	1
Madrid	2
Murcia	2
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>

## POLITICHE DI GESTIONE DEI FAMILY BANKER®

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”, in Spagna “Inspección Red de Venta”. Il controllo sull’attività della Rete di Vendita e le azioni di mitigazione dei relativi rischi connessi rappresenta un elemento fondamentale del Sistema dei Controlli Interni: nel corso del 2018 le unità di controllo 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.

A maggior tutela della Banca è stata inoltre rinnovata anche per il 2019, la polizza stipulata a copertura degli eventuali illeciti commessi dalla Rete di vendita a danno dei clienti.

## FORMAZIONE DELLA RETE COMMERCIALE DI FAMILY BANKER®

L’apprendimento e la formazione della Rete Commerciale sono fondamentali nella strategia di Banca Mediolanum: i Family Banker® si formano attraverso percorsi e attività progettate e realizzate da *Mediolanum Corporate University*, l’istituto educativo di Banca Mediolanum nato per sviluppare l’eccellenza nella relazione con i Clienti, nella gestione del risparmio familiare, nella consulenza finanziaria e patrimoniale.

## L’APPRENDIMENTO: UN APPROCCIO INTEGRATO

I percorsi formativi sono sviluppati secondo un approccio integrato di metodi e strumenti didattici, al fine di rendere il più efficace e pratico possibile l’apprendimento. L’integrazione di modalità in *digital learning*, per favorire l’approfondimento e lo studio individuale, con momenti d’aula - dove viene favorita la condivisione, il confronto, l’interazione Rete-Sede e lo scambio esperienziale - sono alla base del modello formativo scelto da Mediolanum Corporate University per garantire standard qualitativi d’eccellenza secondo un approccio *lifelong learning* che accompagna nel tempo il Family Banker®

nella sua crescita professionale e personale.

A completamento del momento formativo è prevista poi l'attività di addestramento, cosiddetta "*on the job training*", che consente di applicare sul campo quanto appreso nelle sessioni formative strutturate.

## FORMAZIONE E ADDESTRAMENTO IN ITALIA

Di seguito le principali attività e i dati che hanno caratterizzato l'attività formativa nell'ultimo anno, rivolta alla struttura commerciale della Banca.

Nel 2018 si è conclusa la 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. La qualità dell'insegnamento è garantita da un corpo docente composto da professori di ruolo dell'Università stessa, a cui si affiancano interventi da parte di Manager di Banca Mediolanum e testimonianze di professionisti di spicco del settore.

Il Master intende accrescere e mantenere standard elevati di specializzazione nelle materie economico-finanziarie, rafforzare le competenze utili alla pianificazione finanziaria, alla gestione patrimoniale e di corporate finance, oltre a valorizzare le attitudini relazionali, fondamentali per costruire con i Clienti rapporti solidi e di fiducia, garantendo un servizio consulenziale di primissimo livello. E' previsto nel 2019 l'avvio della terza edizione.

A dicembre 2018 si è conclusa la prima edizione del percorso di formazione manageriale, della durata di 29 mesi, denominato "*Banking & Innovation Management Executive Master*" (in breve BIMEX). Un'attività fortemente voluta dalla Banca per accrescere e potenziare le conoscenze tecniche e le abilità manageriali necessarie per esercitare quella "leadership delle competenze" indispensabile, nel contesto attuale e futuro, per condurre con successo gruppi di collaboratori.

Per la realizzazione dell'Executive Master si è scelto di collaborare con l'Università Cattolica del Sacro Cuore e affermati professionisti e società di comprovata esperienza, oltre a 17 relatori di Mediolanum Corporate University e al coinvolgimento di figure manageriali della Banca.

L'Executive Master BIMEX ha coinvolto 275 Manager della struttura commerciale della Banca con attività di approfondimento e studio sia in aula, sia in modalità *digital learning*. Per la parte digitale è stata ideata e realizzata un'App che consente a ogni partecipante di avere sul proprio smartphone il calendario delle lezioni e il programma, il proprio "libretto universitario", le notifiche inerenti le attività dell'Executive Master, i contatti degli altri partecipanti, oltre a poter svolgere attività interattive in aula, sostenere gli esami previsti e

creare forme di ingaggio e partecipazione continuativa.

Uno sforzo progettuale importante: 14 classi coinvolte per tre giornate con cadenza bimestrale, per un totale di 34 giornate e 73.536 ore formative complessive svolte presso Mediolanum Corporate University. Per la parte tecnica, sono stati svolti moduli di macroeconomia, economia degli intermediari finanziari, diritti dei mercati finanziari, credito, protezione e assicurazione, passaggio generazionale e fiscalità; mentre per la parte manageriale sono state approfondite le tematiche relative all'intelligenza emotiva, alla pianificazione e organizzazione, all'innovazione e anche alla resilienza, al problem solving e al coaching. In questo percorso di formazione manageriale sono state previste prove d'esame.

Nell'ambito del percorso tecnico di BIMEX, la trattazione di alcuni temi tecnici ha inoltre permesso la maturazione dei requisiti per il sostenimento dell'esame EFPA, livello EIP (European Investment Practitioner) per Consulenti Finanziari.

Il percorso formativo "*Banking & Innovation Management Executive Master*" si è classificato al primo posto nella terza edizione del premio AIF - ADRIANO OLIVETTI per la categoria Amministrazione & Finanza.

Dal prossimo anno verrà avviata un'attività di follow up e di mantenimento per i partecipanti della prima edizione. Nel biennio 2019-2021 è inoltre previsto l'avvio della seconda edizione dell'Executive Master che porterà in aula altri 80 nuovi manager della struttura commerciale di Banca Mediolanum.

Sempre nel corso del 2018 hanno assunto rilevanza le seguenti attività formative e didattiche:

- > A seguito della creazione della nuova Divisione Investment Banking è stato avviato un percorso specialistico abilitante all'accesso ai servizi di Corporate Finance offerti dalla Banca.

Il percorso formativo, progettato ed erogato in collaborazione con il MIP Politecnico di Milano, prevede la trattazione di temi quali: la composizione e la lettura del bilancio, l'analisi finanziaria, la valutazione dell'impresa attraverso lo studio di metodi di stima del valore e i servizi/processi operativi di Banca Mediolanum.

Al termine del percorso è previsto il superamento di un esame di abilitazione.

- > E' stato avviato un percorso tecnico specialistico che ha l'obiettivo di ampliare le competenze tecniche legate al risparmio amministrato e gestito, al fine di sviluppare nuove strategie per l'acquisizione e lo sviluppo di nuove masse e di nuovi clienti. Nella definizione del percorso, l'utilizzo della tecnologia è stato un driver fondamentale per supportare la Rete di Vendita nell'utilizzo degli strumenti e dei tools a disposizione.



- > E' stato posto un importante focus formativo sulle competenze in ambito del credito e della protezione delle persone, dei loro beni e del loro patrimonio.

Le attività intraprese hanno riguardato, l'erogazione su tutto il territorio nazionale di moduli formativi con relatori interni specializzati, l'avvio di un corso a catalogo erogato presso Mediolanum Corporate University e il potenziamento delle tematiche in oggetto nell'ambito del percorso dedicato alla formazione del Neo Family Banker.

- > Data la rilevanza delle tematiche digitale e social è stato avviato per tutta la rete il percorso formativo "*Share The Bank*" che prevede un corso a distanza per la corretta gestione del proprio Brand on line con il rilascio di una patente social e, a seguire, un corso in presenza incentrato sui temi del personal branding e sull'utilizzo corretto ed efficace dei social network in campo professionale.
- > Ad ottobre è stata rilasciata la piattaforma *MyClients* che permette, in un unico ambiente, la gestione della relazione con il Cliente - dando così valore ai momenti di contatto- e il potenziamento dell'attività commerciale con le campagne di marketing. Per agevolare l'adozione alla Rete di Vendita, sono stati organizzati webinar interattivi, aule sul territorio, video tutorial dedicati, nonché interventi all'interno delle iniziative formative di MCU
- > E' proseguito il ciclo di incontri *My Business 360°* che, con cadenza quindicinale, coinvolge l'intera rete di Family Banker® in aule formative sul territorio. Gli incontri hanno l'obiettivo di formare e aggiornare costantemente la struttura commerciale della Banca sui temi relativi agli scenari e all'andamento dei mercati, alle strategie aziendali, oltre a prevedere approfondimenti tecnico-commerciali sull'offerta di prodotti e servizi e un'attività formativo-addestrativa sull'utilizzo di strumenti e supporti digitali in uso al Family Banker®. E' continuata, inoltre, l'erogazione del medesimo ciclo di incontri anche per il segmento professionale dei Global Banker, che si caratterizza per un diverso livello di approfondimento di alcune tematiche e per una diversa frequenza di erogazione. Per la formazione della classe Relatori, selezionati per svolgere l'attività di erogazione di questo *format*, è proseguito il percorso formativo specialistico - orientato al potenziamento delle competenze tecniche e di comunicazione - che, anche nel 2018, ha visto momenti di formazione erogati mensilmente, sia in aula che in modalità digitale (Webinar e TV aziendale).
- > Nell'ambito del potenziamento delle conoscenze sulla normativa IDD, entrata in vigore nell'ottobre 2018, sono state predisposte attività

formative specifiche e un corso a distanza di formazione obbligatoria rivolto a tutta la rete commerciale.

Nella sua attività la funzione Formazione Rete si avvale della collaborazione dei Relatori *Faculty* MCU per cui è previsto un continuativo piano formativo specialistico destinato a potenziare le competenze specifiche attraverso l'erogazione di percorsi mirati sia a rafforzare le conoscenze tecnico-commerciali che a potenziare le abilità di tipo relazionali, comunicative, di facilitazione e gestione dell'aula e competenze nell'ambito dell'innovazione digitale.

A fine dicembre 2018 sono 161 i Relatori MCU che erogano sia presso la sede di MCU, sia sul territorio nazionale.

## FORMAZIONE E ADDESTRAMENTO IN SPAGNA

Oltre all'attività di formazione tecnico comportamentale destinata alla Rete di Family Banker, nel corso del 2018, ci si è concentrati sulla specifica formazione relativa ai principali obblighi derivanti dal regolamento MIFID.

Pertanto, Banco Mediolanum, in collaborazione con l'Universidad Politécnica de Valencia (UPV), ha progettato un piano di formazione specifico che consente ai Family Banker, che non hanno già una certificazione ufficiale riconosciuta dalla CNMV, di ottenere il titolo di Agente finanziario europeo, qualifica riconosciuta da detto organismo di regolamentazione come certificazione ufficiale. Pertanto, Banco Mediolanum, in collaborazione con l'Universidad Politécnica de Valencia (UPV), ha progettato un piano di formazione specifico che consente ai Family Banker, che non hanno già una certificazione ufficiale riconosciuta dalla CNMV, di ottenere il titolo di Agente finanziario europeo, qualifica riconosciuta da detto organismo di regolamentazione come certificazione ufficiale. Questo corso ha una durata totale di 150 ore, include formazione sia teorica sia pratica e prevede un esame finale necessario per ottenere la certificazione. I principali ambiti di studio sono relativi a:

- > Consulenza e pianificazione finanziaria
- > Caratteristiche e funzionamento dei prodotti d'investimento, assicurativi e previdenza sociale
- > Pianificazione fiscale
- > Elementi normativi, legislativi ed etici

La certificazione dev'essere aggiornata con frequenza annuale; per questa ragione, Banco Mediolanum ha definito con la UPV un piano formativo annuale, della durata di 30 ore, necessario per aggiornare le competenze ottenute e quindi la certificazione europea.

## 3.4 Dipendenti del Gruppo Mediolanum

### I DIPENDENTI DEL GRUPPO MEDIOLANUM

Il Gruppo Mediolanum, attivo in Europa in 5 paesi con 2.737 dipendenti, promuove una cultura improntata ai valori dell'integrità e una politica di rispetto delle persone, sostenendo comportamenti consapevoli e responsabili e realizzando moderni percorsi di sviluppo professionale.

Le analisi riportate nelle tabelle riguardano le dinamiche dell'occupazione e un'analisi delle caratteristiche del personale delle Società del Gruppo Mediolanum al 31/12/2018. L'analisi di comparazione viene fatta con l'anno 2017 contenente anche le persone di EuroCQS società che è entrata a far parte del Gruppo a fine 2017 e che contava 54 persone al 31.12.2017.

Il Gruppo Mediolanum nel 2018 ha registrato un incremento dell'organico pari al 2,7%, totalmente riconducibile a rapporti di lavoro a tempo indeterminato; tale risultato è dovuto principalmente allo sviluppo di business, quali quelli della cessione del quinto dell'Investment Banking e dell'Asset Management, e alla internalizzazione di professionalità, ritenute critiche, di Information Technology.

I nuovi ingressi sono stati perciò caratterizzati dalla prevalenza di figure con professionalità ed expertise elevate e di fascia d'età intermedia.

La distribuzione dell'organico per genere è rimasta sostanzialmente invariata, le donne che lavorano per il Gruppo Mediolanum rappresentano il 49,8% dei dipendenti.

Per circa il 95% della popolazione aziendale si evidenzia come i livelli retributivi uomo/donna siano sostanzialmente allineati e solo nella popolazione dei Senior Manager la minore presenza di donne che ricoprono ruoli manageriali determina un maggiore differenziale retributivo.

## Dimensione e composizione dell'organico del Gruppo nel 2018

31 Dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	1.375	1.362	2.737
Altri collaboratori	48	41	89
<b>TOTALE</b>	<b>1.423</b>	<b>1.403</b>	<b>2.826</b>
31 Dicembre 2017*			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	1.316	1.295	2.611
Altri collaboratori	25	35	60
<b>TOTALE</b>	<b>1.341</b>	<b>1.330</b>	<b>2.671</b>

\* I numeri al 31.12.2017 non tengono in considerazione dei dipendenti e dei collaboratori di EuroCQS (54 dipendenti e 1 collaboratore al 31.12.2017)

## TUTELA DEL CAPITALE UMANO

Il Capitale Umano è il principale asset del Gruppo. Patrimonio di conoscenze, abilità, modi di lavorare e competenze che ogni individuo porta in azienda per creare valore e fornire un servizio di eccellenza al cliente.

Appare evidente che il valore di un'azienda dipende sempre più da come l'azienda stessa è in grado di gestire e valorizzare questo capitale e di come sia basilare avere professionisti che non solo possiedano le caratteristiche specifiche di un determinato ruolo, ma che anche aderiscano agli orientamenti di fondo e ai valori del Gruppo. Le analisi condotte internamente hanno portato ad identificare quali macro processi impattano maggiormente sulla tutela del capitale umano individuati in tre ambiti: l'acquisizione delle risorse, il loro mantenimento all'interno del Gruppo e la loro valorizzazione (attraverso politiche di sviluppo).

Per incrementare costantemente questo valore e mitigare il rischio di perdita sono adottate politiche che esprimano e comunichino al mercato, agli stakeholders, ai collaboratori stessi come il Gruppo sia sempre attento a coinvolgere, ingaggiare e sviluppare le proprie risorse, rendendo trasparenti le policy adottate in materia di remunerazione, valutazione delle performance, sviluppo e formazione nel rispetto di ciascun individuo. La gestione dei temi riguardante la tutela del capitale umano è esplicitata

nel Codice Etico che definisce come la centralità, il coinvolgimento e la partecipazione attiva del fattore umano ai processi aziendali, costituiscono obiettivi fondamentali degli strumenti di gestione e sviluppo organizzativo; la creazione del valore e la competitività sono concepite nel Gruppo Mediolanum sulla base dei principi di rispetto e uguaglianza. In relazione alla tematica citiamo le principali policy adottate: Policy di Reclutamento e Selezione, Politiche di Remunerazione, Policy Succession Plan, Salute e sicurezza dei lavoratori sui luoghi di lavoro e rischio di incidenti rilevanti, Regolamento Direzione Risorse Umane.

La Direzione Risorse Umane garantisce l'ottimale gestione dei dipendenti della Banca e delle Società del Gruppo attraverso la selezione, attuata con tecniche avanzate di reclutamento e policy che garantiscono non solo la meritocrazia ma prescindono 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.

Presidia, inoltre, la normativa specialistica di competenza e attua gli interventi di adeguamento alla stessa, in collaborazione con le altre funzioni aziendali.

La Direzione Risorse Umane si avvale nello specifico dell'Unità Advisory Normativo Risorse Umane, per il presidio specialistico della normativa giuslavoristica, previdenziale e fiscale rilevante nell'ambito dei processi della Direzione.

La Direzione Risorse Umane è attenta ad ascoltare e coinvolgere i dipendenti nel rispetto della trasparenza, delle idee, delle opinioni dei singoli e al continuo dialogo collettivo tramite le relazioni industriali. La promozione di un clima ispirato alla collaborazione e cooperazione, nel convincimento che i risultati più duraturi si ottengano con il lavoro di squadra, risiede nella certezza che la fiducia riposta nel capitale umano rappresenti l'investimento a lungo termine più importante. Per questo motivo le iniziative di comunicazione interna e di formazione continua (con piattaforme dedicate) sono presenti e proposte con i migliori strumenti tecnologici.

