

MAPPATURA DELLE ATTIVITÀ GENERATRICI DI POTENZIALE CONFLITTO DI INTERESSE IN AMBITO DI DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA					Indicazioni uniformi per le Modalità di gestione del COI e relativa valutazione di efficacia/inefficacia			DISCLOSURE				
ID	Area	Personale / controparti coinvolte	Prodotti	Tipologia conflitto di interesse potenziale	Fattispecie di Conflitto di interesse (COI)	Descrizione Conflitto di interesse potenziale (COI)	Modalità di gestione dei conflitti di interesse	Indicazione dell'efficacia/inefficacia della modalità di gestione	Disclosure	Disclosure: se SI - riferimenti all'informativa	Testo della Disclosure prevista nell'informativa	
COI-01	Corporate Affairs	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Accordi di distribuzione	Sono in atto relazioni particolari tra intermediari o tra intermediari e Compagnie assicurative.	In alcuni casi è possibile che le Compagnie assicurative delegano l'incarico di distribuzione dell'intermediario o viceversa anche a livello della Capogruppo	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IOD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti; c) Prodotti NON IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. d) Prodotti IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. - definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso; - rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza); - garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritte; - ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela. Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione; - adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi; - con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio; - con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa; - il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	SI	Per trasparenza ai sensi dell'art. 120 ter del CAP che impone l'obbligo di trasparenza	Prevista nella sezione III dell'Allegato 3 non IBIPs e nella sezione II dell'Allegato IBIPs "informativa ex art. 133, comma 2, lett. a) del R.L."	«1. L'intermediario RivieraBanca Credito Cooperativo di Rimini e Gradara S.c. in forma breve RivieraBanca Credito Cooperativo S.c. ed i soggetti che operano per lo stesso non sono detentori di una partecipazione, diretta o indiretta, pari o superiore al 10% del capitale sociale o dei diritti di voto di alcuna impresa di assicurazione; 2. Le imprese di assicurazione o imprese controllanti un'impresa di assicurazione non sono detentrici di una partecipazione, diretta o indiretta, pari o superiore al 10% del capitale sociale o dei diritti di voto dell'intermediario RivieraBanca Credito Cooperativo S.c.; 3. L'intermediario ha un accordo di distribuzione congiunto con l'intermediario A. & T. Srl servizi assicurativi e turistici. Quest'ultima ed i soggetti che operano per la stessa non sono detentori di una partecipazione, diretta o indiretta, pari o superiore al 10% del capitale sociale o dei diritti di voto di alcuna impresa di assicurazione; 4. Le imprese di assicurazione o imprese controllanti un'impresa di assicurazione non sono detentrici di una partecipazione, diretta o indiretta, pari o superiore al 10% del capitale sociale o dei diritti di voto dell'intermediario A. & T. Srl servizi assicurativi e turistici; 5. La Banca è soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di Iccrea Banca Spa la quale detiene una partecipazione diretta pari al 30% del capitale sociale e dei diritti di voto di BCC Assicurazioni Spa ed il 30% del capitale sociale e dei diritti di voto di BCC Vita Compagnia di Assicurazioni Vita Spa. N.B.: A far data del 1 Marzo 2023 L'Art AAT verrà assorbita da BCC Servizi Assicurativi (BCC S.A.) pertanto i relativi mandati congiunti saranno trasferiti a BCC S.A.e si procederà ad aggiornare tutta l'informativa precontrattuale da tale data.M12
COI-02	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Comportamento del distributore	Gli intermediari non effettuano operazioni alle migliori condizioni possibili con riferimento al momento, alla dimensione e alla natura delle operazioni medesime.	Gli intermediari hanno obiettivi personali tali per cui sono spinti ad operare non tenendo in considerazione il miglior interesse del cliente. In relazione ai prodotti IBIPs, il distributore potrebbe inoltre agire in maniera non coerente con le preferenze manifestate dal cliente in materia di sostenibilità.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IOD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti; c) Prodotti NON IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. d) Prodotti IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. - definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso; - rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza); - garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritte; - ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela. Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione; - adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi; - con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio; - con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa; - il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-03	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Comportamento del distributore	Gli intermediari non operano in maniera tale da contenere i costi a carico dei clienti ed ottenere il massimo risultato possibile anche in relazione agli obiettivi assicurativi, proponendo variazioni contrattuali ed suggeriscono operazioni con una frequenza non necessaria.	