

# GRUPO MEDIOLANUM INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2017



«Nuestro banco es diferente porque se basa en las relaciones humanas: como siempre, somos un banco de la gente para la gente.»

Ennio Doris



# Índice

4	<b>INTRODUCCIÓN</b>
5	Carta del Consejero Delegado a las partes interesadas
8	Nota metodológica
10	Contactos
11	<b>1. PERFIL</b>
12	1.1 Aspectos destacados de 2017
17	1.2 Estructura del grupo
18	1.3 Historia del Grupo. Las etapas principales
21	<b>2. IDENTIDAD CORPORATIVA Y EMPRESA RESPONSABLE</b>
22	2.1 Visión, Misión, nuestros Valores
24	2.2 Modelo de negocio del Grupo Mediolanum
26	2.3 Implicación de las partes interesadas
41	2.4 Gobierno, gestión del riesgo, cumplimiento y cadena de suministro
63	<b>3. LA SOSTENIBILIDAD EN BANCA MEDIOLANUM</b>
70	3.1 Solidez y estabilidad financiera
76	3.2 Personalización, seguridad e innovación de las soluciones financieras
94	3.3 Multicanalidad, digitalización y red de Family Bankers®
104	3.4 Los empleados del Grupo Mediolanum
118	3.5 Responsabilidad hacia la colectividad y el medio ambiente
134	Anexos
207	Tabla de indicadores GRI

# Introducción



## Carta del Consejero Delegado a las partes interesadas

El Informe de Sostenibilidad 2017 supone un paso más en el proceso, iniciado en 2015, de información sobre los resultados de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa. Pone de manifiesto el compromiso de todas las empresas del Grupo por combinar el desarrollo empresarial con los objetivos de sostenibilidad económica, social y medioambiental.

En 2017, Banca Mediolanum volvió a ser uno de los bancos más fuertes de Europa, con un Common Equity Tier I Ratio (CET I Ratio) del 21,9%, muy por encima de los umbrales mínimos establecidos por el Banco Central Europeo y el Banco de Italia. Este posicionamiento está en línea con la decisión de la compañía de operar de manera responsable a favor de sus grupos de interés y por la estabilidad económica del país.

El año 2017 ha sido, en todos los aspectos, un año histórico para el sector del ahorro gracias a la introducción de los Planes de Ahorro Individual (PIR por sus siglas en italiano «Piani Individuali di Risparmio») en la Ley de Estados Financieros, que ofrecen un apoyo concreto a las empresas italianas.

Banca Mediolanum se ha distinguido de inmediato por abrirse a esta nueva oportunidad con el objetivo de contribuir a la recuperación de la economía italiana, siendo uno de los primeros en lanzar productos específicos y logrando, en poco menos de un año, más de 2.400 millones de depósitos brutos en estos instrumentos de ahorro.

Banca Mediolanum reconoce la gran importancia de su capital humano y valora su profesionalidad, competencia e inclinación al cambio, invirtiendo en formación con Mediolanum Corporate University. En 2017 se impartieron más de 740.000 horas de formación a los empleados y a la Red de Ventas.

La innovación es un factor clave en la implementación y el desarrollo de las relaciones con los clientes. A través de los diferentes canales tecnológicos, el cliente puede estar siempre en contacto con la empresa. Entre los varios certificados de mérito recibidos este año por Banca Mediolanum destaca el premio «Eccellenze d'Impresa 2017» en la categoría «Innovación y Tecnología», promovido por la consultora de dirección GEA y por la revista *Harvard Business Review Italia*.

En línea con sus valores de relación y compromiso, Banca Mediolanum apoya el desarrollo de la colectividad a través de diferentes actividades. El deseo de estar cerca de sus clientes y colaboradores se mantiene constante con acciones concretas no solo en el campo del asesoramiento financiero, sino también con gestos de solidaridad como donaciones para las poblaciones afectadas por desastres naturales, que desde 2008 hasta la actualidad ascienden a 233 millones de euros.

Este año, los clientes y empleados del Grupo Bancario Mediolanum han participado en diversas actividades de apoyo a proyectos de compromiso social. Continúan las actividades de microcrédito en colaboración con las asociaciones diocesanas: desde la firma de los acuerdos se han concedido 70 préstamos por un importe total de más de 530.000 euros. Continúa la colaboración con fundaciones y asociaciones, entre ellas la Fondazione Mediolanum Onlus, que apoya proyectos a favor de los niños desfavorecidos. En 2017, la Fondazione Mediolanum Onlus destinó más de 1.600.000 euros a 77 proyectos en Italia y en todo el mundo.

En 2017 también ha logrado un importante resultado el proyecto «Centodieci» de Mediolanum Corporate University, diseñado no solo para compartir valores, sino también para ofrecer a directivos, emprendedores y estudiantes la fuente de inspiración, los recursos y las herramientas adecuadas para innovar en su negocio. Durante el año se han celebrado 222 eventos «Centodieci», en los que participaron más de 30.000 personas, entre clientes actuales y futuros.

La atención a la sostenibilidad medioambiental se concreta en una serie de iniciativas y comportamientos ecocompatibles, actuales y futuros. Como la recogida selectiva de residuos y la instalación de fotocopiadoras para reducir el consumo, que con el tiempo han llevado a una reducción tangible de los costes y los impactos medioambientales directos. En la sede de Milano Tre, el sistema de trigeneración cubre aproximadamente el 36% de las necesidades de electricidad y, para reducir aún más las emisiones, los vehículos con combustibles alternativos, híbridos, eléctricos o de bajo impacto ambiental son un requisito fundamental en el proceso de renovación de la flota de vehículos de la empresa.

La sostenibilidad conduce a una gestión cuidadosa de la cadena de suministro y a la selección de proveedores que cumplan con estándares de calidad específicos. Con el fin de optar por un aprovisionamiento cada vez más sostenible, Banca Mediolanum prefiere la compra de productos reciclables, que permitan ahorrar costes en la fase de eliminación y reducir los materiales contaminantes.

Con este Informe de Sostenibilidad, Banca Mediolanum quiere seguir informando acerca de su compromiso constante y concreto con la sostenibilidad para promover no solo el progreso económico, sino también el social y medioambiental. Es el resultado de una estrategia basada en valores distintivos que tienen como objetivo final centrarnos en las personas. Gracias a las personas y a la construcción de relaciones sólidas, Banca Mediolanum podrá seguir creciendo hoy y en el futuro.

**Massimo Doris**

Consejero Delegado  
de Banca Mediolanum S.p.A.



## Nota metodológica

El Informe de Sostenibilidad 2017 se ha elaborado siguiendo la «Guía de elaboración de memorias de sostenibilidad G4», según la opción «Core», y la Sector Disclosure «Financial Services», ambas publicadas en 2013 por el GRI (Global Reporting Initiative). La adopción de las directrices GRI demuestra el compromiso del Grupo para hacer que el proceso de información sea completo y eficaz, aumentando la amplitud y profundidad de los temas tratados. Este documento sigue la actividad informativa de la «Declaración No Financiera», de acuerdo con las disposiciones del Decreto Legislativo (italiano) 254/16, aprobada con los estados financieros consolidados del Grupo Mediolanum el 27 de febrero de 2018.

Las directrices para los informes de sostenibilidad GRI G4 presuponen que el Informe de Sostenibilidad contiene información sobre los asuntos que se consideren materiales, o que reflejen los impactos significativos para la organización desde un punto de vista económico, medioambiental y social, y que pueden influenciar sustancialmente las opiniones y decisiones de los interesados.

El perímetro de los datos y de la información social y medioambiental está compuesto por las sociedades consolidadas integralmente a 31 de diciembre de 2017.

No obstante, se señala que:

- > La sociedad «EuroCQS» queda excluida de dicho perímetro, ya que se adquirió el 30 de noviembre de 2017.
- > En cuanto a la información y datos relativos a la cadena de suministro, el perímetro considerado incluye solo Banca Mediolanum S.p.A., ya que las compras de las otras oficinas comerciales no se han considerado relevantes.
- > La empresa Gamax Management se excluye del perímetro de consolidación, salvo por los datos relativos al número total de empleados, ya que el resto de impactos (medioambientales y sociales) se consideran poco significativos en comparación con el Grupo.

Cualquier otra excepción a este ámbito de aplicación se menciona específicamente en este documento.

El Informe de Sostenibilidad, que se elabora cada año, es una herramienta válida para comunicar el desempeño del Grupo en los ámbitos económico, social y ambiental, y para recorrer la historia y el compromiso del Grupo al

desempeñar sus actividades de negocio con el objetivo de crear valor no solo para la empresa, sino también para sus partes interesadas.

El proceso de recopilación de datos e información para la elaboración de este Informe de Sostenibilidad se ha llevado a cabo en colaboración con las distintas funciones de la empresa, con el objetivo de dar una indicación clara y exacta de la información que se considera relevante para las partes interesadas, de conformidad con los principios de balance, comparabilidad, precisión, oportunidad, claridad y fiabilidad expresados en las pautas de la guía GRI. Una parte integral de este Informe también son los «Anexos», que contienen información detallada, sobre todo cuantitativa, con objeto de proporcionar la divulgación completa de los aspectos GRI materiales y sus respectivos indicadores.

La información y los datos se refieren al año 2017 (del 1 de enero al 31 diciembre de 2017) y, en particular, a las actividades desempeñadas por todo el Grupo Mediolanum durante el año, a menos que se indique lo contrario.

Con el fin de poder comparar los datos con el paso del tiempo y evaluar el progreso de las actividades del Grupo, se ha propuesto, en la medida de lo posible, una comparación con el año anterior. Se reportan algunos cambios entre los datos publicados en el Informe de Sostenibilidad 2016 y los datos, referidos al mismo año, reportados en este Informe, como resultado de un nuevo cálculo diseñado para mejorar la calidad de los datos.

Además, para garantizar una representación correcta de los *resultados* y la fiabilidad de los datos, se ha limitado en la medida de lo posible el uso de estimaciones, que, en su caso, se basan en los mejores métodos disponibles y se señalan adecuadamente.

La tabla de indicadores GRI analizados, que sirve de orientación para los lectores, se incluye en el anexo del documento. El contenido objeto del Informe se ha incluido a partir de los resultados del primer análisis de materialidad realizado en 2016, que ha permitido identificar los aspectos materiales para el Grupo y sus *partes interesadas* y que está contenido en este documento.

Para cualquier información relacionada con el Informe de Sostenibilidad, puede ponerse en contacto con el Departamento de Responsabilidad Social Corporativa. El Informe de Sostenibilidad 2017 también está disponible en la página web [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it).

Este Informe han sido auditado por la empresa de auditoría externa Deloitte & Touche S.p.A.. El Informe se ha realizado de acuerdo con los procedimientos indicados en el «Informe de la empresa de auditoría», incluido al final de este documento. El Informe fue sometido al examen y evaluación del Comité de Riesgos el 19 de marzo de 2018 y posteriormente aprobado por el Consejo de Administración de Banca Mediolanum S.p.A. el 22 de marzo de 2018.

## Contactos

El Informe de Sostenibilidad del Grupo Mediolanum ha sido elaborado por la estructura corporativa de Responsabilidad Social de la Empresa, de acuerdo con todas las unidades de negocio que participan en esta iniciativa.

Con el fin de fomentar el diálogo sobre temas relacionados, esta función del grupo está a su disposición para cualquier pregunta o comentarios en la dirección de correo electrónico: [csr@mediolanum.it](mailto:csr@mediolanum.it)

# 1. Profil



# 1.1 Aspectos destacados de 2017



Captación neta

**5.380** mill de euros

▶ -11%\*\*

Beneficio neto

**380** mill de euros

▶ -3%\*

Patrimonio gestionado

**75.717** mill de euros

▶ +10%\*\*

CET 1

**21,9** % ratio

Total de préstamos a los clientes

**8.521** mill de euros

Indicador correspondiente a la relación entre los créditos improductivos y los préstamos totales

**1,60** %

Número de clientes

**1.338.918**

Número de colaboradores

**7.905**

Número de horas de formación total

Más de **740** mil

Consumos energéticos sede de Basiglio Milano Tre

**36** %

de las necesidades de energía eléctrica cubiertas por la planta de trigeneración

Donaciones de Banca Mediolanum

Desde 2008 **233** mill de euros

En 2017, más de **247** miles de euros

Donaciones de la Fondazione Mediolanum Onlus

Más de **11,6** mill de euros

En 2017, más de **1,6** mill de euros

▶ +10%\*

A favor de 77 proyectos de apoyo a niños en situaciones difíciles

\* Con respecto a 2016

\*\* Con respecto a 2016, excluyendo la contribución de Banca Esperia

## Awards 2017

### Banca Mediolanum:



#### PREMIO: «ASSITECA»

dedicado a la Innovación Digital

**Empresa:** Banca Mediolanum

**Asunto:** El premio está dedicado a los mejores proyectos y modelos de gobierno y gestión de riesgos que se han adoptado en las empresas italianas.

Banca Mediolanum se clasificó en el primer puesto en la CATEGORÍA: Grandes Empresas - ÁREA: eCommerce, Mobile Commerce, Mobile Payment con «MEDIOLANUM WALLET».



#### PREMIO: «LEAD 2017»

**Empresa:** MCU

**Asunto:** Prestigioso premio internacional a la excelencia en la formación y desarrollo del liderazgo. Mediolanum Corporate University, por su visión innovadora y el alto nivel de sus programas de capacitación, se ha posicionado en quinto lugar entre las TOPI5 Best Corporate University del mundo: única empresa italiana, único banco.



#### PREMIO: «ABI INNOVAZIONE»

**Empresa:** Banca Mediolanum

**Asunto:** Categoría «Innovación en los canales:

Acquisition, Cross Up Selling y multicanalidad» con el proyecto: «5D Mediolanum Strategy».

El premio tiene como objetivo potenciar las iniciativas más tecnológicas y vanguardistas que los bancos italianos aplican a los canales, servicios y productos, con el fin de satisfacer las crecientes necesidades de las empresas, las familias y las nuevas generaciones. El jurado premió el proyecto por ser una herramienta eficaz e inmediata que permite la creación de documentación personalizable, que es para el cliente un signo tangible de opciones compartidas y asesoramiento avanzado.



#### PREMIO: «World Finance Investment Management Awards»

**Empresa:** Mediolanum Gestione Fondi

**Asunto:** «Mejor empresa de gestión de las inversiones, Italia - 2017». Los premios se conceden a nivel nacional y se dividen en dos categorías: Acciones y Renta Fija, premiando a la mejor Sociedad Gestora de Inversiones según una serie de criterios, entre los que se incluyen la rentabilidad, el servicio, el liderazgo, la coherencia y los objetivos.

**PREMIO:** «AIM Investor Day»**Empresa:** Mediolanum Gestione Fondi**Asunto:** Categoría «AIM Fondo PIR» -

Con más de 27 millones de euros de inversión y 26 empresas participadas, es el mayor inversor en AIM Italia (el mercado bursátil italiano para las PYME). Pasión: capacidad para observar, identificar problemas críticos y dar respuestas adecuadas a las PYME. Innovación: en 2013 lanza «Mediolanum Flessibile Sviluppo Italia» para apoyar el crecimiento de las PYME tanto en el lado del capital social como en el de los bonos. Responsabilidad: hacia el país, ya que el crecimiento económico de Italia pasará necesariamente por el desarrollo de un mercado capaz de sostener a sus innumerables y sorprendentes PYME.

**PREMIO:** «The Procurement Awards 2017»**Empresa:** Banca Mediolanum**Asunto:** Segundo lugar por las «Compras éticas sostenibles» y «Compras de equipos interfuncionales».

Los criterios de evaluación de los proyectos se centran en la capacidad del Dpto. de Compras para mejorar y contribuir a los resultados del negocio, a través de la gestión de proyectos de optimización, la negociación, la gestión de proveedores, la reducción de los costes, la mejora de los procesos y el trabajo en equipo multifuncional.

**PREMIO:** «MF INSURANCE E PREVIDENZA Award 2017» (ed. 2016)**Empresa:** MedAss

**Asunto:** Insurance & Previdenza Elite en la categoría «por la centralidad del cliente» por su capacidad de proponer soluciones flexibles y modulares que se adaptan a las necesidades específicas del cliente con el fin de ofrecer una cobertura completa en línea con las fortalezas de la empresa, como en el caso de Mediolanum Capitale Casa.

**PREMIO:** «BLUERATING AWARD»**Persona:** Ennio Doris

**Asunto:** Premio especial a la carrera por la siguiente razón: «El premio a la trayectoria profesional de Ennio Doris es el merecidísimo reconocimiento a un hombre que, en casi 50 años de actividad, ha sabido interpretar primero la profesión de asesor financiero, luego la de gerente y después la de presidente con resultados extraordinarios y un gran carisma personal».

**PREMIO: «FintechAge Awards»****Empresa:** Banca Mediolanum**Asunto:** Mejor Servicio Digital para Mediolanum Wallet: «Por haber facilitado a sus clientes una serie de operaciones como realizar compras, transferir dinero en tiempo real, pagar facturas».**PREMIO: «Best Event Awards»****Empresa:** Banca Mediolanum**Asunto:** «La Voce del Silenzio», la Charity Dinner del 2016 - segundo puesto en la categoría Evento sin ánimo de lucro/Social/RSC. «Mediolanum Winners 2017», el viaje de incentivo 2017 - segundo lugar en la categoría Evento Incentivos.**PREMIO: «ECCELLENZA D'IMPRESA»****Empresa:** Banca Mediolanum**Asunto:** Primo premio «Eccellenze d'Impresa 2017» en la categoría «Innovación y Tecnología». En la nota explicativa se afirma que «Banca Mediolanum, fundada en 1982 con el nombre de Programma Italia, siempre se ha caracterizado por un modelo de negocio especialmente dinámico, dedicado a la innovación de productos y servicios con el objetivo de facilitar la relación con el cliente y optimizar el rendimiento. Una capacidad innovadora que ha sido reconocida por la misma Asociación Bancaria Italiana, la cual le otorgó el Premio Abi a la Innovación.»**PREMIO: «Private Banking Awards»****Empresa:** Banca Mediolanum**Asunto:** Banca Mediolanum obtuvo el primer puesto en la categoría Inversiones Alternativas, en particular por sus actividades en los planes de ahorro individual (PIR), por la siguiente razón: Banca Mediolanum: Por su capacidad para identificar nuevas soluciones de inversión —desde fondos de capital riesgo hasta minibonds, inversiones en viveros tecnológicos hasta valores ilíquidos— que pueden generar rendimientos en una fase difícil para las clases de activos tradicionales.**PREMIO: «MF Innovazione Award 2017»****Empresa:** Banca Mediolanum**Asunto:** Categoría Cuentas para Particulares, área Cuentas corrientes modulares para el producto Cuenta Mediolanum.