Elementi di criticità nella tutela del capitale umano possono essere rappresentati dalle eventuali uscite di risorse, così come da un impoverimento e/o una obsolescenza delle conoscenze e capacità, che possono generare un danno non solo alla redditività dell'azienda ma anche alla comunità in cui opera. Le iniziative a tutela del capitale umano sono quindi volte a minimizzare il rischio di perdita e di obsolescenza del patrimonio di conoscenze ed esperienze in particolare di quelle ritenute maggiormente distintive e critiche per lo sviluppo del business.

Il benessere della persona e della sua famiglia, lo sviluppo dei talenti, oltre che l'applicazione di avanzate metodologie di settore, le retribuzioni

adeguate rispetto alle responsabilità affidate ed al mercato del lavoro, le agevolazioni per la mobilità, la flessibilità oraria sono le principali aree di attenzione che il Gruppo ha nei confronti dei propri dipendenti e verso cui indirizza iniziative ed investimenti e che costantemente monitora attraverso strumenti e metodologie in continuo sviluppo. Particolare attenzione viene posta alla prevenzione sulla salute e sicurezza dei dipendenti. Le politiche e prassi adottate mirano a mitigare tali rischi.

Il Gruppo opera nel pieno rispetto di tutte le normative vigenti in paesi che adottano principi e norme a completa tutela dei diritti umani. Applica i CCNL di settore con trattamenti economici significativamente superiori ai minimi contrattuali; con la contrattazione integrativa aziendale viene data particolare importanza agli aspetti di copertura sanitaria e previdenziale con prestazioni aggiuntive rispetto a quanto stabilito dalle norme generali dei paesi. Nelle Società italiane del Gruppo è previsto inoltre, per coloro che aderiscono al Fondo Pensione Integrativo, la possibilità di destinare il premio aziendale alla previdenza riconoscendo una maggiorazione rispetto all'importo che verrebbe erogato in caso di scelta in denaro. E' prevista la concessione del part-time legata al rientro della maternità compatibilmente alle esigenze organizzative aziendali e una forte focalizzazione rispetto agli interventi in materia di sicurezza e qualità ambientale nei luoghi di lavoro, iniziative di welfare e worklife balance, quali nella sede delle società italiane sono presenti un asilo nido e per promuovere il benessere fisico ed emotivo della persona un'ampia area dell'azienda è stata allestita per diverse attività come attività di fitness, prevenzione e cura della persona. E in un contesto più generale, rientra in quest'ottica anche la parte nutrizionale seguita dal Mediolanum Garden.

Il Gruppo inoltre favorisce progetti per l'ulteriore sviluppo della dignità e del rispetto delle persone. Agisce con iniziative legate alla diversità 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.

## **SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO**

La solidità del successo di un'azienda si basa sulla costante valorizzazione del fattore umano. Il Gruppo Mediolanum crede nell'apporto di tutti verso la buona riuscita delle azioni, frutto del lavoro e delle idee della collettività aziendale. È diffusa una cultura aziendale volta ad eliminare ogni possibile discriminazione creando le migliori condizioni ove ognuno possa esprimere al meglio il proprio potenziale nel rispetto degli altri soggetti.

Nel contesto del Gruppo Mediolanum, la Direzione Risorse Umane garantisce

l'ottimale gestione delle risorse umane della Banca e delle società del Gruppo, secondo standard qualitativi volti al perseguimento dell'eccellenza, attraverso la definizione del dimensionamento e della qualità delle risorse, perseguendo la valorizzazione e lo sviluppo del proprio personale anche attraverso percorsi formativi di alta formazione, tenuti in collaborazione con le principali università italiane all'interno della propria Corporate University. (Master, Certificate).

Offrire ai propri collaboratori un ambiente di lavoro, dotato delle migliori soluzioni architettoniche ed ergonomiche, che favorisca l'attivazione delle proprie competenze tecniche e delle proprie capacità è lo scopo perseguito dall'azienda. L'approccio adottato prevede 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 professionale o manageriale.

All'interno del Gruppo sono presenti professionisti (HR Business Partner) e strumenti volti a supportare i responsabili di risorse 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. Maggiore attenzione viene data al processo di performance sempre più orientato alla crescita della risorsa e al continuous feedback. La valutazione delle prestazioni è effettuata con frequenza annuale con l'eccezione del personale assente per un periodo significativo nel corso dell'anno. Assessment individuali o di gruppo vengono effettuati sistematicamente a supporto dei cambi di ruolo e/o passaggi di qualifiche. La valutazione delle posizioni, secondo metodologie largamente adottate e riconosciute a livello internazionale, è utilizzata per supportare la definizione dei livelli retributivi e di inquadramento, in modo da bilanciare il corretto riconoscimento delle responsabilità affidate con la valorizzazione degli apporti e dei risultati individuali, secondo criteri il più possibile equi ed oggettivi. La moderna Corporate University propone programmi formativi sia tradizionali, che coprono tutta la formazione sia di ambito tecnico, normativo o di re-skilling, che innovativi utilizzati per la valorizzazione e lo sviluppo professionale, come il percorso "brain marathon" che ha visto coinvolte per oltre un anno 40 risorse, effettuato in collaborazione con il MIP, e i progetti di diffusione della cultura d'innovazione (es. Mensana l'innovazione), nonché la strutturazione di una digital school.

I rischi identificati, riguardo al tema dello sviluppo del capitale umano, sono principalmente relativi al mancato sviluppo delle risorse e alla perdita di risorse per le quali sono state effettuati investimenti di crescita. Tali rischi sono per loro natura controbilanciati e le politiche di Gruppo mirano a ottenere i

benefici attesi mitigandoli, ad esempio tramite l'ampliamento della platea dei beneficiari delle iniziative di sviluppo.

Il senso di appartenenza e l'engagement del capitale umano sono il primo motore per rendere un'azienda innovativa e votata alla crescita; ha però un forte peso anche il benessere globale generato dalle condizioni che l'azienda offre in termini di incentivi, di opportunità di carriera e di benessere al lavoro. Sono attivate diverse iniziative e modalità operative volte a migliorare i processi aziendali, al fine di garantire la soddisfazione del cliente quali: customer academy, analisi sulla "prontezza" digitale e "we know", una nuova piattaforma di knowledge sharing studiata per raccogliere, organizzare, condividere e diffondere il sapere aziendale. La creazione di un catalogo formativo open ha inoltre l'obiettivo di stimolare l'apprendimento e l'auto aggiornamento in modalità self learning.

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, favorisce la cultura dell'ascolto e la circolazione delle informazioni.

Si incoraggia un ambiente di apprendimento continuo perché si ritiene fermamente che il lavoro di oggi sia fondamentale per sviluppare e adattarsi ai cambiamenti costanti da affrontare nel futuro, perseguendo obiettivi di "employability" trasversale.

## FORMAZIONE DIPENDENTI

Nel 2018 l'area Formazione Risorse Umane rivolta ai dipendenti ha proseguito il suo percorso di sviluppo dell'offerta formativa sia in termini di personalizzazione che di flessibilità nelle modalità di erogazione (online, percorsi blended, tutorial, webinar) e di diffusione delle conoscenze.

Le student hours complessive ammontano ad oltre 85.000, in media con i volumi registrati negli ultimi anni.

E' stato svolto nell'anno un lavoro di razionalizzazione e di efficientamento dell'intera offerta formativa, strutturando un catalogo di oltre 120 corsi. Soluzioni sempre più diffuse e flessibili hanno portato ad un coinvolgimento della quasi totalità dell'organico aziendale (il 99% del personale aziendale), senza considerare la formazione dei corsi normativi.

Ciò è frutto di una particolare attenzione dedicata alla creazione di sistemi di collaborazione e di condivisione della conoscenza aziendale, sviluppati con strumenti multimediali e digitali, che permettono una maggior efficienza e flessibilità organizzativa nel coinvolgimento dei partecipanti ai moduli formativi. L'uso di tali metodologie, ad integrazione e complemento della



fase d'aula, ha permesso di alternare proficuamente l'autovalutazione delle conoscenze, autoapprendimento, lavoro di team, project work, lavoro a distanza.

L'utilizzo dei docenti della faculty interna nell'erogazione di formazione al personale rimane la modalità più utilizzata. Il 60% della formazione erogata è gestita direttamente da manager, specialisti e risorse aziendali esperte, formate per questa specifica attività che garantiscono oltre alla competenza tecnico professionale la conoscenza delle logiche e specificità del Gruppo. Rimane elevato l'utilizzo dello scambio di esperienze con competitor e strutture specialistiche di ricerca e sviluppo: osservatori gestiti da università, business school e laboratori interaziendali.

L'offerta complessiva si è arricchita inoltre di una library di circa 250 contenuti online su tematiche comportamentali e digitali, messa a disposizione di tutti i collaboratori, in modalità self learning, per permettere a ciascuno di acquisire nuove conoscenze ed arricchire il proprio curriculum professionale (Mediolanum Open Courses). L'offerta Open è accessibile tramite percorso consigliato dal proprio responsabile, o richiedendo direttamente il corso e attivando un iter di validazione del responsabile.

Si è conclusa a giugno la seconda edizione della iniziativa di sviluppo professionale denominata "**Brain Marathon 2.0**" che ha visto quaranta risorse qualificate di diversa seniority e provenienza aziendale confrontarsi in un percorso di crescita professionale e manageriale sui temi della collaborazione digitale e dello sviluppo delle metodologie di implementazione delle applicazioni a sostegno del miglioramento del lavoro d'ufficio e della produttività. Le risorse sono state selezionate dopo un originale percorso di coinvolgimento di tutta l'impresa. L'iniziativa prevede anche l'analisi di "best practices" di altre aziende. I team sono stati pertanto accompagnati dal MIP (Business School del Politecnico di Milano) in questo momento di analisi e confronto con realtà di altri settori industriali. Dopo una fase di "allenamento" necessaria per formare le specifiche competenze, il percorso si è concluso con una prova finale dove i team hanno presentato proposte concrete di miglioramento di processi aziendali grazie all'uso coordinato di strumenti e metodologie di "Digital Collaboration". Frutto di questa iniziativa è anche il progetto di sviluppo di un sito per la raccolta e razionalizzazione dei contenuti della Dichiarazione Non Finanziaria, per l'Ufficio Corporate Social Responsibility.

In termini di progetti e iniziative evidenziamo l'avvio della terza edizione del "**Certificate in Banking & Finance**" rivolto a quadri ed impiegati del Gruppo. L'iniziativa ha 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. In continuità con la precedente edizione evidenziamo una elevata presenza di testimoni interni a completamento di ogni sessione di insegnamento e come utile scambio di esperienze e punti di vista tra discenti e management aziendale. I partecipanti saranno impegnati nell'analizzare reali problematiche di business con un approccio innovativo e a proporre ed impostare concrete soluzioni attraverso l'applicazione di metodologie e strumenti di project setting e project management.

Continua l'impegno di addestramento e formazione per le strutture di customer care sia in termini di competenze tecnico professionali, che di condivisione degli orientamenti aziendali a supporto della strategia di consolidamento della cultura della centralità del servizio ai clienti ed alla rete di vendita.

Il programma di affiancamento alle strutture di contatto a clienti e rete di vendita denominato "**Side by Side**" si è consolidato ed è evoluto nell'iniziativa denominata "**Service Partner Agreement**", dando la possibilità a tutta la popolazione aziendale di utilizzare le medesime modalità per affiancarsi alle strutture di front office e ai propri partner nel processo di produzione, stimolando la pratica dell'"ascolto attivo" e del "prendersi cura" delle esigenze del cliente interno attraverso la conoscenza diretta delle dinamiche di relazione e dei processi tipici dei nostri servizi di back office.

Le iniziative, su base volontaria e fuori orario di lavoro, di "social learning", in cui i colleghi con maggiori conoscenze condividono il loro sapere, si sono confermate sempre più come un'opportunità colta dalla popolazione aziendale per sviluppare competenze linguistiche ("**Mensana Lunch & Learn**" e "**Mensana Comer Y Aprender**") e digitali ("**Mensana DigiMed**"), per condividere attenzioni e riflessioni su tematiche sociali ("**Mensana Sostenibilità**" e "**Mensana SocialMedia**") e di innovazione ("**Mensana Innovazione**"). Per la lingua Inglese, nel 2018 è stata avviata anche una piattaforma digitale che aiuta gli studenti tramite "flash lesson" (articoli di giornale, video ed esercizi di grammatica) a mantenere "in esercizio" ed a migliorare le conoscenze linguistiche completando così il percorso formativo assolto dal docente. Il progetto di "**Digital Education**" ha supportato il processo di digitalizzazione e sviluppo di forme e strumenti di collaborazione digitale attraverso la produzione di supporti formativi in autoapprendimento (tutorial) e nella divulgazione di esperienze concrete. Grazie a communities professionali e trasversali si è inoltre creata consapevolezza e familiarità con gli utilizzi produttivi di tali supporti tecnologici.

Infine, in un contesto in cui la trasformazione digitale vede oggi un mondo iper connesso ed internet tocca ormai quasi tutti gli aspetti delle nostre vite private e lavorative, Banca Mediolanum investe in tecnologie idonee e

presidi operativi dedicati, ma sente anche la necessità di fornire a tutti i suoi dipendenti un adeguato supporto info-formativo. Per questo è stata avviata una campagna sulla sicurezza nel mondo digitale denominata «**Coscienza Digitale - Cyber Security Awareness**». L'iniziativa, promossa da It Risk & Security, permetterà a tutti i dipendenti di accedere ad un piano formativo articolato, iniziando con una Survey e proseguendo con "pillole" formative che progressivamente vengono messe a disposizione e che consentiranno di riconoscere i pericoli, mettere in pratica comportamenti corretti e tutelare così il dato, personale o della banca.

In Italia le student hours 2018 si allineano con la media degli ultimi anni anche per:

1. il completamento dei percorsi di formazione di base delle strutture di contatto con il cliente (percorsi fondi e polizze) dovuto alla grande flusso di inserimento degli anni passati inserimento e prima professionalizzazione
2. l'uscita dal perimetro della formazione di alcune attività di addestramento oggi sviluppate dalle società Outsourcer
3. lo slittamento al 2019 di alcune iniziative a sostegno dell'aggiornamento normativo obbligatorio (privacy e antiriciclaggio)
4. ottimizzazione di alcuni percorsi formativi normativi online sia per quanto riguarda i destinatari (riduzione perimetro risorse impegnate nel percorso ivass) sia per quanto riguarda pacchetti formativi (utilizzato dei contenuti del percorso Ivass anche ai fini Esma)
5. lo sviluppo e l'utilizzo di forme e strumenti di autoaggiornamento e condivisione non istituzionali (community, site e knowledge base) che sostengano il processo di responsabilizzazione da parte delle strutture organizzative e delle stesse risorse nella cura del proprio portafoglio di conoscenze (employability).

In Spagna attraverso l'associazione APD e IESE, vengono offerti corsi di formazione e sconti agevolati ai dipendenti del Gruppo Mediolanum con l'obiettivo di generare opportunità di formazione o argomenti di interesse. Inoltre, seguendo la nuova regolamentazione MIFID II, Banco Mediolanum offre una formazione specifica a tutti i dipendenti che hanno bisogno di acquisire competenze in campo bancario e finanziario (ESMA), in campo della consulenza sugli investimenti (EIP) e nelle informazioni sui servizi (EIA).

## WELFARE AZIENDALE

Il Gruppo Mediolanum ha sempre prestato attenzione alle azioni volte a favorire un migliore equilibrio nell'uso del tempo lavorativo e di vita privata dei propri collaboratori e ciò al fine dello sviluppo di un complessivo *wellbeing*.

Mettere al primo posto il cliente significa mettere al primo posto la soddisfazione dei propri dipendenti. Per questo, da più di un decennio il Gruppo Mediolanum ha creato una rete di servizi per i propri dipendenti: nella sede delle società italiane sono presenti un asilo nido, servizi di sartoria, lavanderia, panetteria. Particolare attenzione alla cura della salute dei propri dipendenti e all'attività di fitness.

Le iniziative, nel corso degli anni, sono state molteplici per quanto riguarda il fitness: un'ampia area dell'azienda è stata allestita con relative docce e spogliatoi, dove quotidianamente vengono effettuati corsi aerobici e di wellness. Inoltre, vanno menzionati i tornei di calcio e beach volley, corsi di running, le campagne di prevenzione medica che vengono effettuate periodicamente. E in un contesto più generale, rientra in quest'ottica anche la parte nutrizionale seguita dal Mediolanum Garden.

All'insieme dei servizi disponibili in sede, welfare "WELLMED", si affianca il piano di flexible benefits "**Wellmed Wallet**", attivo dal 2015. Il piano rappresenta una libera iniziativa aziendale a beneficio dei propri dipendenti, diretta ad incrementarne il loro potere di acquisto.