Gli intermediari sono spinti ad operare favorendo i propri interessi al costo di carico dei clienti ed ottenere il massimo risultato possibile anche in relazione agli obiettivi assicurativi, proponendo variazioni contrattuali ed suggeriscono operazioni con una frequenza non necessaria.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IOD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti; c) Prodotti NON IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. d) Prodotti IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. - definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso; - rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza); - garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritte; - ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela. Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione; - adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi; - con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio; - con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa; - il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-04	Corporate Affairs	Membrati del COA	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Cumulazione di incarichi/attività	Gli amministratori del distributore detengono posizioni in distributori concorrenti o detengono azioni di altri distributori.	Incompatibilità tra cariche di amministrazione	Adozione di regole interne volte a prevedere che l'amministratore, in sede di nomina e di verifica dei requisiti di idoneità (divieto di interlocking o cause di decadenza previste dallo Statuto), dichiara l'eventuale incarico presso altri distributori concorrenti o detiene partecipazioni di altri distributori	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-05	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Remunerazione/incentivo	Il distributore riceve da una persona diversa rispetto al contraente, in relazione ai servizi forniti, incentivi in forma di beni, di servizi o in forma monetaria, offerti dalle commissioni standard ricevute per tale servizio, tali che possono compromettere la valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti.	Ottenere prestazioni per le attività di intermediazione assicurativa diverse dalle normali commissioni potrebbe indurre l'intermediario a non agire nel miglior interesse del cliente. In relazione ai prodotti IBIPs, il distributore potrebbe inoltre agire in maniera non coerente con le preferenze manifestate dal cliente in materia di sostenibilità.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IOD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti; c) Prodotti NON IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. d) Prodotti IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. - definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso; - rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza); - garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritte; - ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela. Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione; - adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi; - con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio; - con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa; - il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	SI	Per trasparenza ai sensi dell'art. 120 bis del CAP	Informativa per i prodotti non IBIPs: opzione a) per le polizze non abitate e multifinanziamenti «Per il prodotto intermediario è composto un compenso sotto forma di commissione inclusa nel premio assicurativo nonché eventuali benefici economici e non riconosciuti dall'impresa di assicurazione al raggiungimento di determinati obiettivi. Le informazioni sopra rese riguardano i compensi complessivamente percepiti dagli intermediari coinvolti nella distribuzione del prodotto.» opzione b) per le polizze abitate e multifinanziamenti «Per il prodotto intermediario è composto un compenso sotto forma di commissione inclusa nel premio assicurativo nonché eventuali benefici economici e non riconosciuti dall'impresa di assicurazione al raggiungimento di determinati obiettivi. Per quanto riguarda l'assicurazione obbligatoria per i veicoli a motore e natanti, la misura della provvigione riconosciuta dall'impresa di assicurazione è riportata all'interno dell'informativa e sui teleni di filiale, come indicato nel Regolamento ISVAP n. 23 del 9 maggio 2008 - di attuazione dell'art. 131 del Codice - che disciplina la trasparenza dei premi e delle condizioni del contratto nell'assicurazione obbligatoria veicoli e natanti. Le informazioni sopra rese riguardano i compensi complessivamente percepiti dagli intermediari coinvolti nella distribuzione del prodotto.» opzione c) solo per le polizze RC Auto «Per il prodotto intermediario è composto un compenso sotto forma di commissione inclusa nel premio assicurativo nonché eventuali benefici economici e non riconosciuti dall'impresa di assicurazione al raggiungimento