**PREMIO: «PREMIO AIF ADRIANO OLIVETTI»****Empresa:** Banca Mediolanum**Asunto:** PRIMER PUESTO en la tercera edición del premio AIF - ADRIANO OLIVETTI en la categoría Administración y Finanzas por el proyecto «Banking & Innovation Management Executive Master».

## Banco Mediolanum (España)

**PREMIO: «Sello Funds People»****Empresa:** Banco Mediolanum**Asunto:** En España, Banco Mediolanum ha recibido el reconocimiento de la prestigiosa revista especializada *Funds People* por los resultados obtenidos por 5 de sus fondos: Mediolanum Activo FI, Mediolanum BB Coupon Strategy Collection, Mediolanum BB Morgan Stanley Global Selection, Mediolanum Challenge Energy Equity Fund y Mediolanum Renta FI.

## Bankhaus August Lenz:

**PREMIO: «Silver Stevie Award»****Asunto:** Categoría «Best new product or service in the finance sector» por la estrategia de inversión (Intelligent Investment Strategy).**PREMIO: «Deutschlands Kundenchampion 2017»****Asunto:** Por su especial relación con los clientes, Bankhaus August Lenz recibió el premio «Deutschlands Kundenchampion 2017» y se clasificó en tercer lugar en la categoría «B2C Companies - 50 to 499 Employees».

# 1.2 Estructura del grupo



## 1.3 Historia del Grupo. Las etapas principales

### 1982

Ennio Doris funda Programma Italia S.p.A. junto con el grupo Fininvest. Es la primera organización en Italia que ofrece asesoramiento integral en el ámbito del ahorro.

### 1996

Nace Mediolanum S.p.A., holding de todas las actividades del sector, que cotiza en la bolsa de valores de Milán desde el 3 de junio de 1996.

### 1997

Nace Banca Mediolanum, un innovador banco multicanal, que aprovecha todas las posibilidades de la tecnología y multimedia. Constitución de Mediolanum International Funds, una fábrica de productos con sede en Dublín.

### 2000

Mediolanum ofrece los primeros servicios de comercio online. Banca Mediolanum se expande en España y adquiere el Grupo Bancario Fibanc. Mediolanum entra en el capital de Mediobanca y con la misma constituye posteriormente Banca Esperia, una joint-venture que es el referente en la propuesta de servicios de private banking.

### 2001

El Grupo sigue expandiéndose a nivel europeo con la adquisición de Bankhaus August Lenz & Co. en Alemania y de Gamax Holding AG en Luxemburgo.

### 2004

Mediolanum Channel, el canal satélite del Grupo, comienza sus transmisiones. Nace el Club PrimaFila dedicado a los grandes patrimonios.

## 2006

De la evolución del asesor global nace el Family Banker®. Además del título de asesor financiero, regulado por la Ley, el Family Banker® se convirtió en el sello distintivo de la red comercial del Banco y en un punto de referencia para sus clientes.

## 2009

Mediolanum Corporate University se convierte en una entidad operativa del Grupo Mediolanum, un centro de formación de alto nivel, una combinación de tecnología y alta capacidad de formación.

## 2013

Se adquiere Mediolanum Assicurazioni S.p.A. —operativa en el sector no vida— y entra a formar parte del Grupo Mediolanum. Banca Mediolanum es la primera en ofrecer un servicio de transferencia de dinero a través de los smartphone (Premio «ABI» por la innovación en los servicios bancarios).

## 2014

Mediolanum S.p.A. se convierte en la empresa matriz del Grupo Bancario. Se continuó trabajando cerca de los clientes afectados por los desastres naturales de la zona y por este compromiso se le reconoce el premio «ABI» por la innovación en los servicios bancarios. Aproximadamente 160 millones de euros se conceden en forma de donaciones.

## 2015

Desde el 30 de diciembre de 2015 Banca Mediolanum se convierte en la empresa matriz del Grupo Bancario y del Conglomerado Financiero Mediolanum. El círculo, que siempre ha representado el aspecto central de los clientes y los valores de solidez, fiabilidad y seguridad, será el protagonista del nuevo logotipo de Banca Mediolanum. Con el objetivo de ampliar la gama de productos de ahorro y de inversión, con un enfoque económicamente sostenible, se lanza el nuevo Mediolanum Best Brands Socially Responsible Collection.

## 2016

El año 2016 se caracteriza por la creciente importancia que se atribuye a la solvencia y a la estabilidad financiera. Banca Mediolanum ha sido objeto de la evaluación global por parte del Banco Central Europeo, que consta de dos partes: la revisión de la calidad de los activos y la prueba de esfuerzo. Los resultados de la evaluación confirmaron la **solidez absoluta de Banca Mediolanum**, cuyos requisitos de capital referidos al Grupo están muy por encima de los umbrales mínimos establecidos por el Banco Central Europeo y por el Banco de Italia. El coeficiente de **capital ordinario de nivel 1** a 31 de diciembre de 2016 es del **20,0%**.

Además, a raíz de los desastres naturales y especialmente del terremoto que devastó el centro de Italia, Banca Mediolanum ha demostrado una vez más su proximidad a sus clientes y colaboradores concediendo una importante subvención de **5.630.700 euros**.

## 2017

La atención a la solidez y estabilidad financiera continúan, con un Common Equity Tier I que, a 31 de diciembre de 2017, alcanza el 21,9%. Los fondos PIR lanzados por el grupo dan un apoyo tangible a las PYME italianas. De hecho, Banca Mediolanum es el primer inversor en Aim Italia y el primer inversor nacional (quinto en total) en el segmento Star, reservado a la excelencia del tejido industrial italiano. En abril se concluye definitivamente la cesión de Banca Esperia. En noviembre se adquirió EuroCQS S.p.A. —empresa operativa en el sector de préstamos «con cessione del quinto dello stipendio» (préstamo personal de una quinta parte del sueldo)— que entró en el Grupo Bancario Mediolanum.

## 2. Identidad corporativa y empresa responsable



## 2.1 Visión, Misión, nuestros Valores

### Visión

El Grupo Mediolanum está llevando al mercado un cambio en la tradición bancaria que va más allá de la tecnología: ofrecemos a nuestros clientes un nuevo concepto de relación con el Banco basado en la libertad y las relaciones humanas: Freedom in Banking.

### Misión

Ofrecer «Freedom in Banking» significa garantizar a las familias, a través de soluciones tecnológicas sencillas e innovadoras, respuestas personalizadas y soluciones financieras integrales y tranquilizadoras basadas en la transparencia. Los conceptos de identidad de la Visión y la Misión se transforman en Valores concretos, que todas las empresas y todos los empleados del Grupo aplican a diario en todas las actividades internas y externas.

## Nuestros Valores



### LIBERTAD

«LIBERTAD» ES EL VALOR CENTRAL DE BANCA MEDIOLANUM, QUE CONSISTE EN PERMITIR A LOS CLIENTES ACCEDER AL BANCO EN CUALQUIER MOMENTO.

Especialmente, la libertad de disponer de un Family Banker® para gestionar mejor sus ahorros y sus intereses.



### RELACIÓN

LA «RELACIÓN» QUE SITÚA AL CLIENTE EN EL CENTRO DEL MODELO Y DE LA ATENCIÓN DE BANCA MEDIOLANUM.

Todo está diseñado para mejorar los recursos del cliente y su satisfacción. El Family Banker® es responsable de la relación con el cliente y representa al Banco ante el cliente.



### COMPROMISO

EL «COMPROMISO» PARA SER LÍDERES Y PUNTOS DE REFERENCIA.

Banca Mediolanum se esfuerza por ofrecer servicios de excelencia en productos, soluciones, formación y relaciones. Se centra en la ética, la responsabilidad, el espíritu empresarial y el conocimiento para aumentar el valor de la empresa y de las personas, y difundir un nuevo enfoque ante las oportunidades. Banca Mediolanum invierte en la solidaridad, en las situaciones de emergencia y en proyectos de desarrollo, con acciones concretas y de gran alcance.



### INNOVACIÓN

LA «INNOVACIÓN» ENTENDIDA COMO CAMBIO DE IDEAS Y TECNOLOGÍAS PARA ANTICIPARNOS A LAS NECESIDADES LATENTES DEL MERCADO.

El Banco controla y desarrolla nuevas herramientas, procesos y comportamientos para la plena satisfacción de los clientes a través del uso eficiente de los recursos humanos, instrumentales y financieros.

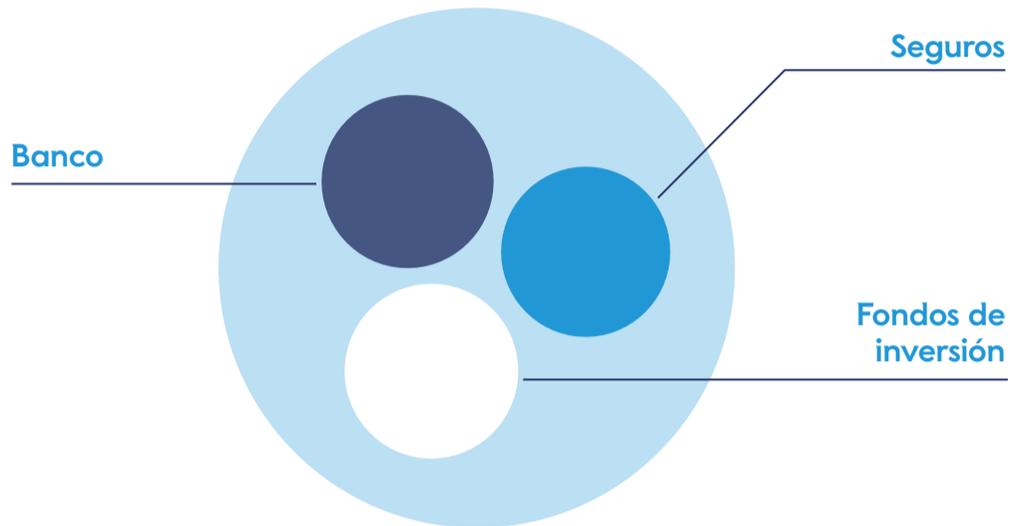
## 2.2 Modelo de negocio del Grupo Mediolanum

El modelo de negocio de Banca Mediolanum se construye con el fin de satisfacer las necesidades intrínsecas y extrínsecas de cada cliente. Gracias a los numerosos canales de comunicación, el cliente puede elegir la forma de «usar» «su» banco, decidiendo cuándo y cómo relacionarse con el mismo en cada ocasión. Banca Mediolanum ofrece productos y servicios, de forma sencilla y con facilidad de acceso, que atienden a las necesidades de los individuos y las familias, que son su objetivo principal.

A través de los Family Bankers<sup>®</sup>, inscritos en el Registro de Asesores Financieros, Banca Mediolanum ofrece asistencia a sus clientes en la gestión de activos y asesoramiento en relación con las inversiones, además de los productos y servicios que ofrece el banco. Banca Mediolanum no se limita a vender productos: ofrece soluciones. Este principio permite operar en varias áreas de los servicios financieros con la experiencia y la flexibilidad necesarias para responder mejor al continuo cambio económico, fiscal, financiero y normativo. La estrategia de inversión es el resultado de un análisis exhaustivo de los mercados mundiales y de la gran experiencia que Mediolanum ha acumulado en la gestión de activos, reduciendo así el riesgo supuesto por la falta de diversificación de las inversiones.

# EL BANCO CONSTRUIDO EN TORNO AL CLIENTE

## Modelo de negocio integrado - Banca Mediolanum



## 2.3 Implicación de las partes interesadas

Banca Mediolanum S.p.A. considera fundamental crecer gracias a la continua interacción con todas las *partes interesadas*, con las que se relaciona constantemente en el desempeño de sus actividades, para obtener su consentimiento y confianza. Por lo tanto, el mapeo de las *partes interesadas* de Banca Mediolanum y el establecimiento de un diálogo permanente con cada una de ellas cobran una importancia estratégica en la creación de valor sostenible a largo plazo. La relación y el diálogo se concretan a través de iniciativas y momentos de interacción y escucha dedicados a los *grupos de interés*.

Categoría de grupos de interés	Herramientas de diálogo	Funciones corporativas involucradas
<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación de la satisfacción del cliente</li> <li>- Encuesta periódica trimestral de experiencia del cliente</li> <li>- Encuestas de experiencia del cliente sobre temas específicos</li> <li>- Encuesta sobre la reputación de marca</li> <li>- Eventos en el territorio</li> <li>- Redes sociales</li> <li>- MPM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección Comercial</li> <li>- Dirección de Marketing, Comunicación e Innovación</li> <li>- Dirección de Operaciones Bancarias</li> <li>- Presidencia</li> <li>- Vicepresidencia</li> <li>- Consejero Delegado</li> </ul>
<b>Empleados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Portal intranet</li> <li>- Reuniones periódicas</li> <li>- Good News</li> <li>- Red social interna</li> <li>- Revista interna</li> <li>- Actividades extralaborales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección de Recursos Humanos</li> <li>- Dirección de Marketing, Comunicación e Innovación</li> </ul>
<b>Accionistas y comunidad financiera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades del Departamento de Relación con Inversores</li> <li>- Reuniones periódicas</li> <li>- Contactos telefónicos</li> <li>- Roadshow</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chief Financial Officer</li> <li>- Consejero Delegado</li> <li>- División de Asuntos Corporativos</li> <li>- Presidente</li> </ul>

<p><b>Red de Family Bankers®</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones regulares (reuniones periódicas)</li> <li>- Portal corporativo (B.medNet)</li> <li>- Actividades de envío de sms y correo electrónico</li> <li>- Servicio de asistencia y atención a la red (SAS y SARC)</li> <li>- Encuestas periódicas sobre la satisfacción del cliente y la reputación de marca específica para los Family Bankers®</li> <li>- Encuestas sobre la experiencia de los canales de relación específicos para los Family Bankers®</li> <li>- Eventos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección Comercial</li> <li>- Dirección de Marketing, Comunicación e Innovación</li> <li>- Dirección de Operaciones Bancarias</li> <li>- Presidencia</li> <li>- Vicepresidencia</li> </ul>
<p><b>Medios</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conferencias de prensa</li> <li>- Comunicados de prensa</li> <li>- Reuniones periódicas</li> <li>- Apertura de actos institucionales a los medios de comunicación</li> <li>- Publireportajes</li> <li>- Productos editoriales</li> <li>- Contactos telefónicos</li> <li>- Redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección de Marketing, Comunicación e Innovación</li> </ul>
<p><b>Asociaciones de sector</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones institucionales</li> <li>- Miembros del Grupo en los órganos directivos de algunas asociaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección de Relaciones Institucionales</li> </ul>
<p><b>Instituciones y organismos reguladores</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones periódicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Departamento Jurídico y Cumplimiento</li> <li>- Dirección de Relaciones Institucionales</li> </ul>
<p><b>Proveedores</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones periódicas</li> <li>- Contactos telefónicos</li> <li>- Portal</li> <li>- Cuestionarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chief Financial Officer</li> <li>- Departamento de Compras y Servicios corporativos</li> </ul>
<p><b>Colectividad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación con los medios de comunicación</li> <li>- Encuestas periódicas sobre la satisfacción del cliente</li> <li>- Encuesta sobre la reputación de marca</li> <li>- Encuesta sobre el valor de marca</li> <li>- Encuesta sobre la eficacia de la publicidad</li> <li>- Reuniones y eventos en el territorio y en la sede</li> <li>- Actividades de la Fondazione Mediolanum Onlus</li> <li>- Redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección de Marketing, Comunicación e Innovación</li> <li>- Dirección Comercial</li> </ul>

## CLIENTES

Los valores fundacionales del Grupo Mediolanum se basan en el deseo de convertir al cliente en el centro de su modelo de negocio. El elemento distintivo de la estrategia de Mediolanum es precisamente la construcción de una relación sólida y duradera con los clientes a través de conocimientos y habilidades desarrollados para guiarles en la gestión del ahorro y ofrecerles los productos y servicios más adecuados a sus necesidades.

La figura del Family Banker, la extensión de la multicanalidad y la digitalización de la oferta contribuyen al fortalecimiento y continuidad de esta relación, que se mantiene constantemente «activa» con el Mediolanum Personal Marketing (MPM), la interfaz de Marketing Automation que permite enviar a clientes y potenciales clientes («Prospects») comunicaciones con fines informativos y comerciales. En 2017 hubo una comunicación constante sobre el tema de los Planes Individuales de Ahorro (PIR), anticipando la creación de productos a través de un formato de información formativa relacionada con los aspectos regulatorios y los productos creados sobre la base de las directrices del PIR. A través del MPM, los clientes también recibieron guías sobre tres importantes novedades vinculadas con la digitalización del mundo de los pagos y el crédito (la llegada de Apple Pay, el nuevo diseño de la APP MEDIOLANUM e Instant Credit), recibiendo la información necesaria para utilizarlos. El contacto directo y continuo se realiza también a través de la revista «Mediolanum Magazine» y su versión en castellano «Apuntes Mediolanum», boletines mensuales que resumen noticias, artículos y consejos de gran interés para los clientes.

Las cifras de 2017 en Italia fueron:

- > un total de 23.800.000 comunicaciones (aprox. el 12% más que en 2016);
- > una media de 23 comunicaciones con el cliente;
- > un total de 221 campañas;
- > alrededor de 600.000 clientes recibieron al menos una comunicación sobre los Planes de Ahorro Individual.