La caratteristica del Piano "Wellmed Wallet", 2018 è rimasta quella di consentire a ciascun dipendente di poter destinare un importo, messo a disposizione ad inizio anno dalle società del Gruppo, all'utilizzo di un servizio ad hoc. Il Piano "Wellmed Wallet", in linea con la cultura aziendale, offre un paniere di beni e servizi alla generalità dei dipendenti delle società italiane del Gruppo Mediolanum; tale Piano permette di aumentare il senso di appartenenza, l'engagement e la "proposta di valore" del Gruppo alle persone. Il Piano "Wellmed Wallet", dedicato, nello specifico, ai dipendenti con contratto di lavoro a tempo indeterminato e di apprendistato (con caratteristiche differenti per il personale delle società assicurative), si propone, attraverso un wallet da utilizzare liberamente all'interno di un catalogo di beni e servizi quali ad esempio: rimborsi per spese scolastiche dei figli, assistenza agli anziani, check up medici e attività ricreative come ingressi in palestra, corsi sportivi e culturali.

## 3.5 Responsabilità verso la Collettività e l'Ambiente

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 di Mediolanum nelle iniziative socio-culturali

#### 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. E' uno 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 della sede affinché chiunque possa acquisirli, ponendo il capitale umano al centro e sviluppando la 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 2018 si consolida il format "Centodieci è Arte" tra i 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 197 gli eventi che hanno coinvolto 51.300 partecipanti tra Clienti e Prospect.

Nel 2018 Centodieci ha sostenuto Palermo Capitale Italiana della Cultura offrendo alla città un calendario di 9 iniziative culturali trasversali aventi ad oggetto diversi ambiti della cultura. Per l'occasione della nomina a Capitale della Cultura è stata sponsorizzata il restauro della Chiesa di Santa Sofia dei Tavernieri realizzato dall'Accademia delle Belle Arti di Palermo.

Anche in questo caso, l'indagine di Customer Satisfaction svolta da Doxa conferma una valutazione elevata dell'impegno nelle iniziative socio-culturali sul territorio di Banca Mediolanum, decisamente superiore a quella dei Clienti sia delle "banche tradizionali" sia delle "banche online".

## I modelli di eccellenza

Tipologia eventi	Totale eventi	Totale ore di erogazione	Totale partecipanti
Ispirazione	38	76	15.200
Arte	42	84	21.000
Progresso	51	153	10.200
Solidarietà	47	94	2.350
Cambiamento	9	18	1.350
Responsabilità Sociale	10	20	1.200

## Indagine di Customer Satisfaction

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche Online
	n=908*	n=517*	n=400*
<b>Impegno nel Sociale</b>	79	62,2	64,9
<b>Si impegna per le iniziative socio-culturali del territorio in cui opera</b>	79,4	63,8	64,5

\* Numero intervistati  
Fonte : Survey Doxa 2018 sul perimetro Italia

## GRAN TEATRE 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 € 20.000 all'anno.

## DONAZIONI AD ASSOCIAZIONI SENZA SCOPO DI LUCRO

Banco Mediolanum in Spagna sponsorizza di la Corsa Popolare ("15K Nocturna de Valencia) in cui 10.000 corridori hanno partecipato a un tratto di oltre 15.000 metri durante la notte del 10 giugno 2018. Con questa azione, è stata fatta una donazione alla Valencia Athletics Club Foundation di €72.000.

Qui di seguito una sintesi delle principali iniziative:

- > Donazione alla Fondazione Valencia Athletics Club: € 72.000
- > Donazione alla Fondazione Internazionale IESE: € 15.000
- > Donazione alla Fundació del Gran Teatre del Liceu: € 20.000
- > Donazione di Banco Mediolanum nella campagna natalizia: € 6.000
- > Donazione da parte di Family Banker e dipendenti di Banco Mediolanum in occasione di convenzioni: € 1.771,35
- > Campagna di donazioni per il Black Friday: € 3.000 (stima)
- > Campagna di merchandising vintage sin dalla sua creazione: € 5.000 (stima)
- > Da parte dei clienti dell'entità alla ONG di Mediolanum Aproxima: € 1.800
- > Per conto di Mediolanum Gestión attraverso Mediolanum Commitment Fund: € 12.000 (stima)
- > Da parte dei clienti in eventi di solidarietà organizzati dalla rete: oltre € 60.000. (include Settimana della solidarietà)

## Supporto attraverso i prodotti e servizi di Banca Mediolanum

### MICROCREDITO

Banca Mediolanum S.p.A. e Fondazione Mediolanum Onlus hanno stipulato accordi, con:

- > Fondazione San Bernardino a Milano (dal 2009)
- > Fondazione San Gaudenzio a Novara (dal 2013)
- > Fondazione San Matteo a Genova (dal 2016)
- > Fondazione Santi Simplicio e Antonio a Tempio Pausania (OT), (dal 2016)
- > Fondazione Santa Maria del Soccorso attiva in tutta la Liguria (2017)
- > Fondazione Beato Giuseppe Tovini attiva in tutto il Veneto (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 al 31/10/2018 sono stati erogati 93 prestiti per un totale di 717.100 euro.

## INIZIATIVE PER CLIENTI E COLLABORATORI IN DIFFICOLTÀ

Circa la sostenibilità a favore del territorio da sempre Banca Mediolanum è protagonista. E' infatti divenuta prassi il provvedimento di interventi a sostegno dei clienti e del loro territorio in occasioni di calamità naturali quali: terremoti, alluvioni, nubifragi e la conseguente creazione di apposite agevolazioni strutturate lato servizi bancari e di credito: dall'azzeramento dei canoni di conto per 24 mesi, fino alla sospensione della rata del mutuo, alla riduzione dello spread. Oltre all'erogazione di liberalità a favore di Clienti e collaboratori che vengono colpiti dalle suddette calamità.

Le erogazioni liberali effettuate nel 2018 sono state a favore di 22 Clienti per la somma complessiva di 43.450 euro a fondo perduto così suddivisa:

- > Emergenza Maltempo Calabria (Gennaio 2018), coinvolti 9 Clienti per 11.150 euro
- > Emergenza Maltempo Prov. Verona e Prov. Trento (estate 2018), coinvolti 13 Clienti per 32.300 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.

Inoltre, in tema di Conti societari la scelta sostenibile di non intrattenere rapporti di conto con società che svolgono attività non considerate etiche (quali gioco d'azzardo, pornografia, produzione di armi) e tale orientamento è disciplinato in apposite Policy.

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" (CIRC.035 del 23/03/2017) 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".

## Indagine di Customer Satisfaction

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche Online
	n=908*	n=517*	n=400*
<b>Sostiene i suoi clienti nei momenti di difficoltà</b>	77,1	59,4	66,9

\* Numero intervistati - Fonte : Survey Doxa 2018 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 Conglomerato Finanziario Mediolanum che le permettono di dare continuità alla sua attività di ente erogatore, scegliendo e finanziando progetti a favore dell'infanzia di Enti partner.

Nello specifico le sono stati donati a febbraio 200.000 euro da Banca Mediolanum S.p.A., a giugno 175.000 euro da Mediolanum Gestione Fondi SGR.p.A. e 175.000 euro da Mediolanum Vita S.P.A. per un totale di 550.000 euro, mantenendo complessivamente lo stesso importo dell'anno precedente.

### CONFERIMENTO 5X1000

Fondazione Mediolanum Onlus ha ricevuto dall'Agenzia delle Entrate, nel mese di agosto, i fondi destinati alle "Associazioni e Fondazioni riconosciute - assegnazione finanziamento 5 per mille" per un importo pari a 220.871,19 euro (+7% rispetto al 2017).

### EVENTI

Grazie agli eventi organizzati da Banca Mediolanum e dai Family Banker di Banca Mediolanum, la Fondazione è riuscita a raccogliere € 692.419 euro (+13% rispetto al 2017).

## FESTIVITÀ

In occasione delle principali festività (Natale e Pasqua) vengono organizzate da Fondazione delle attività di raccolta fondi che vedono coinvolti principalmente i dipendenti e i Family Banker della Banca. Grazie a queste attività nel corso dell'anno sono stati raccolti complessivamente 127.430 euro (+42% rispetto al 2017).

## CENTESIMI CHE CONTANO

“Centesimi che contano” è un servizio di Banca Mediolanum che offre la possibilità ai Clienti di donare, in modo automatico, i centesimi del conto corrente presenti a saldo, se positivo, il terzo giorno lavorativo da inizio mese, a favore di Fondazione Mediolanum Onlus.

Al 31 dicembre 2018, il servizio è stato attivato su 44.165 conti (+45% rispetto al saldo del 2017) e ha generato nel corso dell'anno donazioni per un totale di 211.370,45 euro (+41% rispetto al 2017). L'adesione al servizio, nel giro di un anno, è passata dal 4% a circa il 6% del totale dei conti corrente in target.

## DONAZIONI ONLINE E BONIFICI SPONTANEI

Grazie alle campagne di comunicazione sul sito della Fondazione e sui Social Network (Facebook e Twitter) a favore dei progetti sostenuti dalla Fondazione, sono stati raccolti 77.088 euro (+1% rispetto al 2017). Questo risultato è frutto principalmente alle campagne semestrali di raccolta fondi (Alziamo lo Sguardo e Piccoli Eroi). Da novembre la pagina Facebook di Fondazione Mediolanum Onlus ha ricevuto la certificazione necessaria per poter attivare delle raccolte fondi sulla piattaforma stessa.

## PROGETTI DI MATCHING GRANT

Seguendo l'impostazione degli Eventi Centodieci Solidarietà e delle campagne di raccolta fondi semestrali, nel corso dell'anno sono stati selezionati alcuni progetti di partnership di comprovata affidabilità con i quali sono state realizzate campagne di raccolta fondi. La Fondazione, per ogni progetto ha definito un budget di raddoppio degli importi raccolti e ha supportato i partner nella comunicazione. A fianco alle tradizionali modalità di raccolta fondi (aste, cene, newsletter, etc), anche quest'anno è stata utilizzata la Rete del Dono tramite cui la raccolta avviene grazie alle figure dei Personal Fundraiser; per il progetto #GiveTheBeat di Mission Bambini, per il secondo

anno consecutivo, molti volontari di Fondazione Mediolanum Onlus si sono organizzati e hanno agito in prima persona. Tramite i Progetti di Matching Grant sono stati raccolti complessivamente **543.284 euro** (+383% rispetto al 2017).

## ALTRE ATTIVITÀ DI RACCOLTA FONDI

Si segnalano nel corso dell'anno alcune attività non programmate hanno generato una raccolta pari a **62.248 euro** (-21% rispetto al 2017).

L'importo che maggiormente risalta è quello relativo ai diritti del libro Il Tempo dei Nuovi Eroi di Oscar di Montigny (**40.000 euro**) che l'autore ha generosamente donato alla Fondazione.

Altre donazioni residuali sono invece relative ai gadget di Fondazione all'interno del **Mediolanum Store (12.248 euro)** e a prodotti del merchandising cause related (una percentuale della vendita delle agende 2019 di Banca Mediolanum ha generato una donazione di **10.000 euro** a favore di un progetto in collaborazione con il Banco Alimentare).

## EROGAZIONI

Nel corso dell'anno Fondazione Mediolanum Onlus ha finanziato **78 progetti** (uno in più rispetto al 2017), erogando **2.130.524 euro** (+29% rispetto al 2017).

Di seguito la tabella di sintesi.

Membri del CDA		2018	2017	Var. %
<b>Gruppo Mediolanum</b>	<b>Contributo</b>	€ 550.000	€ 550.000	0%
<b>Agenzia delle entrate</b>	<b>5x1000</b>	€ 220.871	€ 205.492	7%
	<b>Eventi</b>	€ 692.419	€ 610.924	13%
	<b>Festività</b>	€ 127.430	€ 89.946	42%
	<b>Centesimi che contano</b>	€ 211.370	€ 149.561	41%
<b>Fundraising diretto</b>	<b>Bonifici e PayPal</b>	€ 77.088	€ 76.117	1%
	<b>ForYou rewarding</b>	-	€ 47.296	(100%)
	<b>Progetti Matching</b>	€ 543.284	€ 112.580	383%
	<b>Altre Attività</b>	€ 62.248	€ 78.360	(21%)

## Indagine di Customer Satisfaction

	Banca Mediolanum	Banche tradizionali	Banche Online
	n=908*	n=517*	n=400*
<b>Si impegna nel sociale collaborando in progetti di solidarietà e di aiuto umanitario</b>	82,6	63,4	66,1

\* Numero intervistati - Fonte : Survey Doxa 2018 sul perimetro Italia

## MODALITÀ DI EROGAZIONE

Di seguito sono elencate le diverse modalità di erogazione.

### BANDO “BIMBI IN SALUTE”

La strategia globale dell'Organizzazione Mondiale della Sanità mira a raggiungere, entro il 2030, il più alto livello possibile di salute per tutte le donne, i bambini e gli adolescenti, per garantire che ogni neonato, madre e figlio non si limiti a sopravvivere ma possa prosperare. L'OMS sottolinea come sia fondamentale creare un mondo in cui ogni donna, bambino e adolescente, in ogni contesto, si renda conto di avere diritto alla salute fisica e mentale, abbia opportunità sociali ed economiche e sia in grado di partecipare pienamente alla formazione di società prospere e sostenibili. Coerentemente con gli obiettivi globali di sviluppo sostenibile, Fondazione Mediolanum Onlus ha voluto intervenire a favore dell'infanzia in ambito sanitario con le seguenti modalità:

- > sostenendo programmi sanitari rivolti a bambini (vaccinazioni, medicina preventiva, etc) e a donne in stato di gravidanza, che prevedano l'ausilio e la formazione di personale locale;
- > finanziando missioni di medici specializzati provenienti da Paesi sviluppati per interventi e formazione del personale locale;
- > partecipando alla costruzione di strutture ospedaliere (reparti di pediatria e maternità) in zone e distretti in cui non siano presenti. Fondazione Mediolanum Onlus ha erogato complessivamente 100.000 euro a favore di due progetti a tema, in territorio estero, con un contributo progettuale pari a 70.000 euro per il primo progetto classificato e 30.000 euro per il secondo progetto vincitore.

Attività	2018	2017	Variaz. %	Progetti 2018	Progetti 2017
Bando	€ 100.000	€ 100.000	0%	2	2
Progetti raccolta fondi	€ 300.795	€ 271.524	11%	7	5
Eventi Centodieci	€ 510.629	€ 402.544	27%	50	45
Centesimi che contano	€ 211.370	€ 149.561	41%	1	1
Charity dinner	€ 187.201	€ 245.000	(24%)	1	2
Mediolanum ForYou rewarding	-	€ 47.296	(100%)	0	3
Erogazioni solidali	€ 68.689	€ 238.716	(71%)	5	15
Progetti Matching	€ 751.840	€ 203.326	270%	12	4
<b>Totale</b>	<b>€ 2.130.524</b>	<b>€ 1.657.967</b>	<b>29%</b>	<b>78</b>	<b>77</b>

## PROGETTI DI RACCOLTA FONDI SEMESTRALI

Nel primo semestre dell'anno è stato promosso il progetto "Alziamo lo Sguardo" a favore di 3 Associazioni (AIPD, AGPD e Cooperativa Vite Vere Down Dadi) impegnate per migliorare la qualità della vita dei bambini con sindrome di Down e delle loro famiglie. Nel secondo semestre con la campagna "Piccoli Eroi", la Fondazione ha scelto di sostenere Associazione Alex Zanardi Bimbingamba Onlus, Disabili No Limits Onlus e Open BioMedical Organization Onlus con l'obiettivo di aiutare 224 minori bisognosi di protesi agli arti, necessari per tornare a camminare, giocare e fare sport. In entrambe i casi, Fondazione Mediolanum Onlus ha raddoppiato gli importi raccolti fino ad un massimo di 30.000 euro.

