



STRATEGIA DI GESTIONE DEGLI INCENTIVI

N° B.3	Approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione del 22/02/2018	Data di efficacia: 05/03/2018
--------	--	-------------------------------

INDICE

1	STRATEGIA DI GESTIONE DEGLI INCENTIVI	3
2	MAPPATURA DEGLI INCENTIVI E TEST DI AMMISSIBILITÀ	4
3	DISCLOSURE	5
4	AGGIORNAMENTO DELLA MAPPATURA INCENTIVI	5
5	RICERCA IN MATERIA DI INVESTIMENTI	6

1 STRATEGIA DI GESTIONE DEGLI INCENTIVI

La strategia di gestione degli incentivi adottata da Simgest ottempera a quanto predisposto all'articolo 24, comma 9 della Direttiva 2014/65/UE (di seguito anche "MiFID II") il quale prevede che:

“Gli intermediari non possono, in relazione alla prestazione di un servizio di investimento diverso dalla gestione di portafogli e dalla consulenza su base indipendente, o accessorio, pagare o percepire compensi o commissioni oppure fornire o ricevere benefici non monetarie da qualsiasi soggetto diverso dal cliente o da una persona che agisca per conto di questi, a meno che i pagamenti o i benefici:

- a) abbiano lo scopo di accrescere la qualità del servizio fornito al cliente; e*
- b) non pregiudichino l'adempimento dell'obbligo di agire in modo onesto, equo e professionale nel migliore interesse del cliente.”*

Inoltre, il sopracitato articolo 9, comma 2 di MiFID II stabilisce che:

- gli intermediari comunichino chiaramente al cliente, prima della prestazione del servizio di investimento o del servizio accessorio, in modo completo, accurato e comprensibile l'eventuale esistenza, la natura e l'importo dei pagamenti o dei benefici di cui sopra o, qualora l'importo non possa essere accertato, il metodo di calcolo di tale importo;
- la disciplina in materia di *inducements* “...non si applica ai pagamenti o benefici che consentono la prestazione dei servizi di investimento o sono necessari a tal fine, come ad esempio i costi di custodia, le competenze di regolamento e cambio, i prelievi obbligatori o le competenze legali e che, per loro natura, non possono entrare in conflitto con il dovere dell'intermediario di agire in modo onesto, equo e professionale per servire al meglio gli interessi dei clienti” (c.d. *proper fees*).

Onorari, commissioni o benefici non monetari, ai sensi dell'articolo 12, comma 2 della Direttiva Delegata (UE) 593/2017, sono considerati come concepiti per migliorare la qualità del servizio prestato al cliente qualora siano soddisfatte tutte le seguenti condizioni:

- a) “fornitura di un servizio aggiuntivo o di livello superiore per il relativo cliente, proporzionale al livello di incentivi ricevuti;*
- b) non offrono vantaggi diretti all'intermediario che riceve gli incentivi, agli azionisti o dipendenti dello stesso, senza apportare beneficio tangibile per il cliente;*
- c) gli incentivi percepiti o pagati su base continuativa sono giustificati dalla presenza di un beneficio continuativo per il cliente.”*

La normativa, inoltre, prevede che un compenso, commissione o beneficio non monetario sia inammissibile qualora la prestazione dei servizi al cliente sia distorta o negativamente influenzata a causa del compenso, della commissione o del beneficio non monetario.

La Società, alla luce delle previsioni di MiFID II, ha suddiviso gli incentivi in:

- 1) monetari;

- 2) non monetari rilevanti, spesso indicati anche come “*soft commission*”, il cui pagamento avviene in genere sotto forma di servizi o *benefit* di altro genere;
- 3) non monetari di minore entità, quali ad esempio: partecipazione a convegni, informazione o documentazione relativa ad uno strumento finanziario etc.).

I benefici non monetari di minore entità sono ritenuti ammissibili quando risultano essere ragionevoli, proporzionati e tali da non incidere sul comportamento dell'intermediario in alcun modo che sia pregiudizievole per gli interessi del cliente

SIMGEST, al fine di adempiere alle disposizioni in materia di incentivi appena richiamate, ha adottato la presente *Policy* atta a formalizzare le linee guida attraverso cui la SIM rileva e gestisce gli incentivi pagati/ percepiti nel corso della prestazione dei servizi di investimento e/o accessori.

2 MAPPATURA DEGLI INCENTIVI E TEST DI AMMISSIBILITÀ

Simgest, al fine di garantire il rispetto delle norme in tema di incentivi, ha definito un approccio metodologico che prevede:

- il mantenimento e l'aggiornamento di un elenco interno, c.d. “mappatura”, di tutti gli incentivi monetari e non monetari che riceve/paga da terzi in relazione alla prestazione di servizi di investimento o accessori;
- la registrazione del modo in cui gli incentivi pagati o ricevuti dalla Società, o che essa intende impiegare, migliorino la qualità dei servizi prestati ai clienti interessati e le misure adottate al fine di non pregiudicare il dovere della Società di agire in modo onesto, imparziale e professionale per servire al meglio gli interessi dei clienti;
- lo svolgimento di “*test di ammissibilità*” degli incentivi monetari e non monetari rivenuti, e avvia le azioni correttive necessarie in presenza di fattispecie non ammissibili.