Escuchamos a los clientes para definir áreas de acción o de mejora a través de las diversas encuestas sobre la satisfacción de los clientes, la experiencia de los clientes y la reputación de la marca.

En 2017, Banca Mediolanum también ha realizado en Italia, en colaboración con DOXA, la encuesta habitual de satisfacción del cliente para comprobar el nivel de satisfacción de su clientela. La encuesta de satisfacción del cliente

fue anual, como en 2016, con 2.000 entrevistas en total y desde 2016 la encuesta sobre la experiencia del cliente se realiza cada mes con más de 5.000 entrevistas en total.

Hubo dos tipos de entrevistas: cawi (online) e cati (telefónicas). Los resultados se presentan en forma resumida a la alta dirección y luego se realizan presentaciones detalladas a las funciones corporativas individuales para las que, de ser necesario, se efectúan análisis pormenorizados para identificar mejor las posibles áreas de actuación y ayudar a definir las acciones de mejora.

### Índice de Satisfacción del Cliente - Mercado\*

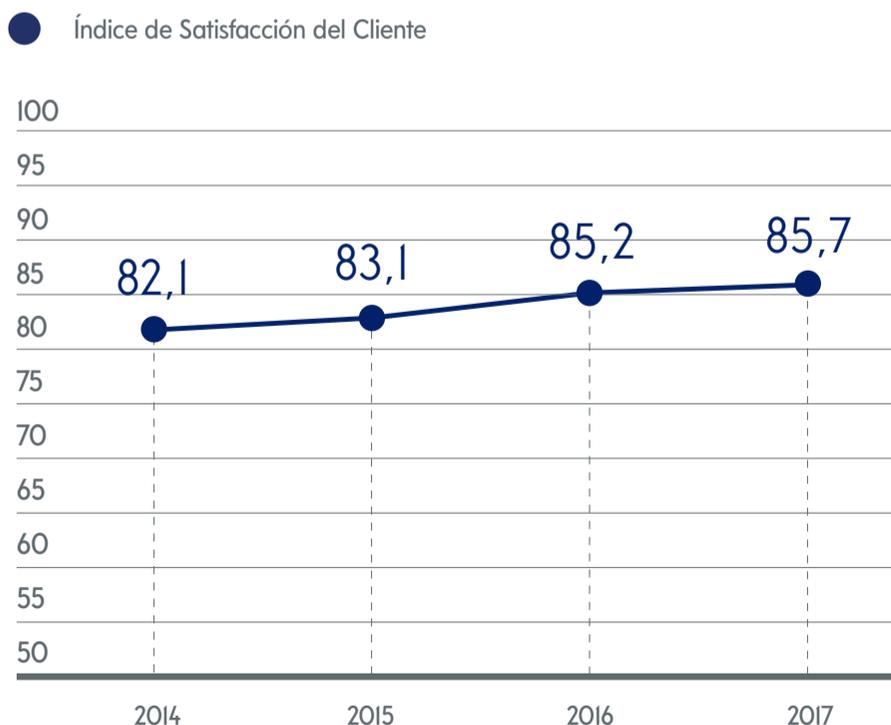
	Banca Mediolanum	Bancos tradicionales	Bancos Online
	n=908**	n=512**	n=402**
<b>Índice de Satisfacción del Cliente</b>	85,7	72,9	82,8
<b>Satisfacción general</b>	85,3	74,6	83,6
<b>Satisfacción general respecto a las expectativas</b>	84,1	70,8	80,9
<b>Satisfacción general respecto a otros bancos</b>	87,8	73,6	83,8

\* En todas las comparaciones con el Mercado, solo se consideran por homogeneidad los clientes entrevistados online para los que Banca Mediolanum es su Banco de referencia.

\*\* Número de entrevistados

Fuente: Survey Doxa, 2017, en el perímetro Italia.

### Mediolanum - Trend



En España, Banco Mediolanum no solo confirmó su posición en el top 10 de la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios), sino que también ganó una posición en comparación con el año anterior: a través de entrevistas a unos 10.000 socios, el Banco se ha clasificado en séptima posición en términos de satisfacción con el propio Banco.

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

En cuanto al nivel de satisfacción de los clientes, Banco Mediolanum realizó en 2017 su primer análisis de fidelización utilizando la metodología NPS (Net Promoter Score).

El Net Promoter es un índice desarrollado y registrado por Bain & Company, que fue introducido por Reichheld («One Number You Need to Grow», *Harvard Business Review*, 2003) y que, actualmente, utilizan muchas empresas de todo el mundo. El índice mide la fidelidad que existe entre el cliente y el proveedor, y se basa en una simple pregunta: «¿Aconsejaría o recomendaría nuestra compañía/marca/producto a amigos, conocidos o colegas?».

La evaluación se efectúa en una escala de 0 a 10, en la que: 0 significa no tener intención de hacerlo y 10 significa estar dispuesto a hacerlo. Los clientes se segmentan en función de la opinión expresada; en particular, se identifican tres categorías: Detractores, Pasivos, Promotores. El índice se obtiene del porcentaje de Promotores menos el porcentaje de Detractores:

### Probabilidad de recomendar a un colega o amigo

● Detractores ● Pasivos ● Promotores



La evaluación es de 0 a 10. El resultado de la respuesta se clasifica en 3 grupos:

- > de 0 a 6: clientes detractores;
- > de 7 a 8: clientes pasivos;
- > de 9 a 10: clientes promotores.

Sobre la base de las 6.468 respuestas recibidas, el 45,9% eran clientes promotores y el 16,1% clientes detractores; de estos detractores, el 56,1% evaluó al banco con un voto de 5 a 6.

Así que, el resultado final del tercer trimestre ha sido del 29,8%, uno de los mejores del sector bancario español, un nivel muy alto frente a una media del sector del 1,1%.

## EMPLEADOS

El Grupo Mediolanum, que opera en 5 países europeos con 2.611 empleados, fomenta una cultura basada en los valores de integridad y una política de respeto por las personas, apoyando el comportamiento consciente y responsable y creando trayectorias de desarrollo profesional.

Con el fin de mantener y aumentar el capital humano, el Grupo ofrece a todos los empleados igualdad de oportunidades de crecimiento, sin discriminación de género o de otro tipo, a través de una formación constante a lo largo de su vida laboral relacionada con la evaluación profesional periódica vinculada al reconocimiento del mérito.

La adhesión a la cultura y los valores corporativos es un factor fundamental para promover el sentido de pertenencia. Invertimos constantemente en iniciativas de comunicación interna con el objetivo de facilitar de forma orgánica y capilar la difusión de la información, fomentando su participación y colaboración activa.

En este sentido, han resultado ser muy eficientes:

- > Comunicación interna: un sistema integrado de herramientas como la Intranet, la televisión de empresa y los «house organ» locales permiten una comunicación interna constante sobre diversos temas relacionados con el Grupo (resultados de los estados financieros, operaciones extraordinarias, enfoque en temas individuales, proyectos, iniciativas, patrocinios, eventos, encuestas, etc.). En 2017, el acceso al portal por parte de las empresas italianas del Grupo ascendió a una media de 664.000 visitas mensuales, con un total de 530.279 visitas. En España, todos los meses se envía a los empleados la revista *El Apuntador*, una forma de intercambio de información para mantener a los trabajadores actualizados sobre las noticias de la empresa, las actividades previstas y las noticias del sector financiero.

- > **Eventos de la comunidad:** con el objetivo de promover la puesta en común de la estrategia corporativa, durante iniciativas o eventos específicos, los empleados se reúnen e interactúan con el Consejero Delegado, el Director General y la Alta Dirección. En 2017, en las empresas italianas del Grupo se programaron una serie de reuniones dedicadas a todos los empleados, llamadas «INSIEME, IN SEDE». También en España, el Director General de Banco Mediolanum se reunió periódicamente con grupos de empleados para mantener momentos de diálogo abierto en los que los colaboradores pueden proponer, presentar y debatir directamente nuevas ideas e iniciativas en un contexto informal.
- > **Actividades extralaborales:** se han puesto en marcha una serie de servicios y proyectos para todos los trabajadores, con objeto de facilitar la vida diaria y conciliar la vida privada y la laboral, como la guardería, la prevención de la salud y la promoción de actividades recreativas, culturales y deportivas. En España, por ejemplo, para promover la cultura financiera, Banco Mediolanum ofreció a los hijos de los empleados la oportunidad de ver realmente el funcionamiento del sistema financiero, acercarse al mundo de las finanzas, conocer las nociones básicas y promover una mentalidad consciente y responsable.

## ACCIONISTAS Y COMUNIDAD FINANCIERA

La empresa está comprometida con los accionistas y las comunidades financieras para mantener un crecimiento sostenible a corto, medio y largo plazo y para asegurar la transparencia y la buena gestión de la información económica y financiera.

## EL EQUIPO DE RELACIONES CON INVERSORES

El equipo de Relaciones con Inversores, desde que Mediolanum S.p.A. (1996) cotiza en la Bolsa, es responsable de mantener el contacto con los accionistas y la comunidad financiera. Las actividades habituales incluyen la presentación de la historia, la estructura corporativa y el modelo de negocio a los analistas e inversores que entran en contacto por primera vez con el Grupo Mediolanum, la ilustración de las estrategias corporativas y, por supuesto, la presentación y el comentario de los resultados trimestrales. El trabajo se realiza de forma conjunta con la alta dirección y de forma independiente, en la sede central o con ocasión de exposiciones itinerantes y conferencias financieras, organizadas en Europa y Estados Unidos por los corredores principales.

	Número de eventos			Reuniones con inversores			Reuniones con analistas		
	2017	2016	Var. %	2017	2016	Var. %	2017	2016	Var. %
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>346</b>	<b>3%</b>	<b>492</b>	<b>564</b>	<b>(13%)</b>	<b>221</b>	<b>139</b>	<b>59%</b>
con la alta dirección	173	151	15%	416	436	(5%)	105	43	144%
solo Relaciones con Inversores	184	195	(6%)	76	128	(41%)	116	96	21%
% de forma independiente respecto al total	52%	56%		15%	23%		52%	69%	

El equipo de Relación con Inversores está sujeto a los riesgos típicos relacionados con el tipo de actividad que desarrolla. El más importante es la no conformidad del proceso de difusión de los datos destinados al exterior. Este riesgo se controla adecuadamente gracias a la organización interna de la oficina, a la presencia de una planificación inicial de la actividad anual que permite una adecuada coordinación entre los distintos actores implicados y a los diferentes niveles de control y puesta en común de la documentación antes de su difusión externa, de acuerdo con los métodos y plazos previstos en el Reglamento del proceso «Elaboración y difusión de datos a los analistas y al mercado» de 16 de diciembre de 2016.

La información confidencial y privilegiada a la que tiene acceso la oficina y la gestión incorrecta de la confidencialidad de los datos podrían generar daños económicos o pérdidas patrimoniales. En cumplimiento de la nueva normativa introducida por el Reglamento (CE) n° 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de abril de 2014, sobre abuso de mercado (MAR por sus siglas en inglés), Banca Mediolanum ha definido políticas internas válidas para todo el Grupo en relación con la circulación y el control de la información confidencial y privilegiada y la gestión intragrupo de la información relevante. Las disposiciones en cuestión figuran en el «Manual para la circulación y el control de la información confidencial y privilegiada».

Asimismo, se informa que todos los documentos o comunicaciones que se presenten oficialmente en el mercado a través del Departamento de Relación con los Inversores (por la vía ordinaria: informes trimestrales, presentación de resultados, comunicados de prensa) deben contener la información, facilitada por el Directivo responsable de los datos contables relativos a la

correspondencia con los resultados de los documentos, libros y registros contables con arreglo a lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 154-bis del TUF (Texto Único de la Ley Financiera italiana).

## RED DE FAMILY BANKERS®

Family Banker® es la marca registrada que caracteriza a los asesores financieros de los bancos del Grupo Mediolanum. Esta figura profesional es el canal directo para alimentar la relación con el cliente: lleva el Banco a casa del cliente y estudia las soluciones que mejor se adaptan a sus necesidades de ahorro, inversión, seguridad, protección o financiación y le ayuda, si es necesario, a utilizar la multicanalidad en los primeros contactos.

Los Family Bankers® forman parte de un sistema de comunicación que facilita el intercambio de experiencias y de información.

Los puntos clave de este sistema son:

- > **Portal corporativo:** portal que transmite toda la información y agrupa todos los accesos a las principales herramientas útiles para el trabajo cotidiano de la Red de Family Bankers®. En Italia, se publicaron más de 1.800 actualizaciones de contenido en el portal BMedNet en 2017.
- > **Actividades de envío de sms y correo electrónico:** Para las comunicaciones de mucho interés, importancia o urgencia, también puede contactarse con la Red de Family Bankers® mediante mensajes sms y correo electrónico.
- > **Tv corporativa:** en Italia, la TV corporativa, accesible a todos los Family Bankers® desde el portal B.MedNET, emite programas de formación y actualización, centrados en los productos, iniciativas y estrategias comerciales de Banca Mediolanum. En 2017 se publicaron más de 280 vídeos en la plataforma de televisión de la Compañía.
- > **Reuniones periódicas:** los Family Bankers® se reúnen con la Dirección General y Comercial varias veces a lo largo del año, gracias a los eventos periódicos de información y capacitación. Durante el año 2017, los acontecimientos más significativos fueron un tour de dos etapas por las diferentes áreas (11 de enero, Milán; 12 de enero, Roma) y una convención nacional («SIAMO SEMPRE NOI»), que se celebró el 21 de septiembre de 2017 en Assago (Milán). Además de estos eventos de envergadura nacional, durante el año se organizaron numerosos encuentros locales y regionales dedicados a los PIR (Planes Individuales de Ahorro) y Mifid2 (más de 10 encuentros en 10 localidades diferentes de Italia). En España, el 16 de marzo

se celebró, en el Palacio de Congresos de Zaragoza, la convención nacional bajo el lema «Un viaje en el tiempo», al que asistieron un total de 1.016 invitados.

- > **Sales Support Center:** el Sales Support Center en Italia y el SARC (Servicio de Atención a la Red Comercial) en España ofrecen un servicio de asistencia y atención a la red por parte de la Sede. En Italia, esta estructura está atendida por 126 operadores con los que se puede comunicar por teléfono y a través de instancias escritas. En 2017 se gestionaron más de 552.000 expedientes enviados por los Family Bankers® y los Private Bankers, 345.000 de los cuales por teléfono; en este caso, el 75% de los expedientes se gestionaron y solucionaron durante la misma llamada telefónica.

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El Grupo Mediolanum reconoce la importancia de los medios de comunicación como partes interesadas, ya que transmiten noticias, información y lo más destacado de la vida del Grupo al público. El Departamento de Relaciones con los Medios de Comunicación se ocupa diariamente de los medios de comunicación con el fin de difundir las noticias más importantes relacionadas con el banco y dar respuesta a las instancias de la prensa. A través de un diálogo vivo y constante con los medios de comunicación, el Banco consigue transmitir al público una amplia variedad de información que va desde el contenido más estratégico hasta la mejora de los eventos en el territorio dedicados al público local, con el fin de dar a conocer todos los aspectos culturales e intangibles que contribuyen a crear la reputación y la identidad de la empresa.

Las relaciones con los medios de comunicación se expresan en numerosas iniciativas y formas que deben ser orientadas y dirigidas de acuerdo con las directrices estratégicas y los principios de gobierno de los riesgos reputacionales de Banca Mediolanum S.p.A. y sus filiales.

Para ello, en 2017 se introdujo la Política de Medios de Comunicación como acción para mitigar el riesgo reputacional. Está dirigida a los empleados y a la red de Family Bankers® y contiene las pautas a seguir: la identificación de las personas que pueden tener relaciones con la prensa, los asuntos que pueden tratarse, el proceso de autorización, el alcance de la intervención y las acciones correctivas en caso de incumplimiento de dicha Política.

En línea con la Política de gestión del riesgo reputacional aprobada por el Consejo de Administración del Banco, la Política de Medios de Comunicación

recoge los principios y criterios de conducta que todas las personas deben observar con los Medios de Comunicación, para preservar y apoyar la reputación y la imagen del Banco, contribuyendo a crear una identidad específica.

En Italia, en 2017, se dedicaron 11.109 artículos y servicios de radio y televisión a la Banca Mediolanum y a la alta dirección (datos parciales). En cuanto a las cifras, hubo un ligero descenso en comparación con 2016 debido a la mejora general de la calidad de las publicaciones.

Medios	Nº artículos*	AVE/AVEO** €
Prensa	3.094	20.539.386 €
Web	7.692	5.833.166 €
Radio	80	680.057 €
TV	243	3.391.137 €
<b>TOTALES</b>	<b>11.109</b>	<b>30.443.746 €</b>

Opinión	Nº total de artículos	Prensa	Web	Radio	TV
Muy positivo	149	77	64	1	7
Positivo	3.324	880	2.313	26	105
Neutral	7.392	2.080	5.145	45	122
Negativo	236	57	162	8	9
Muy negativo	8		8		
<b>TOTALES</b>	<b>11.109</b>	<b>3.094</b>	<b>7.692</b>	<b>80</b>	<b>243</b>

Fuente: *L'Eco della Stampa*

\* Nº artículos: artículos en papel impreso y publicaciones online y clips de radio y tv

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

## ASOCIACIONES DE SECTOR

Las sociedades del Grupo Mediolanum operan en varios sectores de negocio y, por lo tanto, son miembros de varias asociaciones profesionales.

En Italia, las más significativas son:

- > ABI - Asociación Bancaria Italiana;
- > Ania - Asociación Nacional de Empresas de Seguros;
- > Pri. Banks - Asociación Nacional de Bancos Privados;
- > ASSBB - Asociación para el Desarrollo de Estudios de Banca y Bolsa;
- > Assogestioni - Asociación de Gestión de Activos;
- > Assoreti - Asociación Nacional de las Sociedades de Venta de Productos Financieros y Servicios de Inversión;
- > AIPB - Asociación Italiana de Banca Privada
- > AIFI - Asociación Italiana del Private Equity Venture Capital Private Debt
- > Assonime - Asociación de las Sociedades Anónimas Italianas.