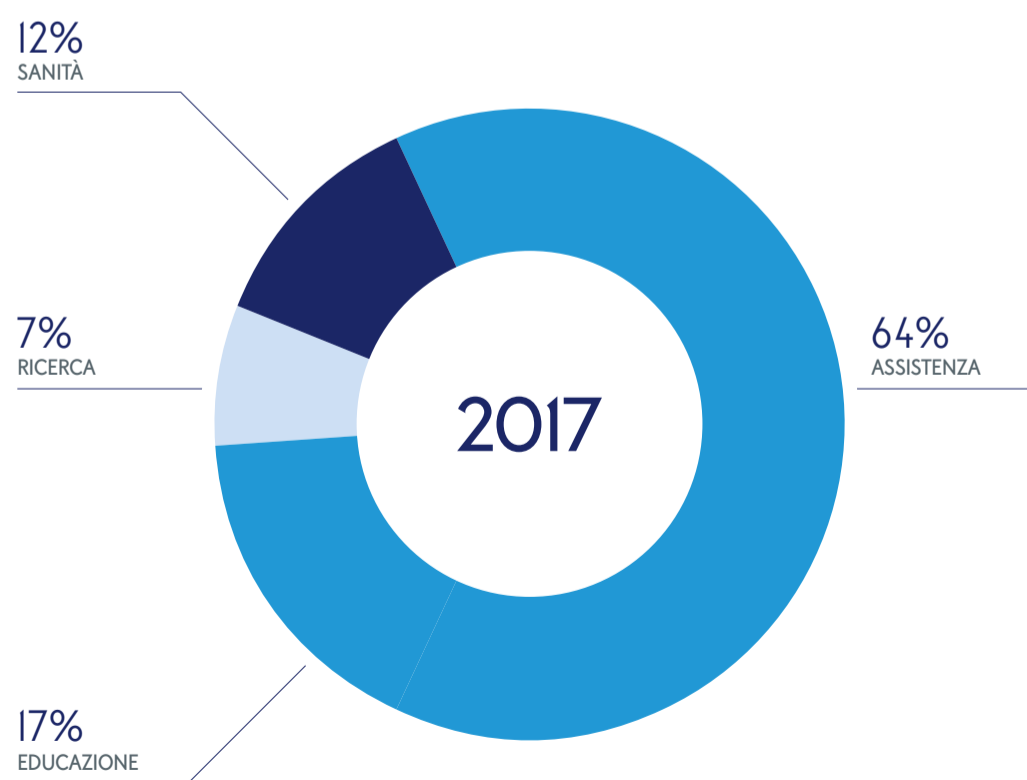
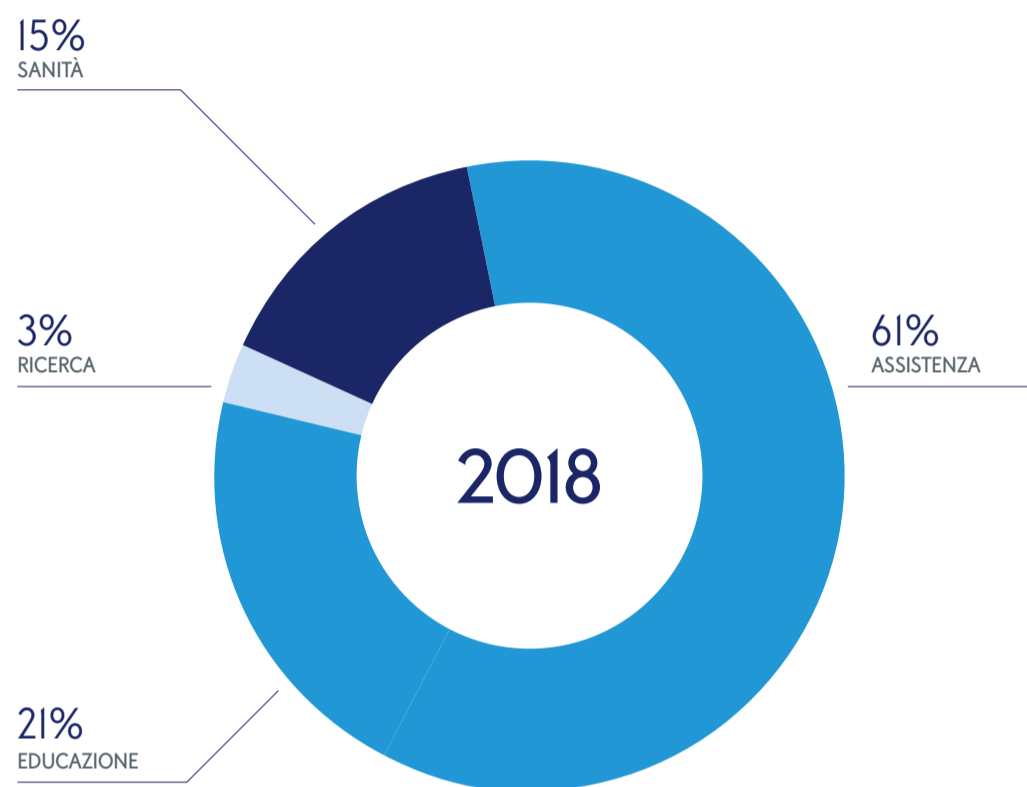
- > Progetti sostenuti tramite gli EVENTI CENTODIECI SOLIDARIETA'.
- > Aiuti a Dynamo Camp tramite il servizio CENTESIMI CHE CONTANO.
- > Progetti di Associazioni aiutate grazie all'organizzazione di CHARITY DINNER. Nel 2017 ci sono state 2 Charity Dinner, una organizzata dalla Fondazione e una organizzata da due aziende partner mentre nel 2018 è stata realizzata solo la Charity Dinner di Fondazione Mediolanum. Questo spiega una minore erogazione.

- > Erogazioni Solidali i progetti finanziati con queste erogazioni sono di Associazioni con cui Fondazione è già in contatto e che richiedono continuità nel tempo per il raggiungimento dei risultati attesi.
- > Progetti Matching come descritto nel relativo paragrafo.

Attività	2018	2017	Var. %	Progetti 2018	Progetti 2017
<b>Bando</b>	€ 100.000	€ 100.000	0%	2	2
<b>Progetti raccolta fondi</b>	€ 300.795	€ 271.524	11%	7	5
<b>Eventi Centodieci</b>	€ 510.629	€ 402.544	27%	50	45
<b>Centesimi che contano</b>	€ 211.370	€ 149.561	41%	1	1
<b>Charity dinner</b>	€ 187.201	€ 245.000	(24%)	1	2
<b>Mediolanum ForYou rewarding</b>	-	€ 47.296	(100%)	0	3
<b>Erogazioni solidali</b>	€ 68.689	€ 238.716	(71%)	5	15
<b>Progetti Matching</b>	€ 751.840	€ 203.326	270%	12	4
<b>Totale</b>	<b>€ 2.130.524</b>	<b>€ 1.657.967</b>	<b>29%</b>	<b>78</b>	<b>77</b>

## AMBITI DI INTERVENTO

Di seguito viene indicata la ripartizione dei progetti per ambito di intervento:





Ambito	2018	2017	Var. %
Assistenza	€ 1.293.640	€ 1.059.690	22%
Educazione	€ 459.091	€ 277.167	66%
Ricerca	€ 60.555	€ 118.491	-49%
Sanità	€ 317.238	€ 202.619	57%
<b>Totale</b>	<b>€ 2.130.524</b>	<b>€ 1.657.967</b>	<b>29%</b>

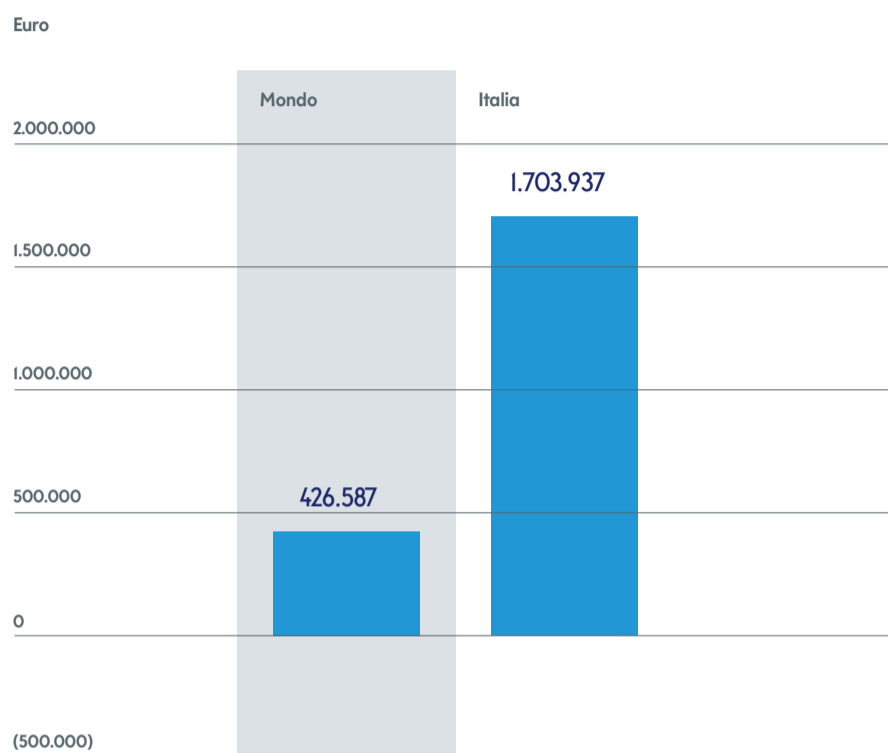
In linea con il 2017, la scelta degli ambiti di intervento ha privilegiato ancora una volta l'Assistenza anche se si registra un incremento nell'ambito della Sanità, dovuto alla scelta del tema del Bando "Bimbi in Salute".

## GEOGRAFIA INTERVENTI

Di seguito è riportata la ripartizione percentuale sulla base della localizzazione continentale dei progetti finanziati:



L'Europa è il continente in cui si concentra il maggior numero degli interventi, grazie anche al fatto che il peso dell'Italia è preponderante.



Da una quasi equa ripartizione degli ultimi anni, si è passati a privilegiare il nostro Paese come beneficiario degli interventi solidali. Anche se il Bando 2018 "Bimbi in Salute" è stato riservato a progetti in Paesi poveri del Mondo, il peso economico dei progetti Italiani si è ulteriormente accentuato.

## MEDIOLANUM APROXIMA

Nel 2014 nasce Mediolanum Aproxima, il progetto benefico di Banco Mediolanum, con lo scopo di sostenere gli enti non profit locali attraverso il coinvolgimento diretto dei Family Banker® e dei loro Clienti.

In questo progetto, Banco Mediolanum avvicina i propri clienti alle ONG che operano nelle loro immediate vicinanze. I Family Banker del Banco Mediolanum fungono da collegamento tra clienti e associazioni e fondazioni locali, promuovendo la loro attività di solidarietà.

Il progetto, inoltre, mira a creare una rete di impegno sociale, ad esempio, collaborando a iniziative di volontariato o sostenendo finanziariamente progetti di ONG.. In totale con 29 ONG di sei regioni diverse del Paese coinvolte nel progetto.

Zona	ONG
Galicia	5
Andalucía	7
Cataluña	8
Madrid	4
C. Valenciana	4
País Vasco	1
<b>Totale</b>	<b>29</b>

Banco Mediolanum offre ai suoi clienti varie forme di collaborazione: supporto mediante donazioni economiche o materiali e volontariato. Inoltre, Banco Mediolanum mette a disposizione delle ONG diversi canali di comunicazione, sia online sia offline, con l'obiettivo di promuovere la visibilità delle ONG stesse e metterle in contatto con potenziali partner. In questo senso, è opportuno sottolineare che il blog Mediolanum Aproxima ha superato le 60.000 visite nel 2018.

In particolare, è stata promossa una nuova iniziativa di solidarietà "**Semana Solidaria de Banco Mediolanum**" con il coinvolgimento di 37 Family Banker che hanno organizzato 38 eventi in 12 città su tutto il territorio nazionale. Attività come gare, rappresentazioni teatrali, cene e concerti di beneficenza. L'obiettivo era fornire visibilità e donazioni (volontarie o economiche) alle ONG partecipanti.

Oltre alle ONG di Mediolanum Aproxima è stata offerta l'opportunità ad altre ONG che avevano già una precedente relazione con i Family Banker. Sono stati raccolti oltre € 58.000 (di cui € 31.000 donati alla costruzione di una scuola in Tanzania) a sostegno di oltre 8.000 persone (di cui 5.000 partecipanti a una gara di beneficenza).

## COOLMINE THERAPEUTIC COMMUNITY

Attraverso le tre società di Mediolanum Irlanda (Mediolanum International Funds, Mediolanum Asset Management e Mediolanum International Life) portano avanti la partnership, iniziata nel 2016, con Coolmine Therapeutic Community 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 è offrire un contributo concreto e strategico attraverso il volontariato dei dipendenti.

## La tutela dell'Ambiente

La rilevanza dell'impatto ambientale delle attività intraprese dal Gruppo e dai suoi collaboratori, 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 presso la Sede attraverso una serie di iniziative di semplice realizzazione per il personale che, negli anni, ha 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 risalta:

- > l'impostazione delle fotocopiatrici con parametri di spegnimento automatico che contribuiscono a risparmiare energia elettrica;
- > la 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);
- > la riduzione dei consumi di carta intestata inserendo sul Portale di Sede il formato elettronico di tutte le Società;
- > il 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 ed uso di carta riciclata;

- > la presenza su tutti i piani di centri di raccolta per i toner usati delle stampanti e per la raccolta della carta;
- > la sensibilizzazione all'utilizzo delle comunicazioni informatiche rispetto a quelle cartacee;

In funzione ed operativo l'utilizzo di una piattaforma di "Edicola digitale" per la consultazione dei quotidiani e di alcune riviste sostituendo il cartaceo. In Irlanda è in corso un programma per preservare l'ambiente attraverso le seguenti attività messe in atto nel 2018:

- > Schema di risparmio fiscale
- > Promuovere attività di riciclo
- > Sostituzione di bicchieri di plastica con bicchieri di carta
- > Utilizzo di carta riciclata per stampanti
- > Utilizzo di stampanti all'avanguardia per ridurre l'impronta di carbonio

Il prossimo anno gli uffici saranno trasferiti in un edificio all'avanguardia dotato dei più alti standard di sostenibilità (rating LEED: GOLD).

Per favorire la diffusione di una cultura ambientale in azienda il Gruppo ha messo in atto dal 2016 un progetto che prevede, in occasione della nascita del figlio di un dipendente Mediolanum, la possibilità di piantare un albero, attraverso Treedom. Gli alberi della foresta Mediolanum vengono piantati in Kenya e Haiti e nel tempo assorbiranno - 72,500 kg di CO2 negli anni. Treedom si occupa di sviluppare progetti di riforestazione nel Sud del 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, contribuendo alla crescita della foresta Mediolanum, sostenendo il progetto.

## IMPIANTI E INTERVENTI TECNICI MIRATI

Presso la sede italiana di Milano 3 City, sono installati 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 impianti separati e indipendenti tra loro che sono posizionate sulla copertura dei Palazzi Meucci-Galvani e Galeno-Fermi.

L'impianto ha coperto, nel solo 2018, le esigenze:

- > del 40,03% dell'energia elettrica necessaria;
- > parziale servizio di riscaldamento;
- > parziale servizio di condizionamento.

Per rendere più efficiente gli impianti sono stati realizzati i collegamenti elettrici dei due impianti 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 2018, sono stati autoprodotti 5.041 MWh su 12.592 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 necessarie per l'intero campus aziendale e prodotti MWh.

Il Gruppo Mediolanum pone molta attenzione ai consumi energetici e, nel corso del 2017, sono stati effettuati interventi mirati i cui benefici si sono avuti per tutto il 2018. 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 2018 sono stati sostituiti i Cogeneratori dell'officina di produzione di EE del Palazzo Meucci e Galvani, 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 energia elettrica dalla rete quindi portare un maggior risparmio che potremmo quantificare nel 2019.

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. Sono in fase di produzione alcuni test di funzionamento le cui indicazioni sui risparmi saranno disponibili nel 2019.

A seguire sarà installato in tutti i Palazzi del Campus Mediolanum.

## **PALAZZO PAGODA**

Nella sede di Basiglio abbiamo realizzato la nuova Mensa aziendale a servizio dei dipendenti con l'obiettivo di creare uno spazio accogliente e di relazione.

Il tutto grazie alla collaborazione con il nuovo Gestore del servizio di ristorazione adottando accorgimenti architettonici, impiantistici e di design associati ad una proposta gastronomica che valorizza la cucina italiana nelle sue specifiche qualità di leggerezza e capacità nutritive con numerose alternative di elevata qualità. Considerando il pasto un momento che

non si limiti al semplice “consumo di cibo” ma che possa rappresentare un’occasione di benessere, di convivialità e di condivisione. Considerando il pasto un momento che non si limiti al semplice “consumo di cibo” ma che possa rappresentare un’occasione di benessere, di convivialità e di condivisione.

## CONSUMO DI RISORSE ENERGETICHE

I dati presentati in questa sezione considerano i palazzi di Basiglio - Milano 3 City dove è presente tutta la sede centrale.

Nel 2018 la superficie totale valutata è stata pari a 70.592 mq. La popolazione comprensiva di dipendenti e collaboratori quali ad esempio stagisti, collaboratori a progetto e consulenti normalmente presenti in sede nel 2018 la popolazione è stata considerata pari a 3.005: includendo impiegati, discenti nella Mediolanum Corporate University, sede di Divisione Lombardia e asilo nido aziendale.

In **Spagna** Banco Mediolanum ha ottenuto la certificazione energetica UNE-EN ISO 50001:2011: mediante questa certificazione, un ente terzo assicura il controllo e follow up sistematico degli aspetti energetici, oltre un miglioramento continuo della performance energetica. In questo senso, nel corso del 2018 è stato istituito il Comitato Energia, che è l’organo responsabile del rispetto della politica energetica del Banco. Tutti questi fattori hanno creato le premesse per il lancio di un insieme di iniziative ad hoc, come ad esempio l’ottimizzazione oraria dell’uso della climatizzazione e dell’illuminazione dei locali, che hanno permesso, nel loro complesso, di diminuire i consumi energetici oltre a un incremento della sensibilità su questi temi.