di determinati obiettivi. Per quanto riguarda l'assicurazione obbligatoria per i veicoli a motore e natanti, la misura della provvigione riconosciuta dall'impresa di assicurazione è riportata all'interno dell'informativa e sui teleni di filiale, come indicato nel Regolamento ISVAP n. 23 del 9 maggio 2008 - di attuazione dell'art. 131 del Codice - che disciplina la trasparenza dei premi e delle condizioni del contratto nell'assicurazione obbligatoria veicoli e natanti. Le informazioni sopra rese riguardano i compensi complessivamente percepiti dagli intermediari coinvolti nella distribuzione del prodotto.» Informativa per i prodotti IBIPs: «A fronte dell'attività di distribuzione svolta e della consulenza prestata al cliente in relazione al prodotto intermediario, possono essere corrisposte alla Banca provvigioni, sotto forma di retrocessioni a valere sui premi assicurativi versati all'atto della sottoscrizione e in corso di contratto, nonché eventuali benefici economici e non riconosciuti dall'impresa di assicurazione al ricorrere di determinate condizioni. Possono essere altresì percepite dalla Banca provvigioni a valere sulle commissioni applicate dall'impresa per la gestione del contratto, previste dal contratto medesimo. Ulteriori dettagli in merito agli importi percepiti dalla Banca in relazione alla distribuzione del prodotto sono riportati nel documento "Informazioni di dettaglio dei costi e degli incentivi" nonché nel documento contenente le informazioni chiave per il prodotto di investimento assicurativo (KID) e negli altri documenti che compongono il Set Informativo. Possono essere presenti oneri di gestione del portafoglio che sono riportati nel documento "Modulo di attivazione del servizio di consulenza rivolta" e saranno oggetto di rendicontazione annuale periodica. Le informazioni previste dagli articoli 135-sexies comma 2, 135-decies comma 4 e 135-duodecies comma 1 lettera a) del libro del Regolamento Intermediari Conso citato, sono riportati nel documento "Informazioni di dettaglio dei costi e degli incentivi". In caso di collaborazione orizzontale, gli adempimenti previsti dagli articoli 134, 135, 135-ter, 135-septies e 135-viciesquies del libro IX del Regolamento Intermediari Conso citato, sono svolti dal soggetto abilitato alla distribuzione assicurativa che intrattiene il rapporto diretto con il cliente. Nelle informazioni da rendere al cliente sono comprese quelle relative a ogni pagamento o beneficio ricevuto da o pagato dai soggetti coinvolti nella collaborazione orizzontale.»	
COI-06	Corporate Affairs	Soggetti rilevati	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Outsourcing/fornitori	Un soggetto rilevante ha un incarico rilevante o possiede partecipazioni al capitale dell'outsourcer/fornitore	L'interesse del distributore potrebbe essere condizionato dall'interesse del soggetto che ha un incarico rilevante presso l'outsourcer o il fornitore terzo a privilegiare determinati outsourceur o fornitori terzi, con il rischio di una minore qualità del servizio offerto al cliente o sia fonte di maggiori costi trasferiti sul premio di polizza.	Fermi gli eventuali presidi civiltà, adozione di regole interne volte a disciplinare il processo di selezione di fornitori/outsourcer dei distributori e la valutazione delle loro prestazioni (SLA) nonché la definizione di accordi di esternalizzazione che prevedano che siano acquisite informazioni con riguardo all'adozione, da parte del fornitore, di specifici presidi in tema di conflitti di interesse. (n.b. Restano fatte salve eventuali valutazioni che in relazione alla singola iniziativa di esternalizzazione potranno avere dei riflessi sulla presente mappatura e sulla eventuale disclosure)	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-07	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Tra clienti	A parità di condizioni soggettive, gli intermediari potrebbero mettere in atto comportamenti che possano avvantaggiare alcuni clienti a danno di altri.	Determinati clienti ricevono un trattamento differente senza alcuna giustificazione a danno degli interessi di altri clienti.	Adozione di regole interne volte a disciplinare le regole di comportamento e condotta degli operatori al fine di agire con equità, onestà, professionalità, correttezza e trasparenza nel migliore interesse dei contraenti.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-08	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Tra clienti	Vi è un conflitto di interesse orizzontale tra clienti differenti, perché per un prodotto specifico c'è una domanda più alta rispetto alle opportunità di fornire/concludere il contratto	L'intermediario potrebbe favorire determinati clienti per interessi personali a scapito di altri, soprattutto in presenza di prodotti limitati di prodotto (prodotti a plafond/finestra).	Adozione di regole interne o accordi produttore-distributore volti disciplinare i criteri di collocamento del prodotto. I criteri che devono essere rispettati, vengono stabiliti dalle Società Prodotto. In ogni caso si propone, ad esempio di adottare il "Criterio della successione temporale": clienti che - anche a parità di condizioni e requisiti - ne facciano richiesta per primi (ordine cronologico di richiesta).	