Con las asociaciones de sector se produce un intercambio constante de información y una participación activa que se plasma en varias actividades, comenzando con la participación de los miembros de las empresas del Grupo en los órganos directivos de algunas asociaciones.

Otras actividades incluyen:

- > La participación en grupos convocados sobre temas de interés específico y en comisiones técnicas específicas por sectores y competencias.
- > Los observatorios que se constituyen periódicamente para vigilar la evolución de la relación con los clientes, instituciones, autoridades de supervisión, etc.
- > Estudios y cuestionarios.

Las principales asociaciones de sector con la participación de las empresas del Grupo Mediolanum en España son:

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

Al igual que con Banca Mediolanum en Italia, Banco Mediolanum realiza un intercambio constante de información, y participa activamente en grupos convocados sobre temas específicos, entre los que se destaca el Comité Digital de la Asociación Española de Banca.

## INSTITUCIONES Y ORGANISMOS REGULADORES

Las actividades del Grupo Mediolanum tienen lugar en un sector sujeto a una alta reglamentación (primaria y secundaria) y deben cumplir con normas y reglamentos específicos, y pueden ser sometidas periódicamente a la inspección de los organismos de supervisión competentes.

En 2014 se creó la unidad responsable de Relaciones Institucionales, que se ocupa de la promoción y gestión de las relaciones nacionales e internacionales con Autoridades de Control y Supervisión, y también del diálogo con las Asociaciones de Sector y Colegios Profesionales, la Administración Pública, las entidades religiosas y ONG, los clientes institucionales, las asociaciones de consumidores, los centros de investigación económico-política y las Academias, los Organismos Internacionales y las Instituciones Nacionales con valor internacional.

Las principales Autoridades y Organismos de referencia para las sociedades del Grupo Mediolanum bajo la ley italiana son los siguientes: 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), Árbitro Financiero Bancario, Ombudsman.

Cabe considerar que el Banco de Italia, que supervisa los bancos italianos con la excepción de los que se consideran «significativos», forma parte del Mecanismo Único de Supervisión en el que el Banco Central Europeo efectúa la actividad de supervisión bancaria desde una perspectiva europea.

Para las Empresas del Grupo Mediolanum en España, las principales Autoridades y Organismos de referencia son el Banco de España, la Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV), la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSyFP).

Para Bankhaus August Lenz la principal autoridad supervisora es el Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht y para las empresas irlandesas del Grupo la autoridad de referencia es el Bank of Ireland.

## PROVEEDORES

Dado el papel clave que desempeñan para el Grupo, Mediolanum presta una gran atención a sus proveedores. El proceso de selección de proveedores

está regulado por la «Política de Compras» y por el «Reglamento del Proceso de Compras» con el fin de garantizar la máxima transparencia y calidad de los bienes y servicios adquiridos. Mediolanum siempre ha estado comprometida con la gestión eficiente de la cadena de suministro y con el control de los riesgos éticos, ambientales y sociales asociados a la misma. El Sector de Compras es la función corporativa que ayuda a las diferentes unidades organizativas en la búsqueda, identificación y adquisición de los bienes y servicios necesarios. Interactúa con los contactos de las funciones solicitantes y gestiona el Registro Oficial de Proveedores, que contiene los principales datos de las empresas con las que mantiene relaciones recurrentes para el suministro de bienes y servicios.

## COLECTIVIDAD

La comunidad incluye a los interlocutores sociales y culturales con los que la empresa interactúa durante sus actividades. Banca Mediolanum también participa en los aspectos de la vida diaria que no dependen directamente de las actividades financieras. Para ello organiza y participa en diversas actividades sociales, culturales y deportivas, proponiendo iniciativas en la zona a favor de aquellas situaciones que requieran apoyo.

## 2.4 Gobierno, gestión del riesgo, cumplimiento y cadena de suministro

### GOBIERNO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Banca Mediolanum, Banco Matriz del Conglomerado Financiero Mediolanum, con el fin de promover la difusión de valores basados en la integridad profesional y el cumplimiento de las leyes y reglamentos, ha adoptado un Código Ético que describe la conducta a seguir, y lo ha distribuido en todas sus filiales para que lo apliquen.

El Código Ético complementa el «Código de Autodisciplina», el código de conducta interno de Banca Mediolanum S.p.A., dirigido a los miembros de los órganos de administración y control, empleados, agentes y colaboradores, y adoptado respectivamente por Banca Mediolanum S.p.A. y por Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A., sociedades italianas del Grupo calificadas como «intermediarios autorizados»; las empresas extranjeras han adoptado códigos similares de acuerdo con las regulaciones locales vigentes.

El Código Ético y el Código de Autodisciplina han sido debidamente difundidos en el Grupo y con ellos se ha divulgado la información sobre la normativa, las normas de comportamiento y los procedimientos a respetar, con el fin de asegurar que la actividad empresarial se desarrolle de acuerdo con los principios éticos y de integridad. Tanto el Código Ético, que es obligatorio leer, como el «Código de Autodisciplina» están a disposición de todos los empleados en el portal de empresa «Innova», y también, en su caso, son elementos fundamentales del Modelo de Organización, Gestión y Control previsto en el ex Decreto Legislativo italiano 231/01, adoptado por el Banco y las empresas italianas del Grupo Mediolanum, y que se espera que sea aplicado.

La supervisión estratégica está a cargo del Consejo de Administración de Banca Mediolanum; entre las tareas que le han sido encomendadas, dirigidas a definir su estructura organizativa y de gobierno, se encuentra la aprobación del Código Ético, que deben cumplir los miembros de los órganos de la

empresa, los empleados y los colaboradores, con el fin de mitigar los riesgos operativos y reputacionales del Banco y fomentar la difusión de una cultura de control interno.

Entre sus funciones, el Comité de Riesgos de Banca Mediolanum supervisa el cumplimiento por parte de los destinatarios de los valores éticos y las normas de conducta indicadas en el Código Ético; coordina, a través de las funciones competentes, las iniciativas de difusión, formación y comunicación de los mismos valores y normas de conducta promovidos por Banca Mediolanum y sus filiales. Asimismo, apoya las decisiones del Consejo de Administración sobre temas de sostenibilidad relacionados con las actividades de la compañía y su dinámica de interacción con todos los grupos de interés, evaluando previamente, ante el Consejo de Administración, la matriz de materialidad que informa sobre los temas relevantes en materia de sostenibilidad, el estado no financiero (DNF) y el Informe de Sostenibilidad.

Se ha creado una Oficina de Responsabilidad Social Corporativa dentro del Departamento de Marketing e Innovación, responsable del desarrollo del proyecto de «Responsabilidad Social Corporativa». Las áreas de responsabilidad incluyen las iniciativas sociales y solidarias de Banca Mediolanum, así como la elaboración del DNF y el Informe de Sostenibilidad de Banca Mediolanum, que ofrecen una visión completa y detallada de la responsabilidad económica, social y medioambiental.

## MODELO DE GOBIERNO CORPORATIVO

El modelo de gobierno del Grupo Mediolanum se basa en el mantenimiento de las estructuras de administración y control existentes en cada una de las filiales de Banca Mediolanum, con el objetivo de proporcionar estabilidad y continuidad a la gestión del Grupo en su conjunto.

Con especial referencia a la empresa matriz, Banca Mediolanum reconoce la validez del modelo tradicional (Junta de Accionistas, Consejo de Administración y Junta de Auditores), considerado el más adecuado para satisfacer las necesidades del Banco y la dimensión y la estructura de sus Órganos Corporativos. Este sistema garantiza la consecución de los objetivos de una gestión sana y prudente, así como la necesidad de un equilibrio de poderes y una distinción adecuada de las funciones de supervisión estratégica, de gestión y de control indicadas en los reglamentos de supervisión.

## Modelo de gobierno corporativo

### JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Regulada en términos de funcionamiento y competencias por las disposiciones legales vigentes. Con fecha 23/11/2015, la empresa decidió adoptar el «Reglamento para el desarrollo de las Juntas Generales de Accionistas».

### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Tiene una función de supervisión estratégica y aprueba la estructura organizativa del Banco, verifica su correcta implantación y promueve medidas correctoras. Asegura la gestión de riesgos y los controles necesarios. A continuación se describen todas las funciones desempeñadas por el Consejo de Administración en el «Informe sobre gobierno corporativo y estructura accionaria (de acuerdo con el artículo 123-bis del TUF)».

Se compone de 11 miembros nombrados por la Junta General, que reúnen los requisitos de profesionalidad, honorabilidad e independencia.

El Presidente es no ejecutivo y la empresa está representada por el Consejero Delegado que, como órgano con función de gestión, implementa las directrices estratégicas, el RAF (Risk Appetite Framework), las políticas de gestión de riesgos y las acciones necesarias para asegurar el cumplimiento de la organización y del sistema de controles internos.

### COMITÉ DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

#### COMITÉ DE NOMBRAMIENTOS

Tiene poderes de proposición, de asesoramiento y de investigación, que se expresan en la formulación de propuestas, recomendaciones y opiniones para que el Consejo de Administración pueda adoptar sus propias decisiones con mayor conocimiento de causa (por ejemplo, en el proceso de nombramiento de consejeros). Evita que el proceso de toma de decisiones del Consejo de Administración esté dominado por un solo sujeto.

#### COMITÉ DE RIESGOS

Desempeña funciones de apoyo al Consejo de Administración con respecto a los riesgos y al sistema de controles internos. Se presta especial atención a todas aquellas actividades que son instrumentales y necesarias para la determinación efectiva de la RAF y las políticas de gestión de riesgos.

#### COMITÉ DE REMUNERACIÓN

Desempeña funciones de apoyo al Consejo de Administración con respecto a la remuneración, garantizando que los criterios en los que se basa el sistema de remuneración y de incentivos sean coherentes con la gestión de los perfiles de riesgo, de capital y de liquidez.

## SISTEMA DE CONTROL INTERNO

El Sistema de Control Interno (para abreviar, «SCI») se define como el conjunto de reglas, procedimientos y estructuras organizativos destinados a permitir, a través de un adecuado proceso de identificación, medición, gestión y seguimiento de los principales riesgos, una dirección sana de la empresa, correcta y coherente con sus objetivos.

Un SCI eficaz ayuda a garantizar la protección del patrimonio social, la eficiencia y eficacia de las operaciones de la empresa, la fiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de las leyes y reglamentos. El entorno de control es el elemento de la cultura corporativa que determina el nivel de sensibilidad de la dirección y de los directivos ante las necesidades de control. Constituye la base de todos los demás componentes del SCI. Los factores que influyen en el entorno de control son: la integridad, los valores éticos y la competencia del personal, la filosofía y el estilo de gestión, los métodos de delegación de responsabilidades, la organización y el desarrollo profesional, y el compromiso y la capacidad de dirección del Consejo de Administración.

En el Grupo, las diversas empresas se comprometen a poner en práctica, en sus estructuras de funcionamiento, un sistema de control interno articulado y eficiente, teniendo en cuenta, de acuerdo con las directrices recibidas por la empresa matriz, las diferentes normas aplicables y los diversos campos de actividad.

El Comité de Riesgos de la empresa matriz desempeña un papel fundamental como oportunidad de debate y análisis para desarrollar una visión global de los distintos riesgos relacionados con los distintos tipos de negocio y compartir las acciones emprendidas para el seguimiento de los riesgos identificados.

## INDUCTION PROGRAMME

En 2017, el Presidente del Consejo de Administración, asistido por los departamentos competentes, organizó dos sesiones de *Board Induction* para los Administradores y Auditores de Cuentas del Emisor y de otras sociedades del Grupo, en las que participaron ilustres ponentes en determinados temas de gobierno.

## Articulación del sistema de los controles internos

### CONTROLES DE LÍNEA (DE PRIMER NIVEL)

Están diseñados para garantizar la correcta realización de las operaciones. Son llevados a cabo por las estructuras operativas (por ejemplo, controles de tipo jerárquico, sistemáticos y aleatorios) y, en la medida de lo posible, se incorporan a los procedimientos informáticos.

### CONTROLES DE RIESGO Y CONFORMIDAD (SEGUNDO NIVEL)

Están diseñados para garantizar el cumplimiento de los límites operativos asignados a las distintas funciones, la correcta implantación del proceso de gestión de riesgos y la conformidad de las operaciones de la empresa, incluida la autorregulación.

En concreto, las funciones corporativas de control de segundo nivel son:

- > Función de control de los riesgos (Risk Management)
- > Función de cumplimiento de las normas (Cumplimiento)
- > Función de lucha contra el blanqueo de capitales

### AUDITORÍA INTERNA (DE TERCER NIVEL)

Tienen por objeto detectar las infracciones de los procedimientos y reglamentos, así como evaluar periódicamente la integridad, adecuación, funcionalidad y fiabilidad del sistema de control interno y del sistema de información (auditoría ICT), con una frecuencia determinada en función de la naturaleza e intensidad de los riesgos.

Para más detalles se remite al «Informe sobre gobierno societario y estructura de la propiedad (de acuerdo con el artículo I23-bis del TUF)».

En particular, se abordaron los aspectos más importantes de la cuestión de la responsabilidad de los Consejeros en la comunicación corporativa, los aspectos relevantes de la «Directiva relativa a los Mercados de Instrumentos Financieros» (MIFID II) y de la información no financiera en el ámbito de la información societaria (Decreto Legislativo italiano 254/16).

## AUTOEVALUACIÓN

En cumplimiento de la legislación vigente, el Emisor ha previsto anualmente un proceso estructurado de autoevaluación de los órganos con funciones estratégicas de supervisión y gestión, descrito en el «Informe sobre gobierno corporativo y estructura accionaria (de acuerdo con el artículo 123-bis del TUF)» para el ejercicio 2017.

El Consejo de Administración, con el apoyo de la Comisión de Nombramientos, evalúa el tamaño, composición y funcionamiento del propio Consejo y de los Comités que se hayan podido constituir.

Los análisis realizados se formalizan en el documento sobre la «Composición cualitativa y cuantitativa del Consejo de Administración», que ilustra:

- > la metodología y fases individuales del proceso;
- > las partes implicadas;
- > los resultados obtenidos, destacando los puntos fuertes y débiles que hayan surgido;
- > las medidas correctivas necesarias, en caso necesario.

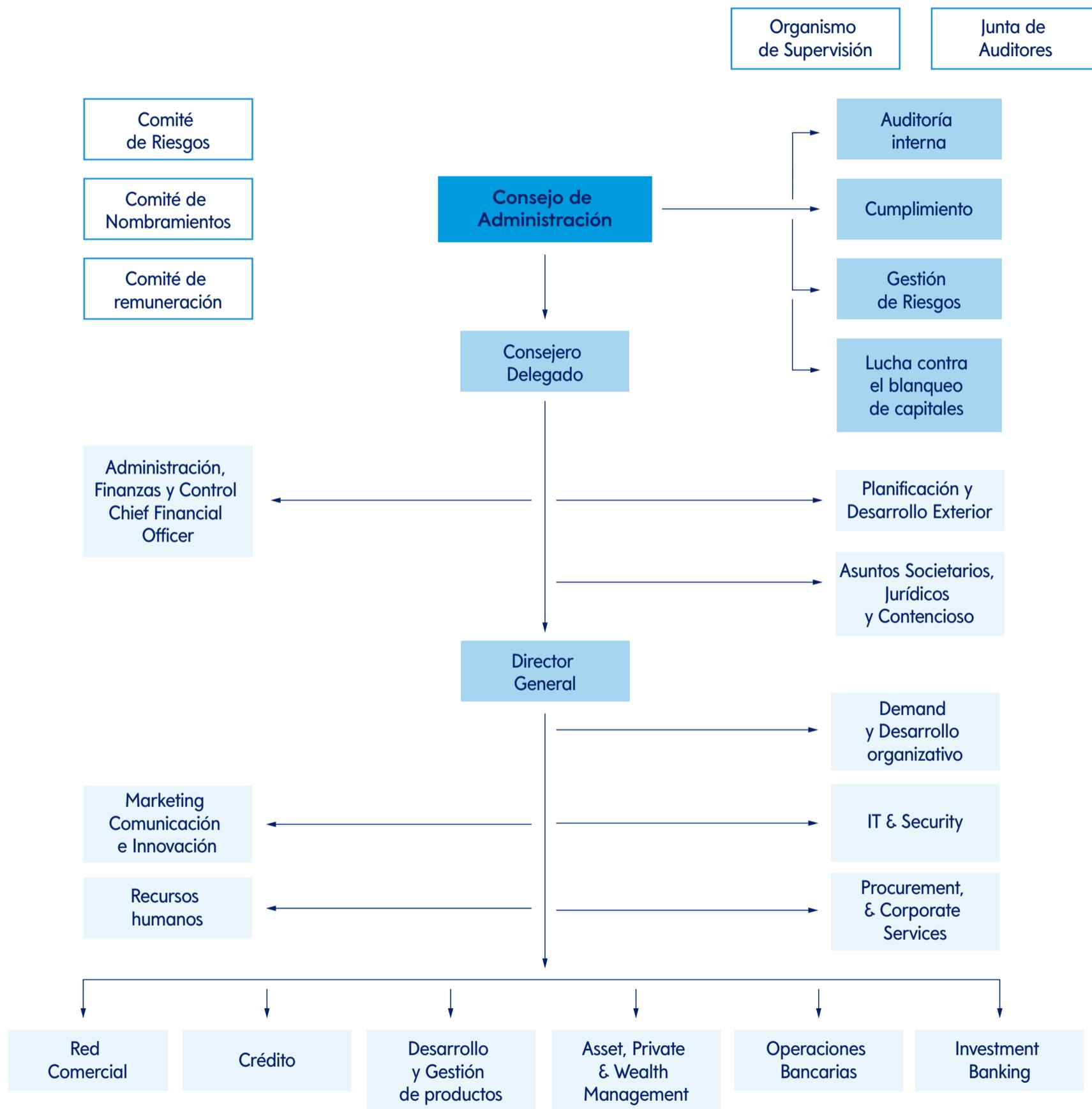
El Documento es aprobado por el Consejo de Administración y presentado, si procede, al Banco de Italia.