## 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 inoltre, negli uffici, è in corso una valutazione su come avviare la raccolta differenziata e sensibilizzazione gli utenti. 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 2018 una media di 353 utilizzatori 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 2018 sono stati erogati da ATM ai dipendenti del Gruppo Mediolanum 136 abbonamenti urbani. L'attenzione per la mobilità sostenibile ha portato all'installazione di 10 colonnine di ricarica rapida per i veicoli elettrici con l'obiettivo di investire in un progetto a zero impatto ambientale con la previsione di incrementarle nel 2019. Il parco auto del Gruppo Mediolanum per l'anno 2018, ha visto la presenza di 123 auto rispetto alle 122 del 2017 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.

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 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.

Da alcuni anni, 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 CO2 emesso nell'atmosfera per il quale verranno divulgati documenti che certificheranno il contributo alla riduzione del Co2 emesso.

Nel 2018 Banca Mediolanum, attraverso il progetto sopra citato, ha contribuito a evitare l'immissione di 621,59 Tonnellate di CO2 in atmosfera.

## Politiche di gestione ambientale

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. Per formalizzare, orientare e coordinare queste diverse azioni in materia ambientale il Gruppo si propone di strutturare nell'arco del prossimo triennio policies e procedure.

Per Banco Mediolanum S.A. nel 2018 è stata ottenuta la Certificazione ISO 50001 che definisce un sistema dell'energia e permette il controllo e il monitoraggio sistematico di questi aspetti.

# Allegati

## 1. Profilo

### 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 a Barcellona (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 2018

	Mediolanum	Banco Mediolanum	Bankhaus August Lenz
	Italia	Spagna	Germania
Numero clienti Totali al 31/12/2018	1.249.881	125.817	6.483
Numero clienti Primi intestatari al 31/12/2018	1.067.532	112.054	5.798
Retention clienti anno 2018	95,4%	93,7%	98,5%

##### Clienti Gruppo 2017

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

#### N. Clienti Primi intestatari (ITALIA) (persone fisiche e giuridiche)

	2016	2017	2018
TOTALE (senza duplicazioni)	987.440	1.032.046	1.067.532

## N. Clienti Complessivi (ITALIA) (persone fisiche e giuridiche)

	2016	2017	2018
<b>TOTALE (senza duplicazioni)</b>	1.179.978	1.215.575	1.249.881

## Retention clienti complessivi (ITALIA) (persone fisiche e giuridiche)

Anno	Gruppo Mediolanum
2015	94,60%
2016	95,17%
2017	94,99%
<b>2018</b>	<b>95,41%</b>

## Stakeholder Family Banker®

### RICERCHE DI MARKETING

#### Financial Advisor Monitor 2018\*

Item	Totale mercato 2018	Mediolanum 2018
Qualità ed efficacia della formazione	3,4	3,65
Criteri di inserimento e sviluppo professionale	3,15	3,32
Servizio Clienti	3,28	3,53
<b>Soddisfazione complessiva del Family Banker®</b>	<b>3,4</b>	<b>3,46</b>

Fonte: dati di mercato derivanti dall'indagine CF Explorer 2018 di Finer Finance Explorer, che ha intervistato 2.960 consulenti finanziari, tramite interviste telefoniche (cati).

\* Per questa edizione viene riportato solo il dato 2018 in quanto è variato l'istituto di ricerca e per un tema di confrontabilità non sarebbe corretto riportare solo l'anno corrente.

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

### Indagine di experience/gradimento eventi aziendali (convention, viaggi info-formativi, eventi All Stars, ecc.)

<b>Frequenza rilevazione</b>	in relazione all'evento (per alcune iniziative con decorrenza mensile, in altri casi spot)
<b>Numero 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"

## STAKEHOLDER COLLETTIVITÀ

Periodicamente vengono svolte indagini ad hoc su temi specifici per misurare la propensione verso nuove offerte o servizi.

### Indagini di efficacia comunicazione pubblicitaria televisiva

<b>Frequenza rilevazione</b>	in occasione di cambi nel messaggio (contenuto/format). Nel 2018 sono state effettuate 4 rilevazioni
<b>Numero intervistati</b>	c.ca 3000 casi di clientela Prospect
<b>Tipologia interviste</b>	cawi (online)
<b>Tipologia di ricerca</b>	ricerca "proprietaria" svolta con Istituto di ricerca esterno

## STAKEHOLDER FORNITORI

### Ripartizione per categoria merceologica

Categoria Merceologica (%)	Fatturato		
	2017	2018	Variazione %
EDP e Banche Dati	42,07%	42,33%	0,62%
Spese generali	20,67%	20,64%	(0,16%)
Promo-pubblicitarie e Marketing	13,25%	14,28%	7,79%
Consulenze professionali	9,91%	9,61%	(2,98%)
Altre	2,88%	2,72%	(5,69%)
Gestione immobili	4,29%	4,01%	(6,58%)
UtENZE	1,64%	1,77%	8,04%
Spedizioni e trasporti	4,07%	3,65%	(10,32%)
Assicurative	1,22%	0,99%	(18,61%)
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

### Ripartizione per livello di fatturato

Fatturato annuo complessivo (Euro)	% di concentrazione		Italia		Estero		Ripartizione spesa totale	Italia		Estero
	% fornitori	% fatturato	Numero fornitori	Numero fornitori	% fornitori	% fornitori		Totale fatturato	Totale fatturato	Totale fatturato
0 - 10.000	57,89%	1,24%	1.215	55	58,67	44,72	3.430.869	3.224.202	206.666,85	
10.001 - 100.000	28,53%	8,05%	578	48	27,91	39,02	22.299.044	20.644.539	1.654.504	
> 100.001	13,58%	90,71%	278	20	13,42	16,26	251.167.989	237.169.097	13.998.892	
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>2.071</b>	<b>123</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>276.897.903</b>	<b>261.037.839</b>	<b>15.860.063</b>	

## Ripartizione per area geografica (Italia)

Regione	Numero fornitori		
	2018	2017	Var. %
Lombardia	936	899	4,12%
Lazio	363	208	74,52%
Emilia Romagna	115	114	0,88%
Veneto	146	171	(14,62%)
Sicilia	108	98	10,20%
Piemonte	73	85	(14,12%)
Estero	123	98	25,51%
Toscana	61	63	(3,17%)
Campania	43	21	104,76%
Marche	36	18	100,00%
Sardegna	26	21	23,81%
Puglia	19	23	(17,39%)
Umbria	16	23	(30,43%)
Calabria	30	31	(3,23%)
Friuli Venezia Giulia	17	14	21,43%
Liguria	22	17	29,41%
Trentino Alto Adige	25	15	66,67%
Abruzzo	28	10	180,00%
Molise	3	5	(40,00%)
Valle d'Aosta	4	5	(20,00%)
Basilicata	-	1	(100,00%)
<b>Totale</b>	<b>2.194</b>	<b>1.940</b>	<b>13,09%</b>

## 2.4 Governance, gestione dei rischi e Compliance

### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI BANCA MEDIOLANUM

#### Composizione del Consiglio di Amministrazione

Cognome e Nome	Carica	Esecutivo	Non esecutivo	Indipendente	Uomo	Donna	Anno di nascita
Doris Ennio	Presidente	-	x	-	x	-	1940
Pirovano Giovanni	Vice Presidente	-	x	-	x	-	1951
Doris Massimo Antonio*	Amministratore Delegato	X	-	-	x	-	1967
Doris Annalisa Sara	Consigliere	-	x	-	-	x	1970
Bianchi Bruno	Consigliere	-	x	-	x	-	1938
Durante Paola**	Consigliere	-	x	x	-	x	1969
Frasca Francesco Maria**	Consigliere	-	x	x	x	-	1943
Gavazza Alessandro**	Consigliere	-	x	x	x	-	1974
Mario Notari**	Consigliere	-	x	x	x	-	1964
Omarini Anna Eugenia**	Consigliere	-	x	x	-	x	1967
Pierantoni Roberta**	Consigliere	-	x	x	-	x	1971
Sarubbi Giacinto Gaetano**	Consigliere	-	x	x	x	-	1963
Tusquets Trias de Bes Carlos Javier	Consigliere	-	x	-	x	-	1951

(\*) Consiglieri Esecutivi

(\*\*) Consiglieri Indipendenti ex art. 148 comma 3 del TUF e ai sensi del Codice di Autodisciplina



## COMUNICAZIONE E FORMAZIONE SU POLICY E PROCEDURE ANTI-CORRUZIONE - GRI 205-2

Con riferimento alla comunicazione e formazione su politiche e procedure anticorruzione si fa riferimento a comunicazione e training del Codice Etico di Gruppo e delle controllate.

### Membri del CDA di Mediolanum S.p.A. che hanno ricevuto comunicazione

Consiglio di amministrazione	2018
Tot. membri CDA di Banca Mediolanum S.p.A che hanno ricevuto comunicazione	13
Tot. membri CDA di Banca Mediolanum S.p.A	13
% di partecipazione	100%

### Dipendenti del Gruppo che hanno ricevuto comunicazione

Numero di dipendenti	2018*
Senior Managers che hanno ricevuto comunicazione	108
Tot. Senior Managers	119
% di partecipazione	91%
Managers che hanno ricevuto comunicazione	411
Tot. Managers	454
% di partecipazione	91%
Non-management Employees che hanno ricevuto comunicazione	1.883
Tot. Non-management Employess	1.888
% di partecipazione	99,7%
<b>Totale Numero dipendenti che hanno ricevuto comunicazione</b>	<b>2.402</b>
<b>Totale % di partecipazione</b>	<b>98%</b>

\* i dati sono stati indicati come "fotografia" a fine 2018 non disponendo del dettaglio per livello per il 2017. Il perimetro di rendicontazione include Italia, Spagna e Irlanda.

## Partner commerciali che hanno ricevuto comunicazione

Numero di partner commerciali*	2018
Partner commerciali che hanno ricevuto comunicazione	4.196
Totale partner commerciali	4.196
Totale % di partecipazione	100%

\* i dati sono stati indicati come "fotografia" a fine 2018 non disponendo del dettaglio per livello per il 2017. Il perimetro di rendicontazione include Italia, Spagna e Irlanda.

Nel 2018, a seguito dell'approvazione del Modello 231 i Consiglieri del CDA hanno ricevuto una formazione in materia di anti-corrruzione.

## Membri del CDA di Mediolanum S.p.A. che hanno ricevuto formazione

Numero di membri	2018
Tot. Membri CDA	13
Numero membri CDA che hanno ricevuto formazione	13
% di partecipazione	100%

## Dipendenti del Gruppo che hanno ricevuto formazione

Numero di membri	2018
Senior Managers che hanno ricevuto formazione	84
Tot. Senior Managers	119
% di partecipazione	71%
Managers che hanno ricevuto formazione	351
Tot. Managers	454
% di partecipazione	77%
Non-management Employees che hanno ricevuto formazione	1.759
Tot. Non-management Employess	1.888
% di partecipazione	93%
Totale Numero dipendenti che hanno ricevuto formazione	2.194
Totale % di partecipazione	89%

\* Il perimetro di rendicontazione include Italia, Spagna e Irlanda.

## 3. La Sostenibilità in Mediolanum

### Indice di Materialità

Definizione tema materiale	Ambito	Perimetro dei temi materiali trattati	Tipologia di impatto
<b>Solidità finanziaria</b>	Responsabilità economica	Gruppo, Clienti Azionisti e comunità finanziaria, Istituzioni e regolatori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Identità aziendale e business responsabile</b>	Governance e Compliance	Gruppo, Clienti Azionisti e comunità finanziaria	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Centralità del Cliente</b>	Personalizzazione, sicurezza e innovazione delle soluzioni finanziarie	Gruppo, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Innovazione di business</b>	Responsabilità verso i clienti	Gruppo, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Tutela del Cliente</b>	Responsabilità verso i clienti	Gruppo, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Performance economico-finanziaria</b>	Responsabilità economica	Gruppo, Clienti Azionisti e comunità finanziaria, Istituzioni e regolatori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Sviluppo del capitale umano</b>	Responsabilità verso le Risorse Umane	Dipendenti Family Banker®	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Compliance e dialogo con i Regulators</b>	Governance e Compliance	Gruppo, Clienti Azionisti e comunità finanziaria, Istituzioni e regolatori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Marketing e Comunicazione trasparente</b>	Responsabilità verso i clienti	Gruppo, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività

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

## 3.1 Solidità e stabilità finanziaria

### RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO

Ripartizione Valore Aggiunto Globale Lordo	Esercizio 2018	Esercizio 2017
Azionisti	292.955	293.586
Personale	214.485	202.052
Reti di vendita	514.436	535.265
Stato, enti ed istituzioni	236.125	135.449
Collettività	8.066	6.609
Sistema impresa	18.372	168.360
<b>TOTALE VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>1.284.440</b>	<b>1.341.320</b>

## 3.2 Personalizzazione, sicurezza e innovazione delle soluzioni finanziarie

### VOLUMI RECLAMI

L'analisi dei reclami ricevuti al 31 dicembre 2018, 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.

Sono pervenuti complessivamente 3.981 reclami, con un decremento (- 8,2%) rispetto a quelli pervenuti nel 2017: di questi, 3.873 sono risultati "trattabili" e 108 "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 2018, i reclami "riaperti", cioè quelli per i quali i clienti non hanno ritenuto soddisfacente la risposta ricevuta in prima istanza, sono stati pari a 490, di cui 484 "trattabili" e 6 "non trattabili".

Dei 3.981 reclami complessivamente ricevuti 3.626, circa il 91%, 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.

Il canale più utilizzato dalla clientela italiana per la trasmissione dei reclami è stato l'e-mail, usato nel 73% circa dei casi.

	Nr Pratiche		Riaperture	
	Trattabili	Non Trattabili	Trattabili	Non Trattabili
Banca Mediolanum S.p.A.	3.216	47	420	3
Banco Mediolanum S.A.	203	42	6	2
Bankhaus August Lenz & Co. AG	118	-	-	-
EuroCQS S.p.A.	26	5	1	1
Gamax Management AG	-	-	-	-
Mediolanum Asset Management Ltd	-	-	-	-
Mediolanum Assicurazioni S.p.A.	39	4	5	-
Mediolanum Fiduciaria S.p.A.	-	-	-	-
Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A.	13	2	3	-
Mediolanum International Funds Ltd	-	-	-	-
Mediolanum International Life Ltd	10	1	2	-
Mediolanum Vita S.p.A.	248	7	47	-
<b>Totale</b>	<b>3.873</b>	<b>108</b>	<b>484</b>	<b>6</b>
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>3.981</b>		<b>490</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 3.873 reclami "trattabili" ricevuti, 3.547 sono stati composti/evasi \* entro il 31/12/2018, di cui 723 sono stati ritenuti fondati (circa il 20%).

(\*) In ottemperanza alle indicazioni dell'Ivass, per le società Assicuratrici italiane del Gruppo Mediolanum vengono conteggiate le evasioni delle pratiche anche se non composte e, nel totale, risultano pertanto anche n. 5 reclami con riaperture inevase ma non scadute al 31/12/18.

	2018	2017	Var. %
<b>Reclami Trattabili Ricevuti</b>	3.873	4.202	(8%)
<b>Reclami Composti/Evasi*</b>	3.547	3.860	(8%)
di cui accolti	723	721	0%
di cui non fondati	2.824	3.139	(10%)
<b>Reclami in istruttoria a fine periodo non scaduti</b>	329	308	7%
<b>Reclami in istruttoria a fine periodo scaduti</b>	2	34	(94%)

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 2019.

Inoltre, a titolo informativo, con riferimento alla società EuroCQS S.p.A., acquisita da Banca Mediolanum alla fine del 2017, il prospetto di cui sopra contiene per l'esercizio 2018 n. 31 reclami (dei quali 26 trattabili) mentre l'esercizio 2017 non riporta i reclami di competenza EuroCQS S.p.A., che furono n. 8, tutti trattabili.

### **Ricorsi, conciliazioni, mediazioni, negoziazioni assistite**

La gestione delle controversie con la clientela può essere 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 2018, il numero dei ricorsi all'Arbitro Bancario Finanziario è sensibilmente aumentato rispetto all'anno precedente, mentre il numero dei ricorsi all'Arbitro per le Controversie Finanziarie risulta inferiore rispetto all'anno dell'avvio (2017) dell'attività di tale Organismo.



## 3.3 Multicanalità e rete di Family Banker®

### COMPOSIZIONE DELLA RETE DI FAMILY BANKER®

#### Ripartizione dei collaboratori per genere - Gruppo

Al 31 Dicembre 2018*			
	Uomini	Donne	Totale
Manager	15%	2%	17%
Consulenti	64%	19%	83%
<b>TOTALE</b>	<b>79%</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>

Al 31 Dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Manager	16%	2%	18%
Consulenti	63%	19%	82%
<b>TOTALE</b>	<b>79%</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>

\* Per il 2018, i dati di Gruppo si riferiscono alle reti di vendita presenti in Italia e Spagna, è esclusa la Germania.