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-09	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Remunerazione/incentivo	Valutazione degli operatori in base al raggiungimento degli obiettivi	L'operatore potrebbe aver interesse a collocare determinati prodotti al fine di raggiungere gli obiettivi professionali attribuiti	Adozione di regole interne in materia di retribuzione e incentivazione del personale e di controllo dell'attività distributiva basata sulla valutazione dell'effettivo miglioramento della qualità del servizio. La valutazione può essere effettuata anche attraverso il monitoraggio di alcuni indicatori tra i quali possono essere considerati/analizzati: i reclami ricevuti, i recessi richiesti/gestiti, rapporto tra sinistri aperti e sinistri senza seguito.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			
COI-10	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (IBIPs e non IBIPs) e Danni	Presenza di un accordo commerciale di bancassurance	Presenza di un accordo commerciale di bancassurance tra la Capogruppo Iccrea Banca e le Compagnie BCC Vita e BCC Assicurazioni	30% quota partecipativa di Iccrea in BCC Vita/Assicurazioni. Assunzione, da parte della capogruppo Iccrea Banca, di specifici impegni di promozione, secondo un piano commerciale rivisto e principalmente focalizzato su redditività e competitività dei prodotti a catalogo, qualità del servizio alle banche aderenti e maggior penetrazione presso la clientela.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazioni e procedure interne che prevedano che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IOD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente nonché divieto di distribuire prodotti non coerenti; c) Prodotti NON IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. d) Prodotti IBIPs - adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti. - definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso; - rendere trasparente al cliente che le raccomandazioni fornite rientrano nell'ambito della prestazione di un servizio di investimento (consulenza); - garantire opportune cautele contrattuali, formalizzando un contratto scritto con il cliente e registrando documenti comprovanti le raccomandazioni fornite opportunamente sottoscritte; - ottenere tutte le informazioni necessarie per una corretta valutazione di adeguatezza delle raccomandazioni fornite alla clientela. Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione della c.d. adeguatezza bloccante che impedisce agli operatori di eseguire un'operazione di collocamento/distribuzione non adeguata che abbia ad oggetto un prodotto IBIPs emesso da società terze dalle quali il distributore abbia ricevuto, direttamente o indirettamente, incarico di collocamento/distribuzione; - adozione del Codice Etico al fine di richiedere ai suddetti operatori un comportamento onesto, equo e professionale nell'ambito della prestazione dei servizi; - con riferimento alle tematiche connesse alla sostenibilità, il distributore verifica la coerenza delle preferenze in materia di sostenibilità espresse dal cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti oggetto del servizio; - con riferimento alla definizione dei prodotti che assolvono i requisiti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017, il Gruppo si avvale di una metodologia per la selezione e valutazione dei prodotti, integrando alle valutazioni (rating/scoring) di società esterne specializzate, una specifica analisi quali-quantitativa; - il distributore al fine di gestire la raccomandazione dei prodotti di cui alle lettere a), b) e c), del punto 4, dell'art. 2 del Regolamento Delegato 2359/2017 utilizza la metodologia Cd. Best in class nella determinazione dei prodotti da raccomandare alla clientela e monitora periodicamente l'incidenza dei costi al fine di verificare l'eventuale maggiore onerosità dei prodotti sostenibili.	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	SI	Per trasparenza ai sensi dell'art. 120 ter del CAP	La disclosure è prevista nell'Allegato 3, Sezione II per i prodotti non IBIPs, Sezione II dell'Informativa ex art. 133 comma 2, lettera a) del R.L. per i prodotti IBIPs.	
COI-11	Distribution	Distributore	Prodotti Vita (solo prodotti IBIPs)	Comportamento del distributore	Essere contemporaneamente beneficiario o vincolatario delle prestazioni assicurative e distributore del relativo contratto.	Il distributore potrebbe essere contemporaneamente beneficiario o vincolatario delle prestazioni assicurative e distributore del relativo contratto.	Adozione di regole interne per evitare che l'operazione incida negativamente sull'interesse del cliente, valutando in particolare la contestualità dell'operazione contrattuale e la situazione finanziaria del cliente. A tal fine il tempo congruo tra la data di emissione della polizza e la richiesta di finanziamento è stato fissato in 3 mesi. Inoltre sono state fissate una Percentuale massima di penetrazione sul patrimonio (la percentuale di IBIPs a pegno non deve essere superiore al 50% del totale complessivo del patrimonio) ed è stato stabilito che il finanziamento richiesto non debba avere la finalità di investimento in altri strumenti/prodotti finanziari (né in altri prodotti IBIP).	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	NO			