

Policy
Trasparenza delle Operazioni e dei
Servizi Bancari e Finanziari -
Correttezza delle relazioni con i Clienti

Indice

1	<u>SCOPO E AMBITO DI APPLICAZIONE</u>	6
2	<u>GLOSSARIO</u>	6
3	<u>PRINCIPI GENERALI</u>	11
4	<u>CLASSIFICAZIONE DELLA CLIENTELA</u>	12
5	<u>PROFILI ORGANIZZATIVI IN MATERIA DI TRASPARENZA</u>	12
5.1	<u>ATTIVITÀ DI PREDISPOSIZIONE, AGGIORNAMENTO E CONTROLLO DELLA DOCUMENTAZIONE IN MATERIA DI TRASPARENZA</u>	12
5.1.1	<u>Attività di modifica della documentazione di Trasparenza</u>	12
5.1.2	<u>Attività di verifica e controllo di conformità</u>	13
5.1.3	<u>Archivio e pubblicazione dei documenti di Trasparenza</u>	13
5.2	<u>STRUMENTI DI PUBBLICITÀ DELLE OPERAZIONI E DEI SERVIZI OFFERTI DALLA BANCA</u> ..	14
5.2.1	<u>Annunci pubblicitari</u>	14
6	<u>ADEMPIMENTI NEI RAPPORTI CON LA CLIENTELA</u>	15
6.1	<u>INFORMATIVA PRECONTRATTUALE</u>	15
6.1.1	<u>Informativa precontrattuale relativa alla prestazione dei Servizi di pagamento</u>	16
6.1.1.1	<u>Conti di pagamento offerti a o sottoscritti da Consumatori</u>	17
6.1.2	<u>Disposizioni particolari in materia di Informativa precontrattuale nell'ambito del Credito ai consumatori</u>	18
6.1.2.1	<u>Ambito di applicazione</u>	18
6.1.2.2	<u>Pubblicità</u>	18
6.1.2.3	<u>Informativa precontrattuale</u>	19
6.2	<u>CONCLUSIONE DEL CONTRATTO</u>	19
6.3	<u>CONTENUTO DEI CONTRATTI</u>	20
6.3.1	<u>Conto Corrente di Base</u>	20
6.3.2	<u>Credito al Consumo</u>	21
6.3.3	<u>Credito immobiliare a Consumatori</u>	21
6.3.3.1	<u>Ambito di applicazione</u>	22
6.3.3.2	<u>Pubblicità ed Informativa precontrattuale</u>	22
6.3.4	<u>Assicurazioni connesse all'erogazione di finanziamenti assistiti da garanzie ipotecarie e di credito al consumo</u>	22
6.3.5	<u>Servizi accessori</u>	22
6.3.6	<u>Operazioni che comportino la cessione di rapporti giuridici di Conti di pagamento</u>	24
6.4	<u>ESTINZIONE DEL RAPPORTO</u>	25
7	<u>COMUNICAZIONI ALLA CLIENTELA</u>	26
7.1	<u>RAPPORTI REGOLATI IN CONTO CORRENTE</u>	27
7.2	<u>CONTRATTI DI CREDITO FONDIARIO EX ARTT. 38 SS. TUB</u>	28
7.3	<u>SPECIFICHE COMUNICAZIONI NEI CONFRONTI DEI CONSUMATORI</u>	28

<u>7.4</u>	<u>COMUNICAZIONI RICHIESTE NELL'AMBITO DELL'EROGAZIONE DI SERVIZI DI PAGAMENTO</u>	
	28	
<u>7.5</u>	<u>COMUNICAZIONI A DISTANZA</u>	29
<u>7.6</u>	<u>PROCESSO PER LA GESTIONE DELLE MODIFICHE UNILATERALI DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI</u>	30
<u>7.6.1</u>	<u>Istruttoria e valutazione</u>	31
<u>7.6.2</u>	<u>Esecuzione</u>	32
8	<u>REMUNERAZIONI E COMMISSIONI</u>	32
<u>8.1</u>	<u>INDICATORE DEI COSTI COMPLESSIVI</u>	32
<u>8.2</u>	<u>TASSO ANNUO EFFETTIVO GLOBALE</u>	32
<u>8.3</u>	<u>DISPOSIZIONI IN TEMA DI REMUNERAZIONE DEGLI AFFIDAMENTI</u>	33
<u>8.4</u>	<u>DISPOSIZIONI IN TEMA DI REMUNERAZIONE DEGLI SCONFINAMENTI</u>	34
<u>8.4.1</u>	<u>Modalità di percezione della Commissione di Istruttoria Veloce</u>	34
<u>8.4.2</u>	<u>Disposizioni particolari per la percezione della Commissione di Istruttoria Veloce nei confronti di clienti «Consumatori»</u>	34
9	<u>ADEMPIMENTI IN MATERIA DI PRODUCT GOVERNANCE BANCARIA</u>	35
<u>9.1</u>	<u>PERIMETRO DI APPLICAZIONE</u>	35
<u>9.2</u>	<u>ADEMPIMENTI IN QUALITÀ DI PRODUTTORE E DISTRIBUTORE</u>	36
<u>9.2.1</u>	<u>Elaborazione dei prodotti e Definizione del Target Market</u>	36
<u>9.2.2</u>	<u>Attività di Product Testing</u>	37
<u>9.2.3</u>	<u>Monitoraggio e misure correttive</u>	38
<u>9.2.4</u>	<u>Canali distributivi</u>	38
<u>9.2.5</u>	<u>Flussi informativi</u>	39
<u>9.2.6</u>	<u>Conoscenze del personale addetto all'elaborazione e alla distribuzione dei prodotti/servizi</u> ..	39
<u>9.3</u>	<u>ADEMPIMENTI IN QUALITÀ DI "MERO" DISTRIBUTORE</u>	39
<u>9.3.1</u>	<u>Ricezione del Target Market definito dal Produttore</u>	40
<u>9.3.2</u>	<u>Monitoraggio e misure correttive</u>	40
<u>9.3.3</u>	<u>Flussi informativi</u>	40
10. Reclami		41
11. Monitoraggio della presente Policy e verifiche della funzione di controllo		41
ALLEGATI		42
<u>9.4</u>	<u>ALLEGATO 1 - NORMATIVA COLLEGATA</u>	42