#### Ripartizione dei collaboratori per età - Gruppo

Al 31 Dicembre 2018*				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Manager	0%	8%	8%	17%
Consulenti	3%	48%	32%	83%
<b>TOTALE</b>	<b>3%</b>	<b>56%</b>	<b>40%</b>	<b>100%</b>

Al 31 Dicembre 2017				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Manager	0%	9%	8%	18%
Consulenti	3%	50%	29%	82%
<b>TOTALE</b>	<b>3%</b>	<b>60%</b>	<b>38%</b>	<b>100%</b>

\* Per il 2018, i dati di Gruppo si riferiscono alle reti di vendita presenti in Italia e Spagna, è esclusa la Germania.

## Turnover dei collaboratori per genere e per età - Gruppo

### Collaboratori entrati

Al 31 Dicembre 2018						
N. persone	Organico (Spagna e Italia)	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	4.141	81	90	32	203	4,90%
Donne	1.073	16	46	11	73	6,80%
<b>TOTALE</b>	<b>5.214</b>	<b>97</b>	<b>136</b>	<b>43</b>	<b>276</b>	<b>5,29%</b>

In questa tabella, i dati di turnover del Gruppo del 2018 si riferiscono alle reti di vendita presenti in Italia e Spagna, è esclusa la Germania.

### Collaboratori usciti

Al 31 Dicembre 2018						
N. persone	Organico (Spagna e Italia)	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	4.141	9	92	77	178	4,30%
Donne	1.073	6	46	17	69	6,43%
<b>TOTALE</b>	<b>5.214</b>	<b>15</b>	<b>138</b>	<b>94</b>	<b>247</b>	<b>4,74%</b>

In questa tabella, i dati di Gruppo si riferiscono alle reti di vendita presenti in Italia e Spagna, è esclusa la Germania.

## Collaboratori entrati

Al 31 Dicembre 2017						
N. persone	Organico (Spagna e Italia)	<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>

In questa tabella, i dati di turnover del Gruppo del 2018 si riferiscono alle reti di vendita presenti in Italia e Spagna, è esclusa la Germania.

## Collaboratori usciti

Al 31 Dicembre 2017						
N. persone	Organico (Spagna e Italia)	<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>

In questa tabella, i dati di Gruppo si riferiscono alle reti di vendita presenti in Italia e Spagna, è esclusa la Germania.

## FORMAZIONE RETE DI FAMILY BANKER®

Nel corso del 2018 si registra un totale di ore erogate pari a 646.903 con un lieve incremento rispetto al dato del 2017.

### Tipologia di formazione - Gruppo

2018		
Tipologia di formazione	Partecipazioni	Ore totali
Aggiornamento Tecnico Professionale e prodotti	83.483	419.705
Formazione Manageriale e Comportamentale	7.081	53.537
Adempimenti obblighi normativi	44.032	173.662
<b>TOTALE</b>	<b>134.596</b>	<b>646.903</b>

2017		
Tipologia di formazione	Partecipazioni	Ore totali
Aggiornamento Tecnico Professionale e prodotti	96.574	393.362
Formazione Manageriale e Comportamentale	6.540	48.699
Adempimenti obblighi normativi	64.780	169.603
<b>TOTALE</b>	<b>167.894</b>	<b>611.664</b>

## ITALIA

In Italia, le ore d'aula tenutesi nel 2018 sono state pari a 353.637, in linea con l'anno precedente. Si rileva invece un aumento del 6% dell'attività formativa svolta online. Con questa modalità sono state infatti svolte le attività didattiche legate all'aggiornamento normativo obbligatorio annuale Ivass e Consob, la formazione dedicata all'introduzione della normativa IDD, oltre a moduli formativi relativi ai nuovi servizi e prodotti introdotti nel corso dell'anno.

La voce "Aggiornamento tecnico-professionale e prodotti" registra un totale di ore erogate pari a 292.221 (+2%). Con riferimento a questa categoria, per rispondere sempre meglio all'esigenza espressa dalla struttura commerciale, la formazione specialistica su prodotti e servizi si è andata sempre più concentrando su approfondimenti di temi macroeconomici, tecnico-finanziari e normativi integrando l'utilizzo degli strumenti e supporti digitali in uso al Family Banker®; Con riferimento alla formazione manageriale, per il 2018 si evidenzia un numero di ore erogate pari a 50.468, in crescita rispetto al dato dell'anno precedente. Il percorso di formazione manageriale "*Banking & Innovation Management Executive Master*", che ha visto la presenza ricorrente in aula di 275 Manager della struttura commerciale, è l'iniziativa formativa che maggiormente impatta su questa voce.

In ambito di formazione legata agli adempimenti normativi, nel 2018 si segnala un totale di ore di 165.685.

Nel 2018, i candidati che, a livello nazionale, hanno sostenuto la prova valutativa, finalizzata all'ottenimento del requisito di idoneità per l'iscrizione all'Albo dei Consulenti Finanziari, sono stati 3.448 (a fronte dei 4.937 registrati nel 2017 con un calo quindi di 1.489 unità).

A livello nazionale i candidati risultati idonei sono stati 1.225 (36%), a fronte dei 2.159 (44%) registrati nel 2017.

Nel 2018 i candidati preparati a cura delle strutture di formazione di Banca Mediolanum sono stati 34 (in linea con quanto registrato nel 2017, quando furono preparati 31 candidati).

Hanno conseguito l'idoneità 33 candidati con una percentuale di successo del 97%, in ulteriore miglioramento rispetto al dato del 2017 (90,3%).

Si conferma il trend calante nei numeri di candidati alla prova valutativa per l'iscrizione all'Albo dei Consulenti Finanziari, come già accaduto negli anni precedenti, sia livello generale, sia in Banca Mediolanum.

Tale trend conferma la scelta strategica della Banca, effettuata a partire dal 2012, di orientare l'azione di reclutamento verso candidati già iscritti all'Albo (od iscrivibili di diritto) ed in possesso di requisiti di professionalità di alto livello.

## 3.4 I dipendenti del Gruppo Mediolanum

L'organico dipendenti e altri collaboratori non tiene in considerazione le persone di EuroCQS che, al 31/12/2017, risultavano essere 54 dipendenti e un altro collaboratore.

### DIMENSIONE E COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO DEL GRUPPO NEL 2018

I dati dell'indicatore 405-1 con riferimento al 2017 sono stati riesposti per rispondere alle richieste dei GRI Standard, il dato è infatti calcolato in percentuale rispetto ai dati riportati nella DNF precedente.

#### Ripartizione per qualifica e genere GRI 405-1 - Gruppo Mediolanum

Al 31 dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	4,0%	0,5%	4,5%
Manager	10,9%	6,4%	17,2%
Non-Management Employees	35,4%	42,9%	78,3%
<b>TOTALE</b>	<b>50,2%</b>	<b>49,8%</b>	<b>100,0%</b>
Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	3,7%	0,5%	4,2%
Manager	10,4%	5,9%	16,3%
Non-Management Employees	35,9%	43,6%	79,4%
<b>TOTALE</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione per qualifica e genere GRI 405-1 - Italia

Al 31 dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	3,8%	0,6%	4,4%
Manager	10,5%	6,4%	16,9%
Non-Management Employees	33,9%	44,88	78,6%
<b>TOTALE</b>	<b>48,2%</b>	<b>51,8%</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	3,6%	0,6%	4,3%
Manager	9,9%	6,1%	16,0%
Non-Management Employees	34,3%	45,4%	79,7%
<b>TOTALE</b>	<b>47,9%</b>	<b>52,1%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica e genere GRI 405-1 - Spagna

Al 31 dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	1,9%	0,0%	1,9%
Manager	11,2%	4,2%	15,4%
Non-Management Employees	45,6%	37,1%	82,6%
<b>TOTALE</b>	<b>58,7%</b>	<b>41,3%</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	2,0%	0,0%	2,0%
Manager	11,6%	4,0%	15,6%
Non-Management Employees	45,6%	36,8%	82,4%
<b>TOTALE</b>	<b>59,2%</b>	<b>40,8%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica e genere GRI 405-1 - Germania

### Al 31 dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	4,0%	0,0%	4,0%
Manager	15,2%	2,0%	17,2%
Non-Management Employees	37,4%	41,4%	78,8%
<b>TOTALE</b>	<b>56,6%</b>	<b>43,4%</b>	<b>100,0%</b>

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	3,0%	0,0%	3,0%
Manager	18,2%	2,0%	20,2%
Non-Management Employees	40,4%	36,4%	76,8%
<b>TOTALE</b>	<b>61,6%</b>	<b>38,4%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione per qualifica e genere GRI 405-1 - Irlanda

### Al 31 dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	11,3%	0,9%	12,3%
Manager	13,2%	15,1%	28,3%
Non-Management Employees	41,5%	17,9%	59,4%
<b>TOTALE</b>	<b>66,0%</b>	<b>34,0%</b>	<b>100,0%</b>

### Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	9,9%	0,0%	9,9%
Manager	11,0%	11,0%	22,0%
Non-Management Employees	42,9%	25,3%	68,1%
<b>TOTALE</b>	<b>63,7%</b>	<b>36,3%</b>	<b>100,0%</b>



## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età GRI 405-1 - Gruppo Mediolanum

Al 31 dicembre 2018				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	2,1%	2,4%	4,5%
Manager	0,0%	13,2%	4,0%	17,2%
Non-Management Employees	9,4%	61,7%	7,2%	78,3%
<b>TOTALE</b>	<b>9,5%</b>	<b>76,9%</b>	<b>13,6%</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 dicembre 2017				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	2,0%	2,3%	4,2%
Manager	0,0%	12,3%	4,0%	16,3%
Non-Management Employees	11,0%	62,3%	6,2%	79,4%
<b>TOTALE</b>	<b>11,0%</b>	<b>76,5%</b>	<b>12,5%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età GRI 405-1 - Italia

Al 31 dicembre 2018				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	1,9%	2,6%	4,4%
Manager	0,0%	13,2%	3,7%	16,9%
Non-Management Employees	7,7%	64,3%	6,6%	78,6%
<b>TOTALE</b>	<b>7,8%</b>	<b>79,4%</b>	<b>12,9%</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 dicembre 2017				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	2,0%	2,3%	4,3%
Manager	0,0%	12,4%	3,6%	16,0%
Non-Management Employees	9,6%	64,4%	5,7%	79,7%
<b>TOTALE</b>	<b>9,6%</b>	<b>78,8%</b>	<b>11,7%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età GRI 405-1 - Spagna

Al 31 dicembre 2018				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	0,4%	1,5%	1,9%
Manager	0,0%	9,3%	6,2%	15,4%
Non-Management Employees	17,4%	54,4%	10,8%	82,6%
<b>TOTALE</b>	<b>17,4%</b>	<b>64,1%</b>	<b>18,5%</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 dicembre 2017				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	0,4%	1,6%	2,0%
Manager	0,0%	10,0%	5,6%	15,6%
Non-Management Employees	18,0%	54,0%	10,4%	82,4%
<b>TOTALE</b>	<b>18,0%</b>	<b>64,4%</b>	<b>17,6%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età GRI 405-1 - Germania

Al 31 dicembre 2018				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	1,0%	3,0%	4,0%
Manager	0,0%	10,1%	7,1%	17,2%
Non-Management Employees	15,2%	47,5%	16,2%	78,8%
<b>TOTALE</b>	<b>15,2%</b>	<b>58,6%</b>	<b>26,3%</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 dicembre 2017				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	0,0%	3,0%	3,0%
Manager	0,0%	11,1%	9,1%	20,2%
Non-Management Employees	14,1%	50,5%	12,1%	76,8%
<b>TOTALE</b>	<b>14,1%</b>	<b>61,6%</b>	<b>24,2%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione dipendenti per qualifica ed età GRI 405-1 - Irlanda

Al 31 dicembre 2018				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	11,3%	0,9%	12,3%
Manager	0,0%	26,4%	1,9%	28,3%
Non-Management Employees	21,7%	35,8%	1,9%	59,4%
<b>TOTALE</b>	<b>21,7%</b>	<b>73,6%</b>	<b>4,7%</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 dicembre 2017				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Senior Manager	0,0%	8,8%	1,1%	9,9%
Manager	0,0%	18,7%	3,3%	22,0%
Non-Management Employees	23,1%	45,1%	0,0%	68,1%
<b>TOTALE</b>	<b>23,1%</b>	<b>72,5%</b>	<b>4,4%</b>	<b>100,0%</b>

## Ripartizione per genere dei membri del CdA GRI 405-1 - Gruppo Mediolanum

Al 31 dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Membri del CdA	88,3%	11,7%	100,0%

## Ripartizione per età dei membri del CdA GRI 405-1 - Gruppo Mediolanum

Al 31 dicembre 2018				
N. persone	< 30	30-50	> 50	Totale
Membri del CdA	0,0%	19,5%	80,5%	100,0%

## Categorie protette GRI 405-1 - Gruppo Mediolanum

Al 31 Dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	0	0	0
Manager	4	3	7
Non-Management Employees	29	31	60
<b>TOTALE</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>67</b>

Al 31 Dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	0	0	0
Manager	4	3	7
Non-Management Employees	29	31	60
<b>TOTALE</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>67</b>

## Forza totale lavoro GRI 102-8 Gruppo Mediolanum

Al 31 Dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	1.375	1.362	2.737
Altri collaboratori	48	41	89
<b>TOTALE</b>	<b>1.423</b>	<b>1.403</b>	<b>2.826</b>

Al 31 Dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	1.316	1.295	2.611
Altri collaboratori	25	35	60
<b>TOTALE</b>	<b>1.341</b>	<b>1.330</b>	<b>2.671</b>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale GRI 102-8 - Gruppo Mediolanum (Determinato vs Indeterminato)

### Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	38	35	73
Tempo Indeterminato	1.337	1.327	2.664
<b>TOTALE</b>	<b>1.375</b>	<b>1.362</b>	<b>2.737</b>

### 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>

## (Full time vs Part time)

### Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	1.366	1.279	2.645
Part time	9	83	92
<b>TOTALE</b>	<b>1.375</b>	<b>1.362</b>	<b>2.737</b>

### 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>

## Totale Forza Lavoro - GRI 102-8 - Italia

Al 31 Dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	1.095	1.175	2.270
Altri collaboratori	37	39	76
<b>TOTALE</b>	<b>1.132</b>	<b>1.214</b>	<b>2.346</b>

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>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale GRI 102-8 - Italia (Determinato vs Indeterminato)

Al 31 Dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	16	17	33
Tempo Indeterminato	1.079	1.158	2.237
<b>TOTALE</b>	<b>1.095</b>	<b>1.175</b>	<b>2.270</b>

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>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale GRI 102-8 - Italia (Determinato vs Indeterminato)

### Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	147	93	240
Part time	9	10	19
<b>TOTALE</b>	<b>156</b>	<b>103</b>	<b>259</b>

### 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>

## (Full time vs Part time)

### Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	1.093	1.120	2.213
Part time	2	55	57
<b>TOTALE</b>	<b>1.095</b>	<b>1.175</b>	<b>2.270</b>

### 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>

## Totale Forza Lavoro - GRI 102-8 - Spagna

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	152	107	259
Altri collaboratori	8	2	10
<b>TOTALE</b>	<b>160</b>	<b>109</b>	<b>269</b>

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>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale GRI 102-8 - Spagna (Determinato vs Indeterminato)

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	9	10	19
Tempo Indeterminato	143	97	240
<b>TOTALE</b>	<b>152</b>	<b>107</b>	<b>259</b>

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>



## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale GRI 102-8 - Germania Totale Forza Lavoro

### Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	56	43	99
Altri collaboratori	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>56</b>	<b>43</b>	<b>99</b>

### 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>

(Determinato vs Indeterminato)

### Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	1	4	5
Tempo Indeterminato	55	39	94
<b>TOTALE</b>	<b>56</b>	<b>43</b>	<b>99</b>

### 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>

(Full time vs Part time)

## Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	55	29	84
Part time	1	14	15
<b>TOTALE</b>	<b>56</b>	<b>43</b>	<b>99</b>

## 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>

## Totale Forza Lavoro - GRI 102-8 - Irlanda

## Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	70	36	106
Altri collaboratori	3	-	3
<b>TOTALE</b>	<b>73</b>	<b>36</b>	<b>109</b>

## 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>

## Ripartizione per tipologia contrattuale e professionale GRI 102-8 - Irlanda (Determinato vs Indeterminato)

### Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	11	4	15
Tempo Indeterminato	59	32	91
<b>TOTALE</b>	<b>70</b>	<b>36</b>	<b>106</b>

### 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>

## (Full time vs Part time)

### Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Full time	69	36	105
Part time	1	-	1
<b>TOTALE</b>	<b>70</b>	<b>36</b>	<b>106</b>

### 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>

## Turnover dei dipendenti per genere ed età GRI 401-1 - Gruppo Mediolanum

Per il 2017 il calcolo del turnover è stato effettuato dividendo il numero dei dipendenti entrati e usciti per l'organico dello stesso anno a fine periodo. In base ai nuovi suggerimenti del GRI il calcolo del turnover per il 2018 è stato effettuato dividendo i nuovi entrati e usciti per l'organico dell'anno precedente a fine periodo.