## ESTRUCTURA OPERATIVA

La estructura organizativa de Banca Mediolanum se divide en Departamentos, Divisiones, Sectores, Oficinas y Unidades de Apoyo a la Gestión, según la estructura que se describe a continuación.

Las tareas y responsabilidades esenciales de las unidades con las que el Banco lleva a cabo sus operaciones se establecen en el documento «Reglamento de los Servicios» del Banco, que las funciones corporativas pertinentes se encargan de actualizar periódicamente.

## Estructura organizativa de Banca Mediolanum al 31.12.2017



## REGLAS DE CONDUCTA

El Código Ético y el Código de Autodisciplina, a los que se hace referencia en el párrafo I, expresan las normas que informan acerca de la actuación del Grupo.

### CÓDIGO ÉTICO

Desde 2002, Banca Mediolanum y las filiales del Grupo adoptaron un Código Ético tanto para (i) mitigar el riesgo operacional y de reputación, facilitando la difusión de una cultura de controles internos como para (ii) prevenir los delitos previstos en el Decreto Legislativo n° 231/2001, que contiene una serie de principios de «ética empresarial» con los que se pretende recomendar, promover o prohibir ciertas conductas, más allá e independientemente de la normativa vigente.

El Código Ético, fruto de un proceso de consulta y participación activa de los diferentes grupos de interés, tiene como objetivo difundir los valores éticos con los que la Compañía se identifica y dar respuestas concretas a sus grupos de interés, informándoles a ellos y a las distintas áreas de relación, acerca de los compromisos concretos en términos de principios de conducta y control. En una relación de reciprocidad se requiere a las partes interesadas que se comprometan a adoptar esos mismos valores enunciados. El Código Ético se encuentra disponible en el sitio web de la empresa y todos los empleados tienen la obligación de leerlo.

### CÓDIGO DE CONDUCTA

El Código de Autodisciplina de Banca Mediolanum S.p.A. define con más detalle las normas que los colaboradores de la empresa matriz están obligados a cumplir en el ejercicio ordinario de su actividad.

Las principales normas que contiene se refieren, entre otras cosas, a:

- > las obligaciones de confidencialidad sobre la información reservada, confidencial o privilegiada;
- > limitaciones específicas a las operaciones con instrumentos financieros;
- > la obligación de comunicar cualquier situación o actividad de conveniencia personal significativa, o en la que los intereses personales puedan entrar en conflicto con los de la empresa, de sus

- clientes, potenciales o de los patrimonios administrados;
- > la prohibición de recibir de terceros ventajas que, por su naturaleza o envergadura, pueden llevar a mantener una conducta contraria a los intereses de la Empresa;
- > obligaciones de comportamiento en la web.

## RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA DE LOS ORGANISMOS: MODELO DE PREVENCIÓN SEGÚN EL DECRETO LEGISLATIVO ITALIANO N° 231/01 Y LEGISLACIÓN ESPAÑOLA SIMILAR

Desde 2003, Banca Mediolanum ha adoptado un modelo específico de organización, gestión y control de conformidad con el Decreto Legislativo italiano n° 231/01.

El Modelo Organizativo 231/01 ha sido desarrollado por Banca Mediolanum siguiendo un proceso que han permitido identificar, en el ámbito de las distintas operaciones gestionadas, los tipos de infracciones que potencialmente pueden cometerse en el desarrollo de estas actividades.

El análisis y el seguimiento de las fases operativas en que se dividen los procesos individuales nos han permitido identificar procedimientos y prácticas operativas que constituyen estructuras organizativas para hacer frente a los riesgos de infracción a los que se refiere el Decreto Legislativo n° 231/01. La normativa específica sobre la responsabilidad de las entidades derivada de la comisión de delitos se ha interpretado a la luz de las estructuras organizativas del banco y teniendo en cuenta las directrices asociativas de la ABI (Asociación Bancaria Italiana), las mejores prácticas del mercado y la jurisprudencia desarrollada a lo largo de los años.

Además de los delitos específicos de la banca y las finanzas (tales como: abuso de mercado, lucha contra el blanqueo de capitales, relaciones con las autoridades supervisoras, etc.), también se consideraron los delitos que no son específicos de la banca, pero que también presentan perfiles de riesgo para la empresa (tales como delitos informáticos, infracciones de las normas de salud y seguridad en el lugar de trabajo, delitos societarios, delitos medioambientales, etc.).

El Modelo se actualiza constantemente, sea como resultado de las integraciones realizadas por el legislador en los casos «sensibles», sea como resultado de cambios organizativos significativos dentro de la empresa. El

Organismo de Supervisión lleva a cabo sus actividades gracias a un sistema organizado de flujos de información de las unidades organizativas de la empresa que participan en actividades sensibles. Banca Mediolanum S.p.A., desde el 1 de septiembre de 2016, ha asignado las funciones de Órgano de Supervisión a la Junta de Auditores.

Hay un extracto del Modelo de Organización, Gestión y Control adoptado de conformidad con el Decreto Legislativo nº 231/2001 y aprobado por el Consejo de Administración de la empresa, publicado en la página web institucional ([www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it) en la sección Gobierno corporativo bajo la sección Órgano de Supervisión).

Con la Ley Orgánica 5/2010 se introdujo en la legislación española la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

La Ley Orgánica, junto con la Circular 1/2016 de la Fiscalía General del Estado, especifica ciertos aspectos de esta forma de responsabilidad, similares a las «responsabilidades administrativas de las entidades» previstas en Italia, identificando puntualmente cuánto debe incluir un sistema correcto de control y prevención de delitos de una empresa.

En este sentido, Banco Mediolanum, filial de Banca Mediolanum, ha adoptado un Modelo cuyo objetivo es establecer un sistema de prevención y respuesta ante posibles infracciones imputables a Banco Mediolanum y sus filiales, a través de medidas y controles en las operaciones de las empresas españolas.

Durante el año 2017 Banco Mediolanum ha continuado reforzando sus actividades encaminadas a identificar, evaluar y mitigar los principales riesgos relacionados con las actividades bancarias y financieras, de acuerdo con la legislación aplicable, las interpretaciones oficiales emitidas por la Fiscalía General del Estado y las mejores prácticas del sector.

Las normativas italiana y española prevén ámbitos de regulación similares en relación con la lucha contra la corrupción tanto pública como privada, la protección de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la prevención de delitos con impacto medioambiental.

## COMPROMISO DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

El objetivo de la lucha contra la corrupción es garantizar el desarrollo social y económico de una comunidad organizada de personas.

Las prácticas corruptas tienen un impacto negativo en la relación de confianza que debe mantenerse a todos los niveles con las instituciones públicas y entre los propios operadores económicos, ya que crean un sistema que distorsiona los efectos positivos de una economía de mercado que trata de proteger los intereses y derechos comunes esenciales.

En este contexto, Banca Mediolanum participa activamente en la lucha contra todas las formas de corrupción, tanto pública como privada, tal y como se define en la legislación nacional que, para algunas disposiciones, aplica la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, el Convenio Penal de Estrasburgo sobre la Corrupción y las Directrices de la OCDE.

Banca Mediolanum y las filiales del Grupo prohíben cualquier intento de corrupción, incentivo a dar o prometer beneficios, así como la aceptación de cualquier beneficio que tenga por objeto la omisión de los deberes de la función correspondiente o el incumplimiento de obligaciones de lealtad. En el ámbito de la normativa interna destinada, entre otras cosas, a evitar conductas que puedan constituir fenómenos de corrupción, cabe destacar el citado Código Ético y el Modelo de Organización, Gestión y Control adoptado en virtud del Decreto Legislativo 231/2001.

La aplicación de las medidas de exención del riesgo introducidas en el ordenamiento jurídico por el Decreto Legislativo italiano n° 231/2001 sobre el tema de la responsabilidad administrativa de las Entidades, conlleva desde hace algún tiempo la adopción del Modelo de Organización, Gestión y Control de conformidad con el Decreto Legislativo italiano n° 231/2001 al que se refiere el punto anterior. Un Modelo similar ha sido adoptado por las principales empresas italianas del Grupo. Entre los delitos supuestos, previstos desde la creación del citado decreto, se encuentran los de extorsión, incentivo indebido para dar y prometer beneficios, y corrupción tanto en la esfera pública como en la privada.

El Modelo ha sido desarrollado por Banca Mediolanum siguiendo un proceso que ha permitido identificar, en el ámbito de las distintas operaciones gestionadas, los tipos de infracciones que potencialmente pueden cometerse en el desarrollo de estas actividades. El análisis y el seguimiento de las fases operativas en que se dividen los procesos individuales nos han permitido

identificar procedimientos y prácticas operativas que constituyen estructuras organizativas para hacer frente a los riesgos de infracción a los que se refiere el Decreto Legislativo n° 231/2001, también por lo que respecta a la corrupción.

Los protocolos del modelo 231, que abordan las cuestiones ilícitas en cuestión, se refieren principalmente a:

- > las relaciones con la Administración Pública;
- > la selección y contratación de personal;
- > la relación con los proveedores;
- > la gestión de las prácticas comerciales;
- > la definición de los acuerdos de transacción derivados de los litigios.

Además, muchas otras normativas han introducido medidas organizativas y de control que permiten combatir indirectamente la corrupción: se recuerdan los principios de trazabilidad y análisis de las operaciones sospechosas con fines de la lucha contra el blanqueo de capitales, la lucha contra las prácticas comerciales desleales y los controles previstos en los procesos contables de acuerdo con la normativa que instituyó la figura del Director responsable de la elaboración de los estados financieros de la sociedad, ya que el Banco asume la función de empresa matriz cotizada.

Estas normas citadas, además de constituir un «corpus normativo» corporativo compuesto por Modelos, Protocolos y Procedimientos Operativos, son objeto de cursos obligatorios de formación periódicos, impartidos tanto a través de técnicas informáticas como de formación presencial.

## GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Banca Mediolanum S.p.A., en cumplimiento de la normativa de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo según el ex Decreto Legislativo 81/08, ha identificado dentro de su propia estructura organizativa:

- > responsabilidades concretas,
- > procedimientos operativos,
- > procesos sensibles a estas cuestiones,
- > recursos económicos,

para la aplicación de estrategias destinadas a alcanzar altos niveles de salud y seguridad en el lugar de trabajo.

Para garantizar la implementación y el seguimiento de estos requisitos y según lo requerido por el art. 28, apartado 2 del Decreto Legislativo italiano 81/08, la Sociedad ha elaborado el documento de evaluación de riesgos para la salud y la seguridad en el trabajo («DVR» de Banca Mediolanum S.p.A.), que debe contener, al menos, los criterios de evaluación de riesgos, las medidas de prevención y protección vigentes y las de mejora de los niveles de seguridad, los procedimientos y responsables de la aplicación de dichas medidas y la identificación de las tareas que pueden exponer a los trabajadores a riesgos específicos.

## PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

El enfoque de Banca Mediolanum en materia de sostenibilidad medioambiental implica la adopción de comportamientos y soluciones innovadoras en sus procesos de negocio que minimicen el consumo de recursos o requieran el uso de recursos con un impacto medioambiental reducido, manteniendo al mismo tiempo elevados niveles de eficiencia y seguridad.

Un ejemplo de ello es la instalación (en 2009) y utilización, en la sede italiana de Milán 3 City, de dos sistemas de trigeneración que generan su propia electricidad para abastecer el consumo diario final (luces, ordenadores personales, fuerzas motrices) y las iniciativas de movilidad sostenible. La Compañía está constantemente buscando soluciones dirigidas a la responsabilidad ambiental, garantizando la plena adopción de los requisitos reglamentarios nacionales e internacionales.

Las obras que impactan en las estructuras externas de los inmuebles propiedad del Grupo deben ser evaluadas por las Unidades Organizativas encargadas de supervisar tanto la fase de autorización como la fase de construcción. Estas mismas Unidades Organizativas evalúan, en el ámbito de sus competencias, la existencia y aplicabilidad de la normativa nacional o local que prevea la tramitación de autorizaciones en determinadas oficinas de la Administración Pública encargadas del medio ambiente, la protección del territorio y el paisaje.

Las unidades organizativas responsables de la construcción, gestión y mantenimiento de las plantas de producción de energía se asegurarán de obtener las certificaciones específicas exigidas por la legislación nacional o local y facilitarán a los organismos pertinentes la información necesaria.

Cuando sea necesario, las unidades organizativas también se encargarán de las obligaciones de comunicación y registro en los colegios o registros nacionales correspondientes en materia de residuos o de medio ambiente.

## AUDITORÍA INTERNA

### ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL EJERCICIO 2017

La Función de Auditoría Interna realiza auditorías de «tercer nivel» para comprobar la regularidad de las operaciones y la evolución de los riesgos, y evalúa la integridad, suficiencia, funcionalidad y fiabilidad de la estructura organizativa de la empresa y de los demás componentes del Sistema de Control Interno. La función dirige la atención de los órganos de la empresa a las posibles áreas de mejora con referencia especial al Sistema de Control Interno, al RAF, al proceso de gestión de riesgos, así como a las herramientas de medición y control de los mismos. En función de los resultados de las inspecciones hace recomendaciones a los Órganos Corporativos. Utilizando un enfoque basado en el riesgo, esta función prepara un plan plurianual y un plan anual de actividades de control que se llevarán a cabo durante cada ejercicio. Ambos están sujetos a revisión y aprobación por parte de los Órganos Corporativos competentes.

En total, la Función de Auditoría Interna de Banca Mediolanum ha previsto para 2017 más de 60 auditorías para Banca Mediolanum y las sociedades del Grupo, que han delegado en el Banco, a través de un contrato específico de servicios, la realización de las actividades de auditoría interna. Las sociedades del Grupo que disponen de su propia función de auditoría interna tienen programadas más de 140 actuaciones. La Función de Auditoría Interna de Banca Mediolanum ha desempeñado sus tareas de orientación y supervisión de dichas funciones de auditoría, promulgando directrices específicas para realizar las actividades y supervisar el progreso del plan de actividades, y organizando reuniones periódicas.

### ADHESIÓN A LAS NORMAS INTERNACIONALES DE AUDITORÍA INTERNA (IPPF)

La evolución del entorno regulatorio, las mejores prácticas y el escenario organizativo y corporativo del Grupo requieren procesos de mejora continua de las actividades de auditoría interna. En cumplimiento del Marco Internacional de Prácticas Profesionales emitido por el Instituto de Auditores

Internos (en adelante «IPPF» por sus siglas en inglés), en 2017 la Función de Auditoría Interna formalizó un «Programa de Garantía y Mejora de la Calidad» relativo a todos los aspectos de las actividades de la Función. Como parte de este programa, en 2017 la Función de Auditoría Interna fue objeto de una «Quality Assurance Review» (en lo sucesivo denominada también «QAR») realizada por una importante empresa consultora. La QAR es un proceso de evaluación externa de las actividades de la función de Auditoría Interna, de acuerdo con las disposiciones del «IPPF». El objetivo principal de las actividades llevadas a cabo fue examinar los aspectos relacionados con las actividades realizadas por la Función de Auditoría Interna de Banca Mediolanum para:

- > evaluar el cumplimiento del IPPF y hacer una evaluación final de su conformidad;
- > llevar a cabo una comparación de referencia para comprobar el cumplimiento de las «mejores prácticas» internacionales.

Tras las actividades de «QAR», la consultora ha atribuido un juicio de «conformidad general» con respecto a los requisitos del IPPF y al Código Ético de la Profesión vigente. La escala de calificación utilizada incluye los niveles siguientes: «generalmente conforme», «parcialmente conforme», «no conforme».

## LA FUNCIÓN DE GESTIÓN DE RIESGOS

La función de Gestión de Riesgos de Banca Mediolanum (o bien función de Risk Management) es responsable de la aplicación de las políticas de gobierno y del sistema de gestión de riesgos. La función de control de riesgos es responsable del seguimiento de la exposición del Banco y del Grupo a los riesgos financieros y de crédito, así como de la evaluación de los impactos patrimoniales de los riesgos operacionales y reputacionales, del seguimiento constante de la suficiencia de capital en relación con las actividades desarrolladas, y ejerce un papel de orientación y coordinación en los asuntos relacionados con la gestión y control de los riesgos actuales y futuros en relación con las filiales, en las que están presentes las respectivas funciones de gestión de riesgos.

Por lo tanto, la función de Gestión de Riesgos de la empresa matriz define y mantiene el marco de control y gestión de todos los riesgos de las sociedades pertenecientes al Grupo Bancario, es decir, se encarga del seguimiento de los riesgos del primer pilar (riesgos de crédito, de mercado y operativos) y

realiza evaluaciones cualitativas y cuantitativas de los riesgos del segundo pilar, de acuerdo con las directrices del Consejo de Administración y la normativa vigente.

También define los procedimientos para evaluar y controlar los riesgos reputacionales en coordinación con la Función de Cumplimiento. Elabora reglamentos internos, es decir, políticas y reglamentos relativos a todos los riesgos significativos, e identifica y desarrolla metodologías cuantitativas destinadas a gestionar los riesgos significativos del primer y segundo pilar del Banco. Verifica continuamente, para el Grupo Bancario, la adecuación del Marco de Apetito de Riesgo y coordina el Proceso de Evaluación de la Adecuación del Capital Interno (ICAAP) para las actividades específicamente asignadas y reguladas por el Reglamento del ICAAP.

## **MARCO DE APETITO DE RIESGO - «RAF» (POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)**

La política de gestión de riesgos es un componente estratégico del RAF, que permite unirla con el plan económico financiero para lograr un objetivo de crecimiento sostenible.

Por esta razón, el RAF es el resultado de un proceso complejo que afecta a varias estructuras organizativas de la empresa, cada cual en su ámbito de competencia y, especialmente, a las de Gestión de Riesgos y de Planificación y Control. La propensión al riesgo del Grupo se revisa anualmente para tener en cuenta los cambios constantes de contexto, tanto interna como externamente, y también los cambios de las expectativas de todas las partes interesadas. La magnitud económico-financiera que se estima al elaborar el plan económico-financiero se reconcilia con los límites de tolerancia al riesgo y se incorpora en el proceso de actualización del RAF, actualizando los umbrales y límites que se hubieran establecido el año anterior.