La Policy ha lo scopo di descrivere gli elementi essenziali del rapporto contrattuale tra i clienti e la Banca nonché le relative variazioni, al fine di attenuare i rischi sanzionatori, legali e reputazionali e concorrere alla sana e prudente gestione della Banca per quanto riguarda la trasparenza verso i clienti e la correttezza nei rapporti con i clienti. Inoltre, viene definito il processo volto a garantire la trasparenza verso i clienti stessi delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari, attribuendo compiti e responsabilità ai vari soggetti coinvolti nell'operatività della Banca.

Inoltre, in linea con i principi di *fair advertising* – anche sanciti nell'illimity Way – la Policy definisce i presidi adottati dalla Banca al fine di tutelare i consumatori ed evitare pratiche commerciali scorrette nell'ambito della predisposizione di annunci pubblicitari e campagne promozionali inerenti a prodotti e servizi offerti. Tali presidi sono ispirati ad elevati standard di chiarezza, coerenza e veridicità delle informazioni rese al pubblico e si articolano in specifiche verifiche preventive del materiale pubblicitario volte ad accertare il rispetto dei requisiti normativi vigenti nonché a garantire che i clienti possano sempre prendere decisioni consapevoli e informate circa i servizi offerti.

Le vigenti Disposizioni di vigilanza in materia di Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari regolano il rapporto tra la Banca e i propri clienti, al fine di ottenere e mantenere un elevato livello di trasparenza, oltre che il rispetto dei principi di correttezza e buona fede, nelle relazioni d'affari che la Banca instaura con le proprie controparti.

In particolare, il rispetto dei principi di trasparenza, correttezza e buona fede assicura:

- una migliore tutela del cliente;
- la riduzione per la Banca dei rischi di natura legale e reputazionale connessi ai rapporti con la clientela;
- in generale, l'aumento della fiducia del pubblico nei confronti degli operatori bancari e finanziari;
- il mantenimento della stabilità del sistema finanziario nel suo complesso.

La presente Policy definisce regole e procedure interne volte ad assicurare che, durante tutte le fasi del rapporto pre-contrattuale e contrattuale:

- sia fornita alla propria clientela - ivi inclusa quella meramente potenziale - un'informazione chiara, completa e trasparente sui prodotti e i servizi offerti, sia nell'ambito di annunci pubblicitari e campagne promozionali della Banca sia all'interno dei materiali informativi pre-contrattuali resi disponibili sul sito internet ufficiale e nel corso delle procedure di *onboarding* – anche digitali – della clientela;
- sia assicurata la comprensibilità delle informazioni per ciascuna tipologia di clientela, in particolare nei confronti della clientela classificabile come "Consumatori", in quanto ritenuta maggiormente bisognosa di tutela;
- siano evitate pratiche volte ad indirizzare il cliente verso prodotti evidentemente e manifestamente inadatti rispetto alle proprie esigenze finanziarie;
- sia garantita una efficiente gestione dei reclami della clientela, al fine di mantenere alta la qualità della relazione instaurata con ciascun cliente.

Inoltre, la Banca, in questo contesto, provvede a garantire che il Personale di relazione:

- abbia un'adeguata e aggiornata conoscenza delle regole in materia di Trasparenza e delle relative procedure interne della Banca;
- sia in grado di fornire chiarimenti sulle caratteristiche dei servizi e sui diritti dei clienti, sulla base della documentazione informativa di Trasparenza e, se necessario, di ulteriori documenti;
- accerti che i clienti, prima di essere vincolati da un contratto o da una proposta, abbiano avuto modo di valutare adeguatamente la documentazione informativa fornita, verificando la presenza della stessa sul sito internet della Banca e, ove rilevante, presso le sue sedi.

A tale scopo, la Banca assicura la formazione del Personale di relazione sulle tematiche connesse all'operatività della Banca, alle caratteristiche dei prodotti offerti e alla Trasparenza Bancaria e, con la finalità di garantire un adeguato livello di informazioni a disposizione del cliente, valuta almeno annualmente le procedure e la modulistica in materia di Trasparenza:

- per verificarne l'adeguatezza e l'efficacia, in ottica di completezza, chiarezza e accessibilità;
- per rimediare alle carenze eventualmente riscontrate, le quali saranno oggetto di revisione nel caso di aggiornamenti normativi e/o modifiche all'ambito di operatività della Banca.

Infine, la Banca adotta politiche e prassi di remunerazione del Personale di relazione e dei terzi a diretto contatto con la clientela:

- coerenti con gli obiettivi e i valori aziendali e le strategie di lungo periodo;
- ispirate a criteri di diligenza, trasparenza e correttezza nelle relazioni con la clientela, contenimento dei rischi legali e reputazionali, tutela e fidelizzazione della clientela, rispetto delle disposizioni di auto-disciplina eventualmente applicabili;
- non basate esclusivamente su obiettivi commerciali e non costituenti un incentivo a collocare prodotti non adatti rispetto alle esigenze finanziarie dei clienti.

ABSTRACT