### Dipendenti entrati

Al 31 Dicembre 2018						
N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.375	30	64	4	98	7,4%
Donne	1.362	25	44	3	72	5,4%
<b>TOTALE</b>	<b>2.737</b>	<b>55</b>	<b>108</b>	<b>7</b>	<b>170</b>	<b>6,4%</b>
<b>TURNOVER</b>	-	<b>18,8%</b>	<b>5,3%</b>	<b>2,1%</b>	<b>6,4%</b>	-

### Dipendenti usciti

Al 31 Dicembre 2018						
N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.375	8	42	6	56	4,2%
Donne	1.362	6	32	4	42	3,2%
<b>TOTALE</b>	<b>2.737</b>	<b>14</b>	<b>74</b>	<b>10</b>	<b>98</b>	<b>3,7%</b>
<b>TURNOVER</b>	-	<b>4,8%</b>	<b>3,6%</b>	<b>3,0%</b>	<b>3,7%</b>	-

## 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>

## Turnover dei dipendenti per genere ed età GRI 401-1 - Italia

### Dipendenti entrati

Al 31 Dicembre 2018						
N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.095	15	41	1	57	5,4%
Donne	1.175	16	28	-	44	3,8%
<b>TOTALE</b>	<b>2.270</b>	<b>31</b>	<b>69</b>	<b>1</b>	<b>101</b>	<b>4,5%</b>
<b>TURNOVER</b>	-	<b>14,6%</b>	<b>3,9%</b>	<b>0,4%</b>	<b>4,5%</b>	-

### Dipendenti usciti

Al 31 Dicembre 2018						
N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	1.095	3	21	3	27	2,5%
Donne	1.175	3	20	4	27	2,3%
<b>TOTALE</b>	<b>2.270</b>	<b>6</b>	<b>41</b>	<b>7</b>	<b>54</b>	<b>2,4%</b>
<b>TURNOVER</b>	-	<b>2,8%</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,4%</b>	-

### 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	1.065	3	15	5	23	2,2%
Donne	1.158	4	16	4	24	2,1%
<b>TOTALE</b>	<b>2.223</b>	<b>7</b>	<b>31</b>	<b>9</b>	<b>47</b>	<b>2,2%</b>

## Turnover dei dipendenti per genere ed età GRI 401-1 - Spagna

## Dipendenti entrati

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	152	5	5	1	11	7,4%
<b>Donne</b>	107	4	3	-	7	6,9%
<b>TOTALE</b>	259	9	8	1	18	7,2%
<b>TURNOVER</b>	-	20,0%	5,0%	2,3%	7,2%	-

## Dipendenti usciti

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
<b>Uomini</b>	152	3	3	1	7	4,7%
<b>Donne</b>	107	-	2	-	2	2,0%
<b>TOTALE</b>	259	3	5	1	9	3,6%
<b>TURNOVER</b>	-	6,7%	3,1%	2,3%	3,6%	-

## 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>	250	14	7	2	23	9,20%

## 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>	250	2	9	1	12	4,80%

## Turnover dei dipendenti per genere ed età GRI 401-1 - Germania

### Dipendenti entrati

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	56	-	2	1	3	4,9%
Donne	43	3	6	3	12	31,6%
<b>TOTALE</b>	<b>99</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>15,2%</b>
<b>TURNOVER</b>		<b>21,4%</b>	<b>13,1%</b>	<b>16,7%</b>	<b>15,2%</b>	<b>-</b>

### Dipendenti usciti

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	56	-	8	1	9	14,8%
Donne	43	2	4	-	6	15,8%
<b>TOTALE</b>	<b>99</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>15,2%</b>
<b>TURNOVER</b>	<b>-</b>	<b>14,3%</b>	<b>19,7%</b>	<b>4,2%</b>	<b>15,2%</b>	<b>-</b>

### Dipendenti entrati

Al 31 Dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	61	2	7	2	11	18,03%
Donne	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 %
Uomini	61	1	4	1	6	9,84%
Donne	38	3	6	0	9	23,68%
<b>TOTALE</b>	<b>99</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>21,21%</b>



## Turnover dei dipendenti per genere ed età GRI 401-1 - Irlanda

## Dipendenti entrati

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	70	10	15	1	26	44,8%
Donne	36	2	7	0	9	27,3%
<b>TOTALE</b>	<b>106</b>	<b>12</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>35</b>	<b>38,5%</b>
<b>TURNOVER</b>	-	<b>57,1%</b>	<b>33,3%</b>	<b>25,0%</b>	<b>38,5%</b>	-

## Dipendenti usciti

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	70	2	10	1	13	22,4%
Donne	36	1	6	0	7	21,2%
<b>TOTALE</b>	<b>106</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>20</b>	<b>22,0%</b>
<b>TURNOVER</b>	-	<b>14,3%</b>	<b>24,2%</b>	<b>25,0%</b>	<b>22,0%</b>	-

## Dipendenti entrati

Al 31 Dicembre 2017

N. persone	Organico totale	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	58	12	7	1	20	34,48%
Donne	33	2	6	0	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 %
Uomini	58	5	11	-	16	27,59%
Donne	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 coperti da contrattazione Collettiva 102-41 - Gruppo Mediolanum\*

Al 31 Dicembre 2018		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	106	100,0%
Manager	424	100,0%
Non-Management Employees	1.999	100,0%
<b>TOTALE</b>	<b>2.529</b>	<b>100,0%</b>

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>2.473</b>	<b>92,65%</b>

\* Il perimetro di rendicontazione include la Spagna e l'Italia in quanto applicano i contratti collettivi.

## Dipendenti coperti da contrattazione Collettiva 102-41 - Italia

Al 31 Dicembre 2018		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	101	100,0%
Manager	384	100,0%
Non-Management Employees	1.785	100,0%
<b>TOTALE</b>	<b>2.270</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 Dicembre 2017		
N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	94	100,0%
Manager	352	100,0%
Non-Management Employees	1.723	100,0%
<b>TOTALE</b>	<b>2.169</b>	<b>100,0%</b>

## Dipendenti coperti da contrattazione Collettiva 102-41 - Spagna

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	5	100,0%
Manager	40	100,0%
Non-Management Employees	214	100,0%
<b>TOTALE</b>	<b>259</b>	<b>100,0%</b>

Al 31 Dicembre 2017

N. persone	Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	% sul totale
Senior Manager	5	100,0%
Manager	39	100,0%
Non-Management Employees	206	100,0%
<b>TOTALE</b>	<b>250</b>	<b>100,0%</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione GRI 404-3 - Gruppo Mediolanum

Al 31 Dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	96%	93%	96%
Manager	96%	95%	96%
Non-Management Employees	98%	94%	96%
<b>TOTALE</b>	<b>97%</b>	<b>94%</b>	<b>96%</b>

Al 31 Dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	98%	100%	98%
Manager	98%	97%	98%
Non-Management Employees	99%	99%	99%
<b>TOTALE</b>	<b>98%</b>	<b>99%</b>	<b>99%</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione GRI 404-3 - Italia

Al 31 Dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	95%	93%	95%
Manager	95%	94%	95%
Non-Management Employees	97%	93%	95%
<b>TOTALE</b>	<b>96%</b>	<b>93%</b>	<b>95%</b>
Al 31 Dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	97%	100%	98%
Manager	99%	98%	98%
Non-Management Employees	100%	99%	100%
<b>TOTALE</b>	<b>99%</b>	<b>99%</b>	<b>99%</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione GRI 404-3 - Spagna

Al 31 dicembre 2018			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	100%	-	100%
Manager	100%	100%	100%
Non-Management Employees	100%	100%	100%
<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Al 31 dicembre 2017			
N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	3%	-	100%
Manager	20%	10%	100%
Non-Management Employees	77%	90%	100%
<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione GRI 404-3 - Germania

Al 31 dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	100%	-	100%
Manager	100%	100%	100%
Non-Management Employees	100%	100%	100%
<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	-	-	-
Manager	100%	100%	100%
Non-Management Employees	100%	100%	100%
<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Dipendenti che ricevono valutazione GRI 404-3 - Irlanda

Al 31 dicembre 2018

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	100%	100%	100%
Manager	100%	100%	100%
Non-Management Employees	100%	100%	100%
<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Al 31 dicembre 2017

N. persone	Uomini	Donne	Totale
Senior Manager	100%	-	100%
Manager	80%	80%	80%
Non-Management Employees	64%	74%	68%
<b>TOTALE</b>	<b>72%</b>	<b>76%</b>	<b>74%</b>

## Infortuni GRI 403-9 - Gruppo Mediolanum

Per quanto riguarda gli infortuni, i nuovi indicatori GRI (403-9) richiedono di escludere, rispetto allo scorso anno gli infortuni in itinere, che nel 2017 ammontavano per il Gruppo a 42 infortuni. Il valore utilizzato per il calcolo degli indici infortunistici è 200.000.

Utilizzando il nuovo indicatore GRI 403-9 l'indice di frequenza degli infortuni del 2017 risulterebbe di 0,05 per un unico incidente registrato in Spagna.

2018			
N. casi	Uomini	Donne	Totale
Indice di frequenza degli infortuni	0	0,60	0,28
Indice di mortalità	0	0	0
Indice di frequenza di infortuni con gravi conseguenze	0	0	0

2018			
N. casi	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul lavoro	-	6	6
di cui mortali	-	-	-
di cui con gravi conseguenze (ad esclusione di quelli mortali)	-	-	-

2018			
N. ore	Uomini	Donne	Totale
Ore lavorate	2.216.698	1.999.020	4.215.718

## Infortuni GRI 403-9 - Italia

2018			
N. casi	Uomini	Donne	Totale
Indice di frequenza degli infortuni	0	0,71	0,35
Indice di mortalità	0	0	0
Indice di frequenza di infortuni con gravi conseguenze	0	0	0

2018			
N. casi	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul lavoro	-	6	6
di cui mortali	-	-	-
di cui con gravi conseguenze (ad esclusione di quelli mortali)	-	-	-

2018			
N. ore	Uomini	Donne	Totale
Ore lavorate	1.748.146	1.699.900	3.448.046

## Infortunati GRI 403-9 - Spagna

Nel corso del 2018 in Spagna non sono stati registrati infortuni.

2018			
N. ore	Uomini	Donne	Totale
<b>Ore lavorate</b>	249.885	171.996	<b>421.881</b>

## Dati temporali, ore lavorate GRI 403-9 - Germania

Nel corso del 2018 in Germania non sono stati registrati infortuni.

2018			
N. ore	Uomini	Donne	Totale
<b>Ore lavorate</b>	93.830	61.470	<b>155.300</b>

## Dati temporali, ore lavorate GRI 403-9 - Irlanda

Nel corso del 2018 in Irlanda non sono stati registrati infortuni.

2018			
N. ore	Uomini	Donne	Totale
<b>Ore lavorate</b>	124.837	65.654	<b>190.491</b>



## Rapporto tra RAL donne e uomini GRI 405-2 - Italia

Rapporto tra la RAL delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2018	2017
Senior Manager	0,80	0,78
Manager	0,95	0,94
Non-Management Employees	1	1
Rapporto tra la remunerazione delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2018	2017
Senior Manager	0,81	0,75
Manager	0,94	0,93
Non-Management Employees	0,98	0,98

## Rapporto tra remunerazione donne e uomini GRI 405-2 - Spagna

Rapporto tra la RAL delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2018	2017
Senior Manager	0	0
Manager	0,68	0,84
Non-Management Employees	0,90	0,88
Rapporto tra la remunerazione delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2018	2017
Senior Manager	0	0
Manager	0,66	0,82
Non-Management Employees	0,90	0,89

## Rapporto tra remunerazione donne e uomini GRI 405-2 - Germania

Rapporto tra la RAL delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2018	2017
Senior Manager	n.d.*	-
Manager	n.d.*	n.d.*
Non-Management Employees	0,74	0,81
Rapporto tra la remunerazione delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2018	2017
Senior Manager	n.d.*	n.d.*
Manager	n.d.*	n.d.*
Non-Management Employees	0,70	0,80

\* Non vengono indicati i dati per privacy.

## Rapporto tra remunerazione donne e uomini GRI 405-2 - Irlanda

Rapporto tra la RAL delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2018	2017
Senior Manager	n.d.*	n.d.*
Manager	0,76	0,86
Non-Management Employees	0,95	0,91
Rapporto tra la remunerazione delle donne e quella degli uomini		
Media stipendio base	2018	2017
Senior Manager	n.d.*	n.d.*
Manager	0,76	0,80
Non-Management Employees	0,94	0,89

\* Il numero non può essere espresso per motivi di privacy.

## Formazione dipendenti GRI 404-1 - Gruppo

### Unità e ore per dipendente

2018								
N. ore	N° Uomini	N° ore uomini	Ore medie uomini	N° Donne	N° ore donne	Ore Medie donne	Totale	Ore medie categoria
Senior Manager	109	3.422	31	15	442	29	3.864	31
Manager	297	10.919	37	174	5.999	34	16.918	36
Non-Management Employees*	969	32.187	33	1.173	31.928	27	64.115	30
<b>TOTALE</b>	<b>1.375</b>	<b>46.528</b>	<b>34</b>	<b>1.362</b>	<b>38.369</b>	<b>28</b>	<b>84.898</b>	<b>31</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Al 31 Dicembre 2018*		Al 31 Dicembre 2017*	
	Numero partecipazioni	Ore totali	Numero partecipazioni	Ore totali
Corporate (Citizenship + Industry)	7.994	24.505	12.123	45.844
Interfunzionale (Managerial & Organizational)	2.021	20.146	11.308	30.113
Funzionale (Professional)	5.879	40.186	3.571	50.595
Altro	2	46	404	2.516
<b>TOTALE</b>	<b>15.896</b>	<b>84.882</b>	<b>27.406</b>	<b>129.068</b>

\* Il numero di ore di formazione erogate nel 2018 sembra minore rispetto al 2017, poichè la categoria Non-Management employees è stata "pulita" considerando i soli dipendenti

## Formazione dipendenti GRI 404-1 - Italia

### Unità e ore per dipendente

2018								
N. ore	N° Uomini	N° ore uomini	Ore medie uomini	N° Donne	N° ore donne	Ore Medie donne	Totale	Ore medie categoria
Senior Manager	87	2.207	25	14	378	27	2.586	26
Manager	239	5.015	21	145	3.300	23	8.315	22
Non-Management Employees	769	21.063	27	1.016	23.867	23	44.930	25
<b>TOTALE</b>	<b>1.095</b>	<b>28.285</b>	<b>26</b>	<b>1.175</b>	<b>27.545</b>	<b>23</b>	<b>55.831</b>	<b>25</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Al 31 Dicembre 2018		Al 31 Dicembre 2017	
	Numero partecipazioni	Ore totali	Numero partecipazioni	Ore totali
Corporate (Citizenship + Industry)	7.246	19.336	11.506	41.142
Interfunzionale (Managerial & Organizational)	994	7.876	11.132	23.274
Funzionale (Professional)	5.481	28.619	3.041	44.655
Altro	-	-	397	2.495
<b>TOTALE</b>	<b>13.721*</b>	<b>55.831*</b>	<b>26.076*</b>	<b>111.566*</b>

\* Il numero di ore di formazione erogate nel 2018 sembra minore rispetto al 2017, poichè la categoria Non-Management employees è stata "pulita" considerando i soli dipendenti.