Alla luce di quanto anticipato, sono considerate “ammissibili” le competenze che soddisfano le seguenti condizioni:

- **accrescimento della qualità del servizio offerto:** l'incentivo deve essere finalizzato ad accrescere la qualità del servizio fornito al Cliente, anche attraverso maggiori prestazioni rese dalla Società al Cliente (ad esempio risultanti da specifici obblighi contrattuali di cura e assistenza dell'investitore), volte ad arricchire ed a migliorare il contenuto tipico di un servizio d'investimento/ accessorio;
- **disclosure nei confronti del Cliente:** gli incentivi vengono comunicati al Cliente in modo completo, accurato e comprensibile, prima della prestazione del servizio. La comunicazione riguarda l'esistenza, la natura, l'importo e/o il metodo di calcolo degli incentivi;
- **conflitti di interesse:** gli incentivi non devono ostacolare l'adempimento, da parte della Società, dell'obbligo di servire al meglio gli interessi del Cliente.

Con riferimento alle fattispecie di incentivi che in ottica di legittimità vengono considerate particolarmente “critiche”, laddove non è stato possibile dimostrare l’effettivo miglioramento della qualità del servizio reso e di non impedimento ai doveri di agire nel migliore interesse del cliente, la Società ha ritenuto opportuno adottare come misura alternativa di gestione il riaccredito delle retrocessioni a favore dei clienti¹.

3 DISCLOSURE

Nel rispetto della massima trasparenza possibile nei confronti della clientela, Simgest si impegna a garantire un adeguato livello di *disclosure* su tutte le commissioni caratterizzanti i servizi di investimento/accessori prestati. Pertanto rende disponibile, sul sito internet www.simgest.it nella apposita sezione MiFID II, la presente *policy* aggiornata unitamente alla mappa degli incentivi.

La Società fornisce informativa alla clientela in merito all’esistenza, la natura, l’importo o il metodo di calcolo degli incentivi ricevuti da o pagati a Terzi.

Nel rispetto del principio della massima trasparenza possibile nei confronti della clientela, la Società si impegna a garantire un adeguato livello di comunicazione su tutte le commissioni caratterizzanti il servizio di investimento/accessori prestati. In tal senso Simgest:

- nel documento informativo precontrattuale informa il cliente dell’esistenza, della natura e dell’importo dei pagamenti o dei benefici percepiti o pagati o, qualora l’importo non possa essere accertato, sul metodo di calcolo di tale importo, in modo completo, accurato e comprensibile (i benefici non monetari di minore entità sono descritti in modo generico, mentre gli altri benefici non monetari ricevuti o pagati sono quantificati e indicati separatamente);
- qualora non sia stata in grado di quantificare *ex-ante* l’importo del pagamento o del beneficio da ricevere o pagare e abbia comunicato ai clienti il metodo di calcolo di tale importo, rende noto nell’ambito della rendicontazione periodica l’esatto ammontare del pagamento o del beneficio ricevuto o pagato;
- nel caso di incentivi continuativi, comunica singolarmente ai clienti, nell’ambito della rendicontazione periodica, l’importo effettivo dei pagamenti o benefici ricevuti o pagati (i benefici non monetari di minore entità sono descritti in modo generico).

4 AGGIORNAMENTO DELLA MAPPATURA INCENTIVI

Poiché la mappatura è una rappresentazione statica di una realtà suscettibile di mutare nel tempo a causa di fattori sia endogeni sia esogeni alla sfera di influenza della Società, tale documento necessita di un costante aggiornamento sulla base dei flussi informativi

¹ Questo è il caso degli strumenti finanziari OICR, acquistabili dai clienti professionali titolari di una gestione di portafogli.

interni ed esterni all'organizzazione aziendale. Responsabile di tale attività è il Responsabile della Funzione di controllo di conformità e AML.

In particolare la Funzione di controllo di conformità e AML, una volta valutata la legittimità del nuovo incentivo, provvede ad aggiornare la mappatura – quindi la presente Policy – su segnalazione degli uffici interessati. Tale segnalazione può scaturire a fronte dei seguenti casi:

- introduzione di nuove tipologie di compensi/ commissioni;
- introduzione di nuovi prodotti/ attivazione di nuovi servizi di investimento;
- creazione di nuove linee di business.

La mappatura degli incentivi è il documento .xls allegato alla presente Policy, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data XX -- 2018 (**versione n. 6**).

5 RICERCA IN MATERIA DI INVESTIMENTI

L'articolo 13 della Direttiva Delegata (UE) n.593/2017 prevede che *“...la prestazione di servizi di ricerca da parte di terzi alle imprese di investimento, nello svolgimento dei servizi di gestione del portafoglio o altri servizi di investimento o accessori ai clienti, non sia considerata un incentivo qualora sia ricevuta in cambio di uno dei seguenti elementi:*

- a. pagamenti diretti da parte dell'impresa di investimento sulle base delle proprie risorse;*
- b. pagamenti da un conto di pagamento per la ricerca separato controllato dall'impresa di investimento, purché siano soddisfatte le seguenti condizioni relative al funzionamento del conto:*
 - il conto di pagamento per la ricerca è finanziato da uno specifico onere per la ricerca a carico del cliente;*
 - come parte dell'istituzione di un conto di pagamento per la ricerca e della fissazione dell'onere di ricerca d'accordo con i clienti, le imprese di investimento stabiliscono e valutano regolarmente un bilancio per la ricerca come misura amministrativa interna;*
 - l'impresa di investimento è ritenuta responsabile del conto di pagamento per la ricerca;*
 - l'impresa di investimento valuta regolarmente la qualità della ricerca acquistata in base a criteri di qualità robusti e alla sua capacità di contribuire a migliori decisioni di investimento.”*

In caso contrario, la ricerca in materia di investimenti ricade nella disciplina degli incentivi e la relativa ammissibilità deve essere valutata in base ai criteri definiti nella presente Policy.

Simgest ha deciso di pagare direttamente con proprie risorse il servizio di ricerca da parte di terzi, escludendo in questo modo tale servizio dal novero degli incentivi.