Así, los indicadores estratégicos tienen la función de apoyar a la alta dirección en el logro de objetivos estratégicos y financieros, así como de supervisar la solidez patrimonial y la solvencia financiera del Grupo y, por lo tanto, están sujetos a un proceso de revisión periódica integrado con el de planificación y presupuesto.

## **RIESGOS DE REPUTACIÓN**

El riesgo de reputación, que se rige por las normas del sector, está incluido en

«otros riesgos», que son difíciles de medir y para los cuales los bancos recurren a sistemas de control y mitigación. Se define como el riesgo actual o futuro de reducción de las ganancias o del capital que resulta de una percepción negativa del banco por parte de los clientes, contrapartes, accionistas, inversores o la Autoridad de Supervisión. Los riesgos de reputación a menudo nacen de otro tipo de riesgo que no se aborda correctamente, por ejemplo, de carácter operacional o estratégico que podrían producir como nuevo efecto un riesgo de reputación.

De manera más general, entre los factores endógenos se incluyen todos los que están asociados directamente con los procesos y las actividades del Banco o con la gestión y las decisiones operativas que adopta (por ejemplo, cuando se da un evento de riesgo operacional, el incumplimiento de la legislación, o noticias incorrectas acerca de la empresa o sobre el comportamiento de los empleados o una mala gestión de las comunicaciones oficiales externas). Entre los factores externos o exógenos cabe incluir los comentarios y debates en los medios de comunicación, en las redes sociales, blogs y en otras herramientas de comunicación digital, con respecto a la información o las opiniones que dañan la reputación del Banco o del Grupo.

Estos factores no pueden atribuirse directamente a las actividades o procesos específicos del Banco, pero pueden relacionarse con la difusión de noticias u opiniones negativas sobre la imagen del Banco o de sus miembros (por ejemplo, debates en blogs o redes sociales, comentarios o artículos periodísticos sobre los representantes del Banco, etc.). El Grupo Mediolanum ha adoptado una política específica de gestión del riesgo reputacional (con fecha 23 de marzo de 2017) y vigila constantemente el comportamiento de sus asesores financieros, para comprobar que su conducta cumpla con la legislación vigente y se base en la máxima rectitud y transparencia en su relación con los clientes. Sin embargo, los procedimientos que se adoptan a veces pueden ser insuficientes frente a acontecimientos inesperados o fuera del control del Grupo. Una conducta fraudulenta, desleal o abusiva de los asesores financieros también representa un típico riesgo operacional que podría suponer daños, incluso importantes, de la imagen y reputación del Grupo, y, en general, de la confianza depositada por sus clientes, con un efecto negativo en su situación económica, patrimonial y financiera.

El Grupo supervisa y controla de forma continua el riesgo operacional consiguiente a una conducta ilegal o inapropiada de los colaboradores, entre ellos los asesores financieros. Especialmente, en el proceso de identificación de los riesgos operacionales se realiza tanto la recogida y el

análisis de las pérdidas resultantes de la conducta de los asesores financieros, como la evaluación ex-ante de la exposición a este riesgo y los controles correspondientes.

Por otra parte, cada mes se llevan a cabo actividades permanentes de control: a posteriori, a nivel de macrofenómeno («controles masivos»), y, como mínimo cada año, de grupos específicos de asesores, ante una evidencia anormal de la cartera de los clientes. Sin embargo, incluso cuando los indicadores y controles masivos no denotan ninguna anomalía tampoco se puede descartar un comportamiento ilegal por parte de los asesores financieros.

## CUMPLIMIENTO

El modelo adoptado para controlar el riesgo de incumplimiento (el denominado modelo de cumplimiento) prevé:

- > la responsabilidad directa y la gestión de la Función de Cumplimiento de las normas relativas a las actividades bancarias y de intermediación, a la gestión de los conflictos de intereses, a la transparencia frente a los clientes y, de forma más general, a las destinadas a proteger a los consumidores, así como de todas aquellas normas para las que no se hayan previsto formas especializadas de supervisión dentro de la Sociedad tras la actividad de delimitación del ámbito regulatorio;
- > la identificación de Unidades Especializadas responsables de asegurar la supervisión adecuada de áreas reguladoras específicas a las que se asignan ciertas fases del proceso de cumplimiento, sin perjuicio de la responsabilidad de la Función de Cumplimiento de evaluar periódicamente la idoneidad de dichos controles
- > la atribución a las demás Funciones Corporativas de Control de la responsabilidad exclusiva de las áreas reguladoras que la ley les atribuye, informando directamente a los Órganos Corporativos de las deficiencias detectadas y de las propuestas formuladas para su eliminación.

En relación con el marco regulatorio de referencia, la Función es responsable de la consultoría especializada, la alerta regulatoria y el análisis de vacíos, la verificación de la adecuación de las estructuras y procesos corporativos, la verificación operativa del cumplimiento regular de la conducta corporativa en relación con lo establecido en la normativa interna u otra documentación corporativa que demuestre la implementación de la normativa interna, y la

identificación de acciones para mitigar los riesgos de incumplimiento. La Función de Cumplimiento se encarga de la externalización de las evaluaciones de riesgo operacional y reputacional de la Función de Gestión de Riesgos del Banco y del resto de las sociedades italianas del Grupo con las que mantiene acuerdos de servicios en el marco de las actividades de evaluación integrada, según planes compartidos con la Función de Gestión de Riesgos, y activa flujos específicos de información hacia esta última sobre los resultados de las actividades desarrolladas.

Considerando el modelo de negocio del Banco, se presta una atención especial a las actividades de control de la labor de la Red de Asesores Financieros que colaboran con el Banco y que dentro de la Función de Cumplimiento están organizados en una unidad independiente. El control de la actividad de la Red Comercial es, de hecho, un elemento fundamental del Sistema de Controles Internos, que se lleva a cabo, en particular, en Italia, por el Equipo de Control Preventivo de la Red, que, en el desempeño de sus funciones, se coordina continuamente con las demás Funciones Corporativas de Control.

Por último, la Función de Cumplimiento asegura que el Consejero Delegado y los demás Órganos Corporativos, los Consejos de Administración y las demás Funciones Corporativas de Control reciban información periódica adecuada. Estos aspectos están regulados en la «Política de Cumplimiento» de 21 de junio de 2017, que describe los principios adoptados por Banca Mediolanum S.p.A. en materia de gestión del riesgo de incumplimiento.

## **LUCHA CONTRA EL BLANQUEO DE CAPITALS**

La función de Lucha contra el blanqueo de capitales depende directamente del Consejo de Administración del Banco, activando flujos regulares de información con el mismo, y tiene acceso a toda la información del Banco, así como a información relevante para el desempeño de sus funciones.

Esta función se encarga de prevenir y combatir el riesgo de blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo, así como de adecuar los procesos a la evolución del contexto normativo y procesal en esta materia, externalizando actividades específicas para las sociedades del Grupo con las que existen acuerdos específicos de prestación de servicios, de acuerdo con los procedimientos y plazos definidos en los mismos.

Comprueba continuamente que los procedimientos de la empresa sean compatibles con el objetivo de prevenir y combatir infracciones de las normas de heterorreglamentación (leyes y reglamentos) y de autorregulación en materia.

Realiza el análisis y evaluación periódica de los riesgos de blanqueo de dinero y financiación del terrorismo, identificando acciones específicas para mitigar el riesgo detectado. Dentro de su ámbito de competencia, prepara o convalida y actualiza la normativa interna, las políticas y los reglamentos en materia del blanqueo de capitales y lucha contra el terrorismo y, si es necesario, elabora las directrices de Grupo sobre el asunto.

El corpus normativo adoptado internamente, en el que reviste especial importancia la «Política de lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo» de 20 de diciembre de 2017, se actualiza periódicamente para tener en cuenta las dinámicas vinculadas a la evolución de las actividades de la compañía y la normativa de referencia. Las normas internas y los procedimientos operativos también son objeto de iniciativas de formación regulares, incluida la formación presencial, para garantizar su correcta aplicación y asimilación por parte de los asesores financieros y los empleados.

## **PROCESO DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES Y CONDICIONES DE COMPRA**

Para Banca Mediolanum, el papel de los proveedores en la implantación del negocio es fundamental, ya que se refleja directamente en la calidad del servicio ofrecido a los clientes. Los proveedores son considerados una fuente de éxito competitivo y por ello la selección, el seguimiento y la gestión de las relaciones con ellos se basan en procesos estructurados y en principios de transparencia y fiabilidad.

El Sector de Compras es la función corporativa que ayuda a las diferentes unidades organizativas en la búsqueda, identificación y adquisición de bienes y servicios necesarios para garantizar el buen funcionamiento de la empresa. Para garantizar una gestión correcta y transparente del proceso de compra, Banca Mediolanum S.p.A. actualizó en 2017 la «Política de Compras» y el «Reglamento del Proceso de Compras», ambos aprobados por el Consejo de Administración y válidos a nivel de Grupo.

El proceso de compras se estructura en varias fases y requiere una interacción continua del sector de Compras con las funciones de la empresa implicadas.

Después de un análisis de mercado, se lleva a cabo una evaluación cuidadosa y precisa de los potenciales proveedores con el fin de identificar sus características principales y su idoneidad para el suministro. El Departamento de Compras puede decidir si utilizar un proveedor ya inscrito en el Registro de Proveedores o un nuevo proveedor, para el que se iniciará el proceso de cualificación con el fin de incluir nuevos nombres en la selección.



El Registro Oficial de Proveedores permite llevar un seguimiento y tener una visión clara de todas las empresas con las que se mantienen relaciones recurrentes para la adquisición de bienes o servicios, garantizando así una evaluación constante de toda la cadena de suministro por parte del Departamento de Compras.

Durante el proceso de cualificación para el Registro de Proveedores, se anima a dichos proveedores a registrarse introduciendo todos sus datos y, en una segunda fase, a completar la información referente a los servicios y áreas de actividad, incluidas las referencias más importantes. Los proveedores también deben rellenar un cuestionario en el portal específico de la empresa. El cuestionario investiga una amplia gama de información que, además de permitir la evaluación del proveedor en términos de solidez, también analiza aspectos como:

- > el alto nivel de servicio;
- > la máxima fiabilidad;
- > la garantía de asistencia y puntualidad en el suministro de los servicios ofertados;
- > un comportamiento responsable y ético, también en relación con el medio ambiente y la comunidad.

El módulo de calificación de proveedores (vendor rating) se utiliza para supervisar a los proveedores a posteriori, que son evaluados periódicamente sobre la base de indicadores clave de rendimiento de los servicios prestados, tanto desde el punto de vista comercial como técnico.

Con el objetivo de adoptar un aprovisionamiento cada vez más sostenible, el Grupo Mediolanum prefiere la compra de productos, como sillas, escritorios, mesas, etc., que sean reciclables y que permitan ahorrar costes en la fase de eliminación y reducción de materiales contaminantes.

También se presta especial atención a algunas iniciativas comerciales que implican el uso de productos y la colaboración con empresas afectadas por desastres naturales.

# 3. La sostenibilidad en Banca Mediolanum



La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es parte integrante de los valores y la cultura de Mediolanum. El objetivo prioritario de continuar desarrollando un negocio sólido y sostenible a largo plazo se basa en la responsabilidad de generar valor añadido para todos los grupos de interés. El compromiso de gestionar la empresa de manera responsable se expresa en la forma en que operamos, en la atención y centralidad del cliente, en la forma en que Mediolanum apoya a sus empleados, respeta el medio ambiente y contribuye al desarrollo de la comunidad en la que está ubicada.

## MATRIZ DE MATERIALIDAD

También en 2017 el Grupo Mediolanum ha continuado su trayectoria con la elaboración de informes de sostenibilidad, siguiendo las directrices internacionales del Global Reporting Initiative (GRI G4), que prevén la evaluación de los aspectos de sostenibilidad relacionados con las actividades del Grupo que involucran a sus grupos de interés en esta evaluación. La evolución del proceso de información integra el análisis de la materialidad interna con los hallazgos obtenidos a través del compromiso con los grupos de interés, llevado a cabo entre 2016 y principios de 2017, de acuerdo con un enfoque de consulta progresiva que ha permitido la participación de algunos de los grupos de interés internos y externos más importantes.

En concreto, las actividades han involucrado a:

- > los empleados, con un taller interno organizado especialmente para ellos;
- > los proveedores, con un cuestionario de evaluación de los temas materiales;
- > las asociaciones del territorio y de sector realizando entrevistas individuales.

También se ha mejorado la actividad de escucha con un análisis específico que tiene por objeto detectar la atención de los medios de comunicación sobre algunos temas de sostenibilidad relacionados con las actividades del Grupo Mediolanum.

Los resultados de esta actividad han servido para actualizar el análisis de materialidad de Banca Mediolanum, realizando según las siguientes fases:

- > mapeo de las partes interesadas: identificación de los sujetos que influyen y están influenciados por la empresa, teniendo en cuenta el sector de referencia, el modelo de negocio y las características específicas del Grupo y cómo estas cambian con el tiempo;
- > identificación de los temas importantes: los de sostenibilidad económica, ambiental y social significativos para el negocio del Grupo y sus grupos de

3. LA SOSTENIBILIDAD EN BANCA MEDIOLANUM

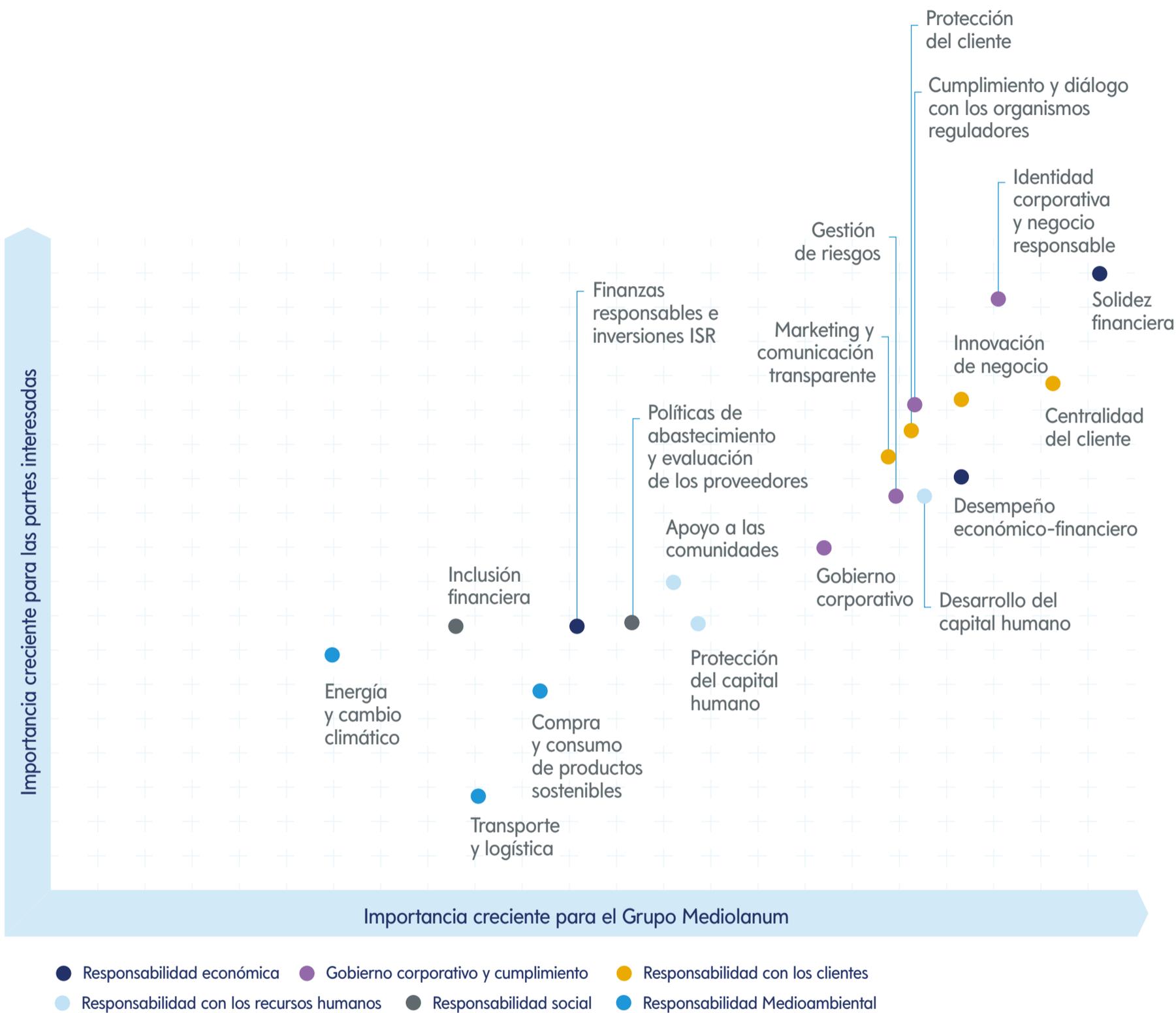
interés, de los temas comúnmente reconocidos como relevantes para el sector de referencia y de los específicos para el Grupo Mediolanum;

- > evaluación y priorización de los temas relevantes: evaluación cualitativa y cuantitativa por parte de la Dirección del Grupo Mediolanum de las cuestiones pertinentes con el fin de sopesar la relevancia de cada tema;
- > Aprobación: evaluación preliminar por parte del Comité de Riesgos y posterior aprobación por parte del Consejo de Administración.

Este análisis ha permitido identificar los aspectos que se consideran materiales, es decir, que reflejan los impactos significativos para la empresa desde un punto de vista económico, medioambiental y social, que influyen sustancialmente en las evaluaciones y las decisiones de las partes interesadas y que permiten al Grupo crear valor a corto, medio y largo plazo. Estos aspectos, como se ilustra en la matriz de materialidad, están relacionados con seis áreas temáticas: Gobierno corporativo y Cumplimiento, Responsabilidad económica, Responsabilidad con los Clientes, Responsabilidad con los recursos humanos, Responsabilidad Social y Responsabilidad medioambiental.

Temas del Decreto 254/2016	Áreas temáticas de sostenibilidad para el Grupo Mediolanum	Temas materiales para Mediolanum
<b>Medio Ambiente</b>	Responsabilidad medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compra y consumo de productos sostenibles</li> <li>- Energía y cambio climático</li> <li>- Transporte y logística</li> </ul>
<b>Personal Derechos Humanos y Sociales</b>	Responsabilidad con los recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Protección del Capital Humano</li> <li>- Desarrollo del Capital Humano</li> <li>- Apoyo a las comunidades</li> </ul>
<b>Lucha contra la corrupción</b>	Gobierno corporativo y Cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identidad corporativa y empresa responsable</li> </ul>
<b>Otros temas relevantes para el Grupo Mediolanum</b>	Responsabilidad con los Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centralidad del Cliente</li> <li>- Innovación de negocio</li> <li>- Protección del Cliente</li> <li>- Marketing y comunicación transparente</li> </ul>
	Responsabilidad económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solidez económica</li> <li>- Resultados financieros</li> <li>- Finanzas responsables e inversiones SRI</li> </ul>
	Responsabilidad Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclusión financiera</li> <li>- Políticas de abastecimiento y evaluación de los proveedores</li> </ul>
	Gobierno corporativo y Cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobierno corporativo</li> <li>- Gestión de riesgos</li> <li>- Cumplimiento y diálogo con los Organismos Reguladores</li> </ul>

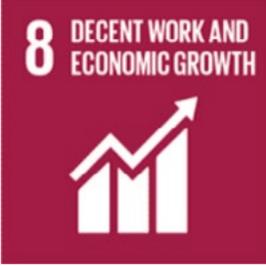
### La matriz de Materialidad



## LOS COMPROMISOS DE BANCA MEDIOLANUM CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (SDG) DE LAS NACIONES UNIDAS

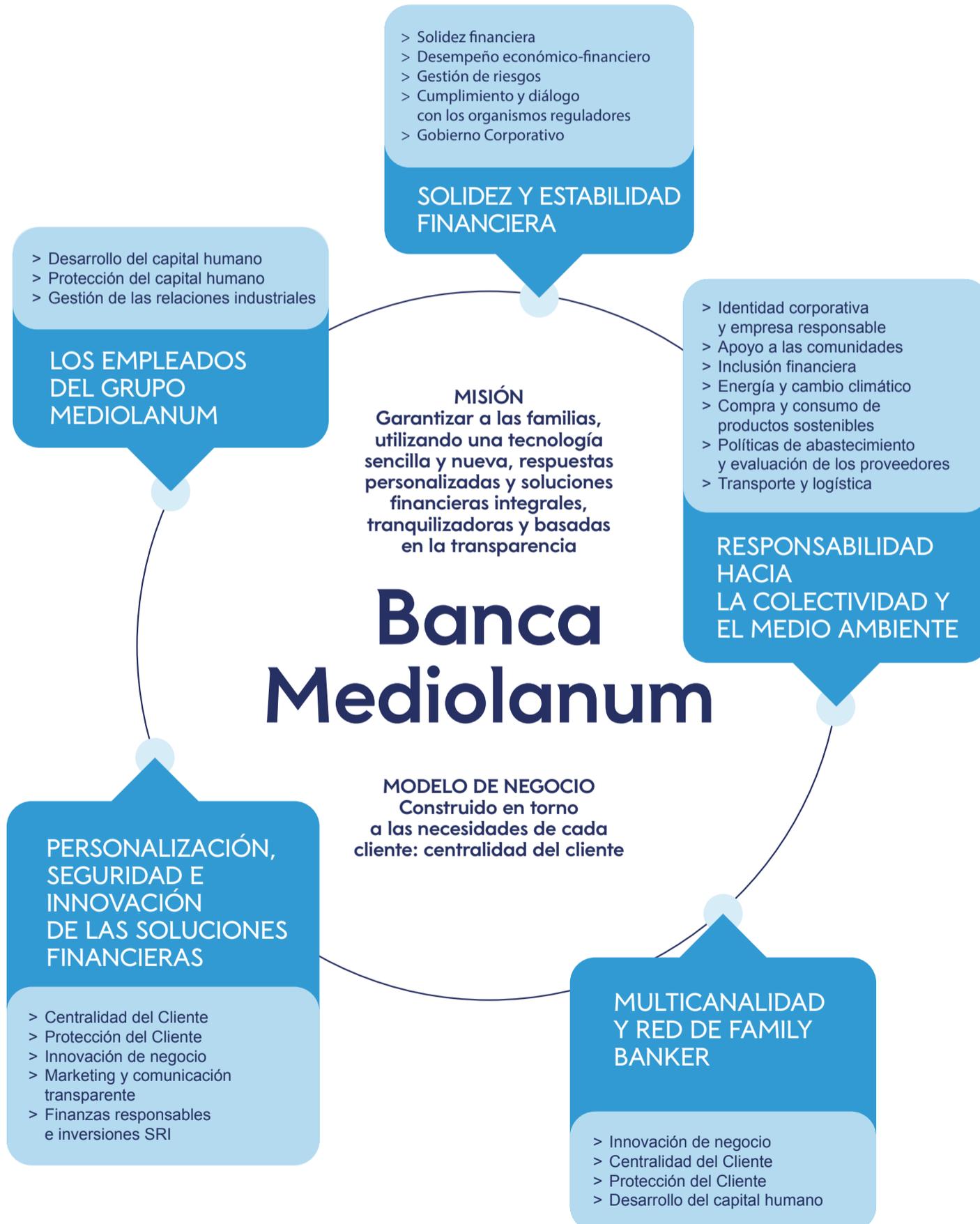
SDG	Temas materiales	Iniciativas
	Inclusión financiera	<p>Microcrédito: firma de convenios con fundaciones y asociaciones diocesanas que persiguen fines solidarios y que actúan en el campo de la asistencia y de la caridad, con el fin de ayudar y apoyar a cualquier persona en situación de endeudamiento, para evitar la usura. El asunto del Acuerdo prevé la identificación y provisión de crédito a favor de sujetos con bajos ingresos y/o en el umbral de la pobreza, para que puedan hacer frente a situaciones de emergencia.</p> <p>Cuenta Básica: dedicada a las categorías económicamente desfavorecidas, nacida de la colaboración de MEF, el Banco de Italia, ABI, Poste Italiane y las asociaciones de proveedores de servicios de pago.</p> <p>Iniciativas para clientes y trabajadores en dificultad.</p> <p>Colaboraciones con Fundaciones y Asociaciones, en particular con la Fondazione Mediolanum Onlus, que apoya proyectos en favor de niños desfavorecidos; colaboración y apoyo a las ONG (por ejemplo, Mediolanum Aproxima).</p>
	Protección del Capital Humano	<p>Políticas corporativas de bienestar inclusivas para estimular la conciliación laboral y garantizar el bienestar de la persona. Se han activado servicios y proyectos para todos los colaboradores, como la guardería de la empresa y diversas actividades extralaborales, desde culturales hasta deportivas.</p>
	Apoyo a las comunidades	<p>Las actividades desarrolladas con Centodieci se centran en el capital humano y se implementan a través de eventos en el territorio italiano, con momentos especiales de formación y experiencia que cuentan con la participación de ponentes e invitados con valores próximos a los de Banca Mediolanum, y con una revista online que presenta todas las iniciativas y eventos de Centodieci y ofrece un espacio para el intercambio cultural a través de un blog con intervenciones sobre temas de innovación, tecnología y evaluaciones transversales.</p>
	Energía y cambio climático	<p>Para favorecer la difusión de una cultura medioambiental en la empresa, el Grupo ha puesto en marcha una iniciativa por la que, con el nacimiento de un hijo, ofrece a los padres la oportunidad de apoyar el proyecto Treedom.</p> <p>Sistema de trigeneración que permite la autoproducción simultánea de electricidad, energía térmica y energía frigorífica. Solo en 2017, la planta cubrió las necesidades del 35,69% de la electricidad requerida, del servicio de calefacción total y del servicio parcial de aire acondicionado.</p> <p>La nueva política de la compañía «Política y Procedimiento Operativo para la asignación, uso y gestión de la flota de vehículos de la empresa» de 2 de mayo de 2016 establece límites máximos para los vehículos tanto en relación con las emisiones de CO<sub>2</sub> como de kilometraje. Y la elección de vehículos de combustible alternativo, híbridos, eléctricos o de bajo impacto medioambiental es un título preferente en el proceso de renovación de la flota de vehículos de la compañía.</p>

3. LA SOSTENIBILIDAD EN BANCA MEDIOLANUM

 <p><b>8</b> DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	<p>Finanzas responsables e inversiones SRI</p>	<p>PIR con el objetivo de contribuir a la recuperación de la economía italiana, siendo uno de los primeros en lanzar productos específicos y logrando, en poco menos de un año, más de 2.400 millones de depósitos brutos en estos instrumentos de ahorro.</p>
 <p><b>9</b> INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p>	<p>Innovación de negocio  Finanzas responsables e inversiones SRI</p>	<p>Iniciativa «Riparti Italia»: hipotecas y préstamos para la rehabilitación de inmuebles en régimen de desgravación fiscal para proyectos de edificación sostenible, rehabilitación de inmuebles, mejora del riesgo sísmico y recalificación energética.</p> <hr/> <p>Función de innovación que tiene como objetivo generar nuevo valor y difundir la Cultura de la Innovación.</p>
 <p><b>12</b> RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>	<p>Compra y consumo de productos sostenibles</p>	<p>Iniciativas para reducir el consumo de papel.</p> <hr/> <p>Recogida selectiva y eliminación de residuos.</p>
 <p><b>16</b> PEACE AND JUSTICE</p>	<p>Gobierno corporativo  Identidad corporativa y empresa responsable</p>	<p>Banca Mediolanum participa activamente en la lucha contra todas las formas de corrupción, tanto pública como privada, tal y como se define en la legislación nacional que, para algunas disposiciones, aplica la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, el Convenio Penal de Estrasburgo sobre la Corrupción y las Directrices de la OCDE.</p> <hr/> <p>Banca Mediolanum ha adoptado un modelo de prevención de acuerdo con el Decreto Legislativo italiano 231/01.</p> <hr/> <p>En el corpus normativo adoptado internamente reviste especial importancia la «Política de lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo».</p>

## EL NEGOCIO SOSTENIBLE DE BANCA MEDIOLANUM

Los resultados del análisis de materialidad se han aplicado al modelo de negocio del Grupo Mediolanum. Combinando el análisis de materialidad con el modelo de negocio del Grupo hemos podido identificar los cinco pilares en los que la empresa basa su negocio sostenible.



## 3.1 Solidez y estabilidad financiera



Desde su salida a bolsa, el 3 de junio de 1996, el Grupo Mediolanum ha generado ganancias y repartido dividendos significativos, en el marco de un aumento de dimensiones plenamente orgánico y casi ininterrumpido, con una atención constante a la satisfacción de todas las partes interesadas. El año 2017 ha sido, en todos los aspectos, histórico para el sector del ahorro gracias a la introducción de los Planes de Ahorro Individual (PIR por sus siglas en italiano «Piani Individuali di Risparmio») en la Ley de Estados Financieros, que ofrecen un apoyo concreto a las empresas italianas.

Banca Mediolanum se ha distinguido de inmediato por abrirse a esta nueva oportunidad con el objetivo de contribuir a la recuperación de la economía italiana, siendo uno de los primeros bancos en lanzar productos específicos y logrando, en poco menos de un año, más de 2.490 millones de depósitos brutos en estos instrumentos de ahorro.

En términos más generales, la calidad de la oferta de Mediolanum, junto con la calidad del asesoramiento prestado a los clientes por los Family Bankers®, se han visto recompensadas por una entrada récord de 5.800 millones de euros en fondos y gestiones, lo que supone un incremento del 42% respecto a 2016. Con ello, los activos totales se elevan a 75.700 millones de euros a 31 de diciembre de 2017, lo que supone un nuevo incremento del 10% con respecto al año anterior, excluyendo los activos recientemente vendidos de Banca Esperia.

Así, el beneficio neto al cierre del ejercicio se sitúa en 380 millones de euros, afectado por la mencionada plusvalía por la venta de la participación de 41,6 millones de euros de Banca Esperia, pero también por los gastos de apoyo al sistema bancario por un importe de 52 millones de euros.

# Desempeño económico-financiero

Beneficio neto

380 mill de euros

▶ -3%\*

Captación neta

5.380 mill de euros

▶ -11%\*\*

Dividendos por acción

0,40

Patrimonio gestionado

75.717 mill de euros

▶ +10%\*\*

Common Equity Tier I Ratio

21,9 %

Indicador correspondiente a la relación entre los créditos improductivos y los préstamos totales

1,60 %

Liquidity Coverage Ratio

397 %

Valor añadido bruto

1.341.320 mill de euros

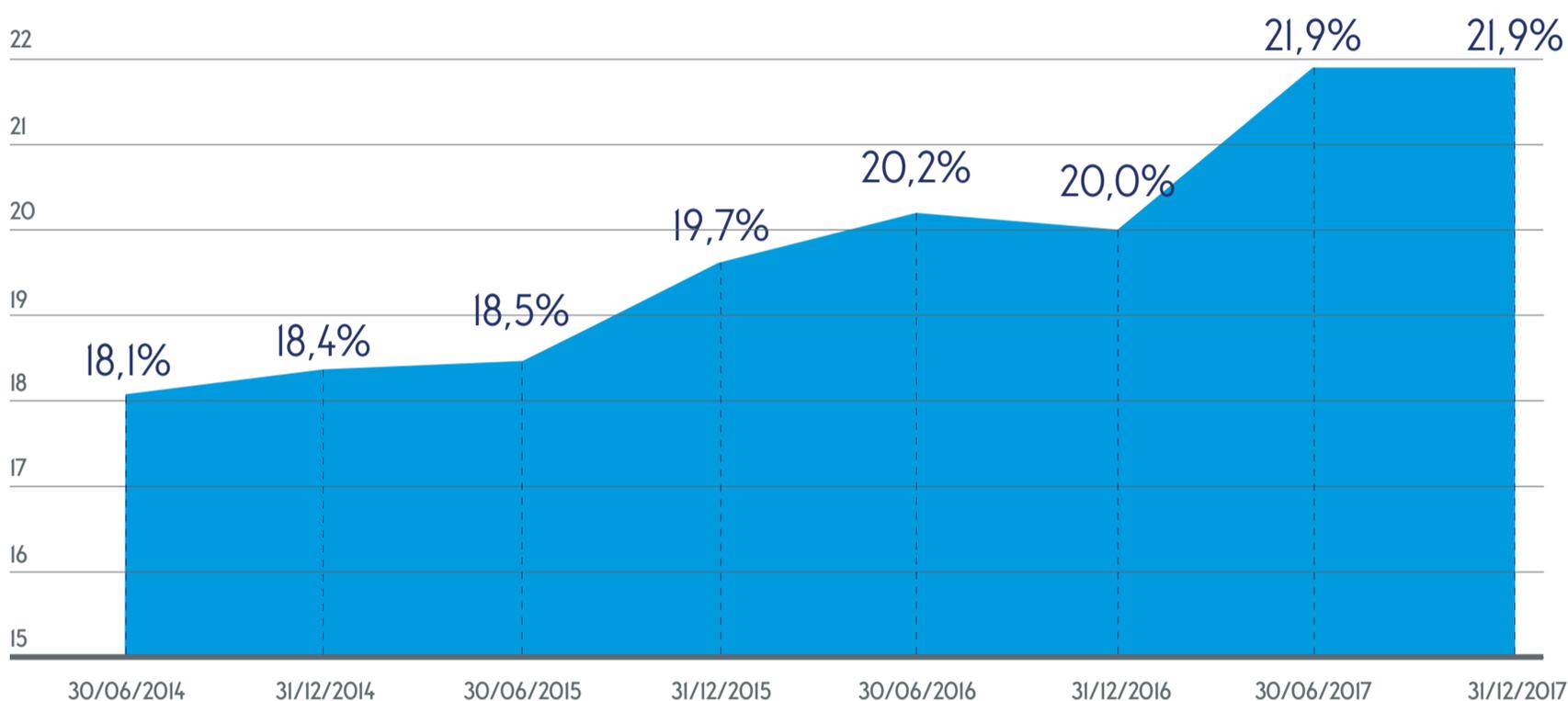
\* Con respecto a 2016

\*\* Con respecto a 2016, excluyendo la contribución de Banca Esperia

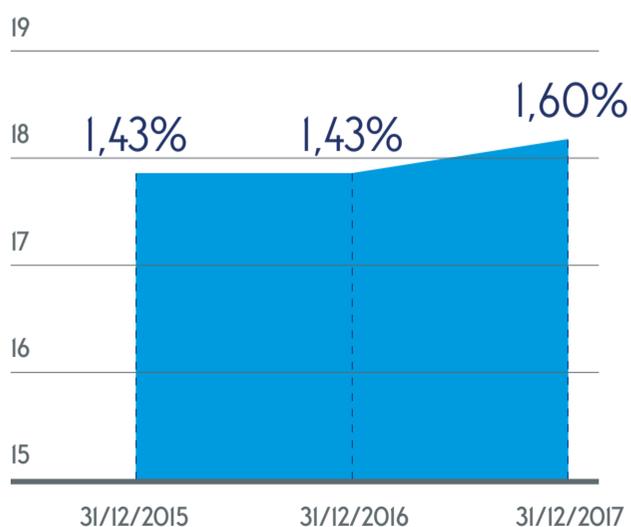
## CET1

El Grupo Mediolanum a fecha de 31 de diciembre de 2017 seguía registrando un valor de «Common Equity Tier I Ratio» (CET I Ratio) incremental con respecto a años anteriores. El valor del CET I Ratio es un parámetro que indica la solidez patrimonial de un banco. La ratio se obtiene poniendo en relación el capital a disposición del banco y sus activos ponderados por riesgo.