## Formazione dipendenti GRI 404-1 - Spagna

### Unità e ore per dipendente

2018								
N. ore	N° Uomini	N° ore uomini	Ore medie uomini	N° Donne	N° ore donne	Ore Medie donne	Totale	Ore medie categorie
Senior Manager	5	305	61	-	-	-	305	61
Manager	29	4.463	154	11	1.566	142	6.029	151
Non-Management Employees	118	6.912	59	96	5.906	62	12.818	60
<b>TOTALE</b>	<b>152</b>	<b>11.680</b>	<b>77</b>	<b>107</b>	<b>7.472</b>	<b>70</b>	<b>19.152</b>	<b>74</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Al 31 Dicembre 2018		Al 31 Dicembre 2017	
	Numero partecipazioni	Ore totali	Numero partecipazioni	Ore totali
Corporate (Citizenship + Industry)	530	1.276,00	422	1.598
Interfunzionale (Managerial & Organizational)	304	8.773,50	119	3.548
Funzionale (Professional)	1.018	9.102,00	448	5.672
Altro	-	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>1.852</b>	<b>19.152</b>	<b>989</b>	<b>10.818</b>

## Formazione dipendenti GRI 404-1 - Germania

### Unità e ore per dipendente

2018								
N. ore	N° Uomini	N° ore uomini	Ore medie uomini	N° Donne	N° ore donne	Ore Medie donne	Totale	Ore medie categorie
Senior Manager	4	144	36	-	-	-	144	36
Manager	15	548	37	2	112	56	660	39
Non-Management Employees	37	1.405	39	41	942	23	2.347	30
<b>TOTALE</b>	<b>55</b>	<b>2.097</b>	<b>38</b>	<b>42</b>	<b>1.054</b>	<b>25</b>	<b>3.151</b>	<b>32</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Al 31 Dicembre 2018		Al 31 Dicembre 2017	
	Numero partecipazioni	Ore totali	Numero partecipazioni	Ore totali
Corporate (Citizenship + Industry)	112	224	104	384
Interfunzionale (Managerial & Organizational)	94	2.793	48	407
Funzionale (Professional)	1	48	82	268
Altro	2	46	7	21
<b>TOTALE</b>	<b>209</b>	<b>3.111</b>	<b>241</b>	<b>1.080</b>

## Formazione dipendenti GRI 404-1 - Irlanda

### Unità e ore per dipendente

2018								
N. ore	N° Uomini	N° ore uomini	Ore medie uomini	N° Donne	N° ore donne	Ore Medie donne	Totale	Ore medie categoria
Senior Manager	12	766	64	1	64	64	830	64
Manager	14	893	64	16	1.021	64	1.915	64
Non-Management Employees	44	2.808	64	19	1.213	64	4.020	64
<b>TOTALE</b>	<b>70</b>	<b>4.467</b>	<b>64</b>	<b>36</b>	<b>2.297</b>	<b>64</b>	<b>6.765</b>	<b>64</b>

## Tipologia di formazione erogata

Tipologia di formazione	Al 31 Dicembre 2018		Al 31 Dicembre 2017	
	Numero partecipazioni	Ore totali	Numero partecipazioni	Ore totali
Corporate (Citizenship + Industry)	106	3.669	91	2.720
Interfunzionale (Managerial & Organizational)	8	3.120	9	2.884
Funzionale (Professional)	-	-	-	-
Altro	-	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>-</b>	<b>6.789</b>	<b>100</b>	<b>5.604</b>

## 3.5 Responsabilità verso la collettività e l'ambiente

### GRUPPO

Il GRI prevede due diversi approcci per calcolare le emissioni appartenenti alla categoria Scopo 2: Location-based e Market-based. L'approccio "Location-based" prevede l'utilizzo di un fattore medio di emissione associato allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica. Tale approccio tiene in considerazione il fattore di conversione dell'energia con riferimento alla generazione della stessa nel paese in cui è stata acquistata. Invece, l'approccio "Market-based" prevede l'utilizzo di un fattore di emissione definito su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica, e tiene conto dei certificati acquistati dall'azienda che attestano l'approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili (es. Garanzie di Origine). Per il calcolo Location-based sono stati utilizzati i fattori di emissione TERNA 2015 - confronti internazionali mentre per il calcolo secondo il metodo "Market-based" sono stati utilizzati i fattori di residual mix pubblicati da AIB.

Sono inoltre state considerate le nuove linee guida ABI per la rendicontazione secondo i GRI Standard.

### Materiali utilizzati GRI 301-1 - Gruppo

	Unità di misura	2018	2017
<b>Carta certificata (riciclata)</b>	t	49,5	50,8
<b>Carta (bianca e intestata)*</b>	t	2,8	4,39

\* La carta non certificata è considerata non rinnovabile.



## Totale Consumi energetici interni all'organizzazione GRI 302-1 - Gruppo

	Unità di misura	2018
Energia elettrica acquistata	KWh	8.441.204
Gas Naturale	m3	1.563.054
Gasolio (da gruppo elettrogeno)	l	3.000
Benzina (da auto a noleggio)	l	11.671
Gasolio (da auto a noleggio)	l	223.291

## Totale Consumi energetici interni all'organizzazione GRI 302-1 - Gruppo

	Unità di misura	2018	2017
Energia elettrica	GJ	30.338	51.999*
Gas Naturale	GJ	55.102	60.906
Gasolio (da gruppo elettrogeno)	GJ	108	277
Benzina (da auto a noleggio)	GJ	256	
Gasolio (da auto a noleggio)	GJ	5.613	-
<b>Totale</b>	<b>GJ</b>	<b>91.467</b>	<b>113.183</b>

\* Contiene scontamento da energia elettrica da impianto di trigenerazione di 31.180

## Emissioni di GHG

### Emissioni indirette di gas ad effetto serra (GHG) - Scopo 1 - GRI 305-1 - Gruppo

	Unità di misura	2018	2017
Gas Naturale	tCO2 eq	3.109	3.037
Gasolio (da gruppo elettrogeno)	tCO2 eq	8	-
Gasolio (da auto a noleggio)	tCO2 eq	418	-
<b>Totale Scopo 1</b>	<b>tCO2 eq</b>	<b>3.555</b>	<b>3.037</b>

### Emissioni indirette di gas ad effetto serra (GHG) - Scopo 2 - Location based GRI 305-2 - Gruppo

	Unità di misura	2018	2017
Energia elettrica acquistata	tCO2eq	3.155	3.447*
<b>Totale Scopo 2 Location based</b>	<b>tCO2 eq</b>	<b>3.155</b>	<b>3.447</b>

\* Nel 2018, seguendo le indicazioni dei nuovi indicatori GRI, il calcolo dello Scopo 2 avviene tramite l'approccio "Location Based" e "Market Based". Nel 2017 le emissioni da Scopo 2 "Location Based" si sarebbero attestate a 3.529 tCO2eq.

### Emissioni indirette di gas ad effetto serra (GHG) - Scopo 2 - Market based GRI 305-2 - Gruppo

	Unità di misura	2018	2017
Energia elettrica acquistata da non rinnovabili	tCO2 eq	4.088	3.447*
Energia Elettrica acquistata con GO (Garanzia d'Origine)	tCO2 eq	0	0
<b>Totale Scopo 2 Market based</b>	<b>tCO2 eq</b>	<b>4.088</b>	<b>3.447</b>

\* Nel 2018, seguendo le indicazioni dei nuovi indicatori GRI, il calcolo dello Scopo 2 avviene tramite l'approccio "Location Based" e "Market Based". Nel 2017 le emissioni da Scopo 2 "Market Based" si sarebbero attestate a 4.573 tCO2eq.

## ITALIA

### Iniziative per la riduzione del consumo di energia GRI 302-4 Italia

Iniziativa	Unità di misura	Risultato 2018	Baseline (consumi) 2017	Risparmio ottenuto	% Risparmio ottenuto
Cambio motori cogenerazione Meucci (KW PRODOTTI)	kWh	5.041.678*	4.845.018	(242.795)	5,0%
Sostituzione chiller Palazzo Galilei	kWh	460.800	662.400	201.600	(30,4%)
Sostituzione impianto illuminazione con tecnologia a LED	kWh	228.838	1.607.649	(1.378.811)	(85,8%)

\* Nel 2018 è stato prodotto il 5% in più kWh a servizio degli stabili

## SPAGNA

### Iniziative per la riduzione del consumo di energia GRI 302-4 - Spagna

Iniziativa	Unità di misura	Risultato 2018	Baseline (consumi) 2017	Risparmio ottenuto	% Risparmio ottenuto
Ottimizzazione del clima	kWh	627.538	682.236	54.698	8,0%

## IRLANDA

### Iniziative per la riduzione del consumo di energia GRI 302-4 - Irlanda

Iniziativa	Unità di misura	Risultato 2018	Baseline (consumi) 2017	Risparmio ottenuto	% Risparmio ottenuto
Printer settings generate savings equivalent to A4 sheets of paper	A4 paper	12.344	25.821	13.477	52,2%
Paper shredded	Kg of confidential paper recycled and shredded	1.059	-*	-	-

\* E' cambiato il fornitore e l'informazione non è più tracciabile

## Tabella degli indicatori GRI

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>GRI 102: General Standard Disclosure (2016)</b>			
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>			
102-1	Nome dell'organizzazione	717	
102-2	Principali marchi, prodotti e servizi	725; 731; 849	
102-3	Sede principale	849	
102-4	Paesi di operatività	725; 849	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	749-757	
102-6	Mercati serviti	725; 849	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	721	
102-8	Caratteristiche della forza lavoro	818; 875-882	
102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	774-776; 853-854	
102-10	Cambiamenti significativi della dimensione, struttura, assetto proprietario o catena di fornitura dell'organizzazione avvenuti nel periodo di rendicontazione	717-719	
102-11	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	767-772	
102-12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	745	
102-13	Partecipazione ad associazioni di categoria	745	
<b>STRATEGIA</b>			
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	713-716	
<b>ETICA ED INTEGRITÀ</b>			
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	729; 748	

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>GRI 102: General Standard Disclosure (2016)</b>			
<b>GOVERNANCE</b>			
102-18	Struttura di governo dell'organizzazione	749-757	
<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>			
102-40	Categorie e gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	733-734	
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	889-890	
102-42	Processo di identificazione degli stakeholder	777-778	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder, incluso frequenze e tipologie di attività	733-734	
102-44	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	735-749	
<b>PRATICHE DI REPORTING</b>			
102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato e indicazioni delle società non comprese nel report	717-719; 725	
102-46	Processo per la definizione dei contenuti del Rapporto di Sostenibilità	777-780	
102-47	Aspetti materiali identificati	780	
102-48	Modifiche di informazioni rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	717-719	
102-49	Cambiamenti significativi in termini di obiettivi e perimetri rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	777-780; 858-859	
102-50	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	717-719	
102-51	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	717-719	
102-52	Ciclo di rendicontazione	717-719	
102-53	Contatti e indirizzi	719	
102-54	'Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	717-719	
102-55	Indice dei contenuti GRI	907-916	
102-56	Politiche e pratiche di assurance esterna	719; 918-920	

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>TOPIC-SPECIFIC STANDARDS</b>			
<b>GRI 200: Economic Series (2016)</b>			
<b>TOPIC MATERIALE: PERFORMANCE ECONOMICA</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	784-788; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	784-788	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	784-788	
<b>GRI-201: Performance economica (2016)</b>			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	785-788; 860	
<b>TOPIC MATERIALE: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	784-788; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	784-788	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	784-788	
<b>GRI-203: Impatti economici indiretti (2016)</b>			
203-2	Impatti economici indiretti significativi	784-788	
<b>TOPIC MATERIALE: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	746; 774-776	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	746; 774-776	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	746; 774-776	

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>GRI-204: Pratiche di approvvigionamento (2016)</b>			
204-1	Porzione della spesa da fornitori locali	853	
<b>TOPIC MATERIALE: ANTICORRUZIONE</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	762-764; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	762-764	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	762-764	
<b>GRI-205: Anticorruzione (2016)</b>			
205-2	Comunicazione e formazione su policy e procedure anti-corruzione	856-857	
<b>GRI 300: Environmental Series (2016)</b>			
<b>TOPIC MATERIALE: MATERIALI</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	844; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	843-844	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	843-844	
<b>GRI-301: Materiali (2016)</b>			
301-1	Materiali utilizzati per peso e volume	903	
<b>TOPIC MATERIALE: ENERGIA</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	844-847; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	844-847; 858-859	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	844-847; 858-859	

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>GRI-302: Energia (2016)</b>			
302-1	Consumi energetici interni all'organizzazione	846; 904; 906	
302-4	Riduzione del consumo di energia	846; 904; 906	
<b>TOPIC MATERIALE: EMISSIONI</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	844-848; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	844-848	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	844-848	
<b>GRI-305: Emissioni (2016)</b>			
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	846; 905	
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	844-845	
<b>GRI 400: Social Series (2016)</b>			
<b>TOPIC MATERIALE: OCCUPAZIONE</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	818-823; 827; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	818-823; 827	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	818-823; 827	
<b>GRI-401: Occupazione (2016)</b>			
401-1	Nuovi assunti e turnover del personale	885-888	
401-2	Benefit offerti a dipendenti a tempo pieno che non sono offerti a dipendenti a tempo determinato o part-time	827	



GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>TOPIC MATERIALE: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	764-765; 818-823; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	764-765; 818-823	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	764-765; 818-823	
<b>GRI-403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)</b>			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza lavorativa	764-765; 818-823	
403-2	Identificazione del pericolo, misurazione del rischio, indagine sugli incidenti	764-765; 818-823	
403-3	Servizi di medicina sul lavoro	764-765; 818-823	
403-4	Partecipazione dei lavoratori, consultazione e comunicazione sulla salute e sicurezza lavorativa	764-765; 818-823	
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza professionale	764-765; 818-823	
403-6	Promozione della salute lavorativa	764-765; 818-823	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti diretti sulla salute e sicurezza lavorativa collegati alle relazioni commerciali	764-765; 818-823	
403-8	Lavoratori tutelati da un sistema di gestione di salute e sicurezza lavorativa	764-765; 818-823	
403-9	Infortuni sul lavoro	893-895	
<b>TOPIC MATERIALE: FORMAZIONE E ISTRUZIONE</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	823-826; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	823-826	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	823-826	
<b>GRI-404: Formazione e istruzione(2016)</b>			
404-1	Ore medie di formazione per anno e per dipendente	898-902	

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono regolari valutazioni delle performance e di sviluppo di carriera	890-892	
<b>TOPIC MATERIALE: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	818-823; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	818-823	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	818-823	
<b>GRI-405: Diversità e pari opportunità(2016)</b>			
405-1	Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	869-875	
405-2	Rapporto tra lo stipendio base e la remunerazione delle donne rispetto a quella degli uomini	896-897	
<b>TOPIC MATERIALE: COMUNITÀ LOCALI</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	828-843; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	828-843	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	828-843	
<b>GRI-413: Comunità locali (2016)</b>			
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazione degli impatti e programmi di sviluppo	828-843	
<b>TOPIC MATERIALE: ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	796-797; 803-805; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	796-797; 803-805; 858-859	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	796-797; 803-805; 858-859	

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>GRI-417: Etichettatura di prodotti e servizi (2016)</b>			
417-3	Casi di non-conformità relativi all'attività di marketing		Non si sono registrati incidenti nel presente anno di reporting
<b>TOPIC MATERIALE: PRIVACY DEI CONSUMATORI</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	798-800; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	798-800	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	798-800	
<b>GRI-418: Privacy dei consumatori (2016)</b>			
418-1	Reclami riguardanti la violazione della privacy e la perdita dei dati dei clienti		Nell'anno 2018 per il Gruppo Mediolanum i reclami in ambito privacy sono stati n. 17.
<b>TOPIC MATERIALE: CONFORMITÀ SOCIO-ECONOMICA</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	753-754; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	753-754	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	753-754	
<b>GRI-419: Conformità socio-economica (2016)</b>			
419-1	Non-compliance a regolamenti e leggi in materia sociale ed economica	787, Relazione sulla Gestione	

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>FINANCIAL SECTOR DISCLOSURE</b>			
<b>TOPIC MATERIALE: PORTAFOGLIO PRODOTTI</b>			
DMA	Management approach	794-796; 830-832; 858-859	
FS7	Valore monetario di prodotti e servizi progettati per offrire un beneficio sociale specifico per ogni linea di business, ripartiti per scopo	794-796; 830-832	
<b>TOPIC MATERIALE: COMUNITÀ LOCALI</b>			
DMA	Management approach	805-806; 858-859	
FS14	Iniziative per migliorare l'accesso ai servizi finanziari per le persone svantaggiate	805-806	
<b>ALTRI TOPIC MATERIALI</b>			
<b>TOPIC MATERIALE: CENTRALITÀ DEL CLIENTE</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	735-737; 850-852; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	735-737; 850-852	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	735-737; 850-852	
<b>TOPIC MATERIALE: INNOVAZIONE DI BUSINESS</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	801-803; 859-860	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	801-803	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	801-803	

GRI Standard	Disclosure	Pagine/Note	Omissione
<b>TOPIC MATERIALE: CORPORATE GOVERNANCE</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	749-762; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	749-762	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	749-762	
<b>TOPIC MATERIALE: GESTIONE DEI RISCHI</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	767-773; 858-859	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	767-773	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	767-773	

# Relazione di revisione alla DNF





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  
SULLA DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO AI SENSI  
DELL'ART. 3, C. 10, D.LGS. 254/2016 E DELL'ART. 5 DEL REGOLAMENTO CONSOB ADOTTATO CON  
DELIBERA N. 20267 DEL GENNAIO 2018**

**Al Consiglio di Amministrazione di  
Banca Mediolanum S.p.A.**

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario di Banca Mediolanum S.p.A. e sue controllate (di seguito "Gruppo Mediolanum" o "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 predisposta ex art. 4 del Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 28 febbraio 2019 (di seguito "DNF").

**Responsabilità degli Amministratori e del collegio sindacale per la DNF**

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* (di seguito "*GRI Standards*"), da essi individuati come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il collegio sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

**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 su 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 qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

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 di Milano Monza Brianza Lodi n. 03049560166 - R.E.A. n. MI-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.

**Responsabilità della società di revisione**

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai *GRI Standards*. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal 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 *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di 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.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
2. analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
3. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo Mediolanum;
4. comprensione dei seguenti aspetti:
  - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
  - politiche praticate dal Gruppo connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
  - principali rischi, generati o subito connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto;

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a);

5. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale di Banca Mediolanum S.p.A. e Banco Mediolanum S.A., e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.



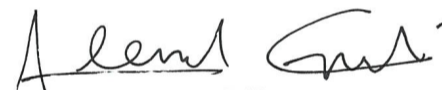
Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo e società controllate:
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per le seguenti società, Banca Mediolanum S.p.A. e Banco Mediolanum S.A., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

#### **Conclusioni**

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Mediolanum relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai *GRI Standards*.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



**Alessandro Grazioli**  
Socio

Milano, 15 marzo 2019