La evolución del CET I Ratio del Grupo Mediolanum ha registrado los siguientes valores históricos:



## NPL/TOTAL PRÉSTAMOS



Las relaciones indicadas confirman que, a pesar de las consecuencias de la crisis económica de los últimos años, la cartera de crédito de Banca Mediolanum ha confirmado la buena calidad de gestión de los préstamos concedidos y la alta situación de sus clientes de referencia. El Grupo Mediolanum confirma su solidez patrimonial y financiera también a través del valor de sus indicadores de liquidez a corto plazo (Liquidity Coverage Ratio) y a largo plazo (Net Stable Funding Ratio). Estos indicadores expresan la capacidad del Banco y del Grupo para hacer frente a su riesgo de liquidez, que puede manifestarse a través del incumplimiento de las obligaciones de pago pendientes, es decir, de la incapacidad de recaudar fondos (funding liquidity risk) debido a la presencia de límites para la cesión de activos (market liquidity risk).

En particular, con referencia al indicador de liquidez a corto plazo, hay que señalar que, con respecto al límite establecido por la legislación vigente, fijado al 100%, Banca Mediolanum a fecha de 31 de diciembre de 2017 notificó a los órganos de Vigilancia un valor de LCR igual al 397%.

Temas materiales tratados: **Solidez financiera, Desempeño económico-financiero, Gestión de riesgos, Cumplimiento y diálogo con los organismos reguladores.**

## LA DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AÑADIDO

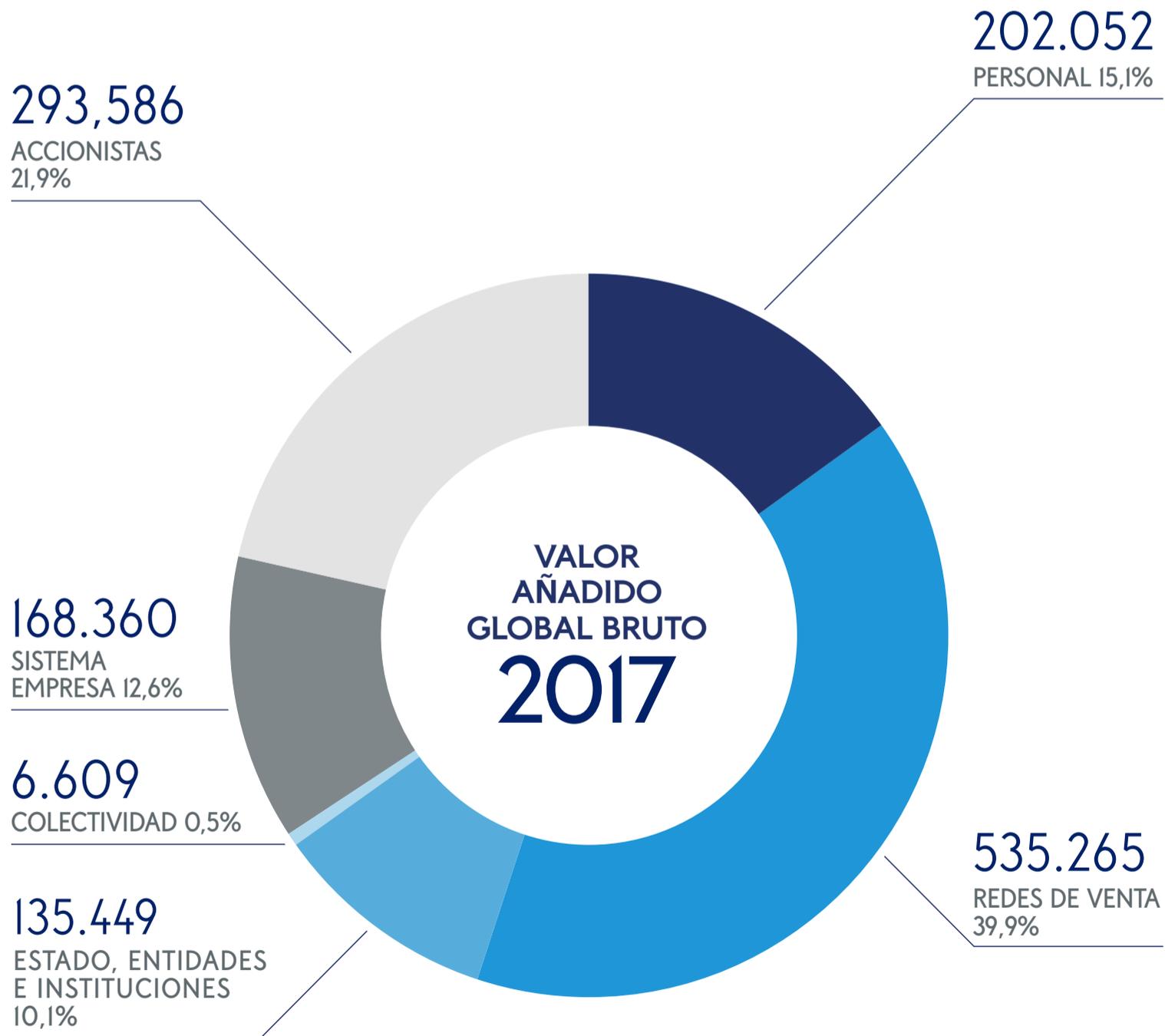
La distribución del valor económico generado, o el valor añadido, es una reclasificación de la cuenta de resultados que sirve para resaltar el valor generado por el Grupo y su distribución a los principales grupos de interés.

Por lo tanto, el valor añadido del Grupo Banca Mediolanum expresa, en términos monetarios, la relación entre la empresa y el sistema socio-económico con el que interactúa, con especial referencia a algunos de los principales grupos de interés:

- > accionistas, en forma de dividendos;
- > personal (empleados y colaboradores) y la Red de Ventas en forma de salarios, cotizaciones a la seguridad social, indemnización por cese laboral, pensiones y similares, remuneración de las redes de venta;
- > el conjunto de organismos estatales, entidades e instituciones, en forma de impuestos (directos e indirectos) de las contribuciones a las

- asociaciones profesionales y a los organismos de vigilancia;
- > la sociedad, bajo forma de actividad de beneficencia;
- > el sistema de la empresa, como la provisión de los recursos necesarios para la inversión productiva, con el fin de mantener la eficiencia y permitir el desarrollo del negocio.

En comparación con 2016, el ejercicio 2017 muestra una distribución del Valor Añadido sin cambios sustanciales entre las principales partes interesadas. En términos absolutos, el incremento de 65,3 millones de euros respecto al año anterior se debe principalmente a un incremento de 54,9 millones de euros en el desembolso de la red comercial, y a un incremento de 12,8 millones de euros en los impuestos indirectos y directos sobre la renta del periodo.



## 3.2 Personalización, seguridad e innovación de las soluciones financieras



## Oferta de Productos y Servicios

### PRODUCTOS DEL CRÉDITO

En 2017 Banca Mediolanum renovó su oferta de productos y servicios bancarios, de crédito y de protección de cuentas, poniendo a disposición de sus clientes soluciones digitales innovadoras, personalizadas y seguras, en línea con los valores del Grupo.

#### Encuesta de satisfacción del cliente

	Banca Mediolanum n=908*	Bancos tradicionales n=512*	Bancos Online n=402*
Es un banco que ofrece una gama de productos y servicios completa	84,4	74,8	81,3

\* Número de entrevistados

Fuente: Survey Doxa, 2017, en el perímetro Italia.

### CUENTA MEDIOLANUM

En octubre de 2017, Banca Mediolanum, aceptando la necesidad de simplificación, lanzó «Conto Mediolanum». Es una cuenta única, completa, simple, que se basa en el crecimiento del cliente, en términos de activos y uso de productos. La confirmación de la centralidad del cliente se apoya en la relación directa que se establece y la respuesta concreta a la necesidad de personalizar el perfil.

### CRÉDITO

En el ámbito del crédito, el compromiso de Mediolanum persigue el objetivo de identificar las necesidades reales y las capacidades financieras del cliente y concretarlas con una serie de iniciativas dirigidas a satisfacer las necesidades de financiación, también mediante el uso de nuevas herramientas digitales. El Banco, con el apoyo del Family Banker® y de figuras especializadas en crédito, simplifica el proceso de selección y presentación de las solicitudes de préstamo mediante el uso de procesos innovadores diseñados para proteger el crédito.

En este sentido, tras el éxito del servicio Préstamo Nómina en España, recientemente se ha implantado también en Italia la solución de «Instant Credit» a través de la App Banca, que permite a los clientes preseleccionados solicitar préstamos personales de hasta 10.000 € en modo totalmente digital, 7 días a la semana y 24 horas al día, con tarifas y precios por debajo de la media del mercado. El préstamo personal «Instant Credit» también está en línea con la misión del banco de captar las nuevas necesidades del cliente: maximizar el tiempo libre, firma digital rápida y con menor impacto ambiental, y posibilidad de solicitar préstamos desde casa o en el momento en que los necesite.

En España, gracias a la experiencia adquirida con Préstamo Nómina, Banco Mediolanum ha ampliado su oferta de «Instant Credit» con el Préstamo Nómina y las tarjetas de Crédito (Visa Classic y Oro) disponibles online (web y App) de forma inmediata y automática para un grupo de clientes preseleccionados.

Además, Banco Mediolanum ha eliminado el uso de papel al digitalizar la demanda de productos crediticios con garantías de capital: a partir del último trimestre de 2017, tanto los Family Bankers® como los clientes pueden solicitar un préstamo al Banco a través de la web. Si bien no se trata de un «instant credit», la digitalización de la solicitud y del proceso de back office reduce el impacto ambiental y el tiempo de análisis por parte de los especialistas, lo que redundará en beneficio del cliente final.

## **INICIATIVA «RIPARTI ITALIA»**

El marco regulatorio de los últimos años ha apoyado, con importantes beneficios fiscales, los proyectos de construcción sostenible, reformas de propiedades, intervenciones para mejorar el riesgo sísmico y recalificación energética con claras implicaciones positivas para el medio ambiente. En este contexto, de nuevo en 2017, Banca Mediolanum propuso la iniciativa «Riparti Italia», una hipoteca y un préstamo para la reforma de inmuebles propiedad de Banca Mediolanum de acuerdo con el deseo de Banca Mediolanum de apoyar la economía nacional.

## **PROTECCIÓN**

El interés Mediolanum por las necesidades reales del cliente también se expresa en la oferta de protección.

Para dar una respuesta concreta a una necesidad social derivada del aumento de los casos de no autosuficiencia como consecuencia del progresivo envejecimiento de la población, el «Mediolanum Capitale Autonomia» ofrece protección en caso de pérdida de autonomía en el ejercicio de al menos tres de las cuatro actividades básicas de la vida diaria. La garantía prevé el reembolso de los gastos médicos y garantías de asistencia (prestación de servicios de atención sanitaria, no médica, rehabilitación, apoyo psicológico) y adaptación de la casa.

Entre las varias pólizas también se encuentra la «Mediolanum Capitale Casa», lanzada en 2016, destinada a satisfacer la creciente necesidad de proteger la vivienda de eventos catastróficos como los terremotos.

## **INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN EN LOS SERVICIOS BANCARIOS E INSTRUMENTOS DE PAGO**

Banca Mediolanum continúa invirtiendo en los servicios de pago utilizando las últimas tecnologías para que los clientes puedan realizar sus operaciones de forma más fácil, eficiente y segura.

Seguimos centrándonos en la App Mediolanum Wallet con la que se pueden pagar los recibos, recargar el teléfono y las tarjetas prepago, realizar transferencias bancarias y transferencias de dinero en tiempo real gracias a los servicios *Jiffy P2P* y *Send Money by PayPal*. Mediolanum Wallet ha introducido una innovación que, a través del reconocimiento facial, mejora la experiencia del usuario en el acceso y confirmación de operaciones con el Face ID (en dispositivos iPhone X).

En julio de 2017, Banca Mediolanum lanzó el servicio Apple Pay, uno de los primeros en el mercado italiano, confirmando su papel de líder en pagos digitales. De hecho, ApplePay es el servicio de pago contactless a través del cual los clientes de Banca Mediolanum titulares de la tarjeta de débito Mediolanum Card pueden pagar en las tiendas de forma fácil y segura con sus propios dispositivos (iPhone y Apple Watch).

La aplicación de mobile banking de Mediolanum también se ha renovado por completo en términos de gráficos y contenido. Se puede acceder, a través de huella dactilar o Face ID (en dispositivos iPhone X), a información sobre activos, personalizar el menú, tener información completa sobre fondos, hipotecas, préstamos, pólizas y valores.

También en España, los avances en tecnología y digitalización nos permiten ofrecer a nuestros clientes productos y servicios, desde la financiación hasta la tarjeta de crédito, que pueden ser monitorizados y gestionados online a través de web y App, mejorando la eficiencia de las operaciones en beneficio tanto del cliente como de la empresa. Un ejemplo es Bizum, un servicio de pago que permite enviar y solicitar dinero de forma inmediata y segura a cualquier contacto o grupo de la libreta de direcciones del smartphone, facilitando también la comunicación y la relación entre clientes.

## RIESGOS Y POLÍTICAS

Todo el proceso de diseño, distribución y seguimiento de los productos y servicios «propios» del Banco se formaliza en el «Reglamento del proceso de desarrollo y seguimiento de productos y servicios» de 25 de septiembre de 2017, que contiene las directrices y la arquitectura organizativa del proceso. En lo que se refiere a los productos/servicios de otras empresas (pertenecientes al Grupo Mediolanum o a Terceros, es decir, intermediarios productores que no sean Banca Mediolanum, en adelante también denominadas Empresas de Productos), el reglamento también representa la interacción y el papel del Banco en las fases de distribución y seguimiento de los mismos.

En cuanto a las reglas de contratación, seguimiento y control de las distintas formas de riesgo de crédito, Mediolanum ha adoptado la «Policy di Credit Risk», actualizada y aprobada por el Consejo de Administración el 25 de septiembre de 2017. De acuerdo con esta política, normalmente se prohíben las operaciones con contrapartes que tengan productos con un fuerte impacto medioambiental y con fabricantes de armas; cualquier excepción justificada y detallada es responsabilidad exclusiva del Consejo de Administración.

## Servicios de inversión

Para estar a la altura de un escenario económico en constante evolución, Mediolanum ofrece la posibilidad de adoptar una estrategia basada en la diversificación de carteras, lo que permite aprovechar las diferentes oportunidades de inversión y reducir el riesgo debido a las fluctuaciones del mercado. La estrategia 5D de Banca Mediolanum se basa, de hecho, en la diversificación por tipo de instrumento y por tipo de valor, por potencial de crecimiento, por diversificación temporal y geográfica, sectorial y monetaria. Se trata de la 5D Mediolanum Strategy®, una plataforma de consultoría avanzada

que ayuda a los Family Bankers® a guiar a los clientes, desde el análisis de sus necesidades hasta la definición de las soluciones más adecuadas, verificando su adecuación según la directiva MIFID y firmándolas directamente en formato digital.

## SERVICIOS DE INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLES

Mediolanum, siguiendo sus valores fundamentales, se orienta hacia las inversiones socialmente responsables, que incluyen los factores ESG (Environment, Social and Governance) en el proceso de evaluación y selección, es decir, aquellos elementos organizativos de la empresa vinculados a las políticas medioambientales, sociales y de gobierno.

Mediolanum Asset Management Ltd (MAML) ocupa una posición líder dentro del Grupo en este proceso, también debido a la inclusión de «Sustainable Nation Ireland», una entidad sin ánimo de lucro creada recientemente para apoyar el crecimiento de negocios sostenibles, fomentar la formación de habilidades ESG y promover Irlanda como punto de referencia para las finanzas sostenibles. Mediolanum ha sido muy activo en el apoyo al programa «Sustainable Nation Ireland» mediante la promoción de la iniciativa para obtener una certificación (Kite Mark) que sirva de garantía de calidad de los fondos sostenibles domiciliados en Irlanda. La propuesta está siendo revisada actualmente por el «Sustainable Investment Forum Ireland», con la posibilidad de activarla ya en 2018.

Mediolanum Asset Management Ltd (MAML), la empresa irlandesa de gestión de activos del Grupo Mediolanum, sigue comprometida con la sostenibilidad teniendo en cuenta algunos de los principios que inspiran los filtros de SG tanto en la evaluación y selección de gestores externos como en la selección de nuevas ideas dentro del proceso de inversión. En el área específica de la gestión de productos de SRI, MAML intenta evaluar si la empresa cumple, y de qué manera lo hace, una amplia gama de normas, incluidas las ESG, basándose en prácticas de mercado y clasificaciones de agencias externas especializadas. Esto se debe a que las empresas que operan de acuerdo con estas normas están generalmente menos expuestas a cuestiones regulatorias y operativas, muestran mayor transparencia y ofrecen productos competitivos gracias a la reducción de los riesgos ambientales y sociales.

También en lo que se refiere a la filial extranjera, los Fondos SRI, creados en 2015 y gestionados en colaboración con algunos de los principales

gestores de fondos SRI, han ampliado la búsqueda de inversiones en áreas relacionadas con la sostenibilidad, en particular en los sectores del medio ambiente y del cambio climático, con la idea de considerar nuevos productos en los próximos años.

En Italia, el mercado financiero siempre ha sido un mercado predominantemente bancario y pocas empresas han decidido aún financiar su crecimiento mediante la cotización en bolsa. De hecho, el mercado de capitales italiano está aún por desarrollar; la relación entre la capitalización bursátil y el producto interior bruto se sitúa en torno al 35-40% en Italia, frente al 135-140% en países como Estados Unidos y el Reino Unido.

Para afrontar mejor los retos de la internacionalización y dar ese salto dimensional hacia los mercados globales, los empresarios italianos necesitan financiación a medio-largo plazo. En este sentido, los Planes Individuales de Ahorro (PIR) representan un punto de inflexión, ya que permiten que una parte del ahorro interno financie el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas italianas y, en última instancia, el del país. De hecho, la liquidez resultante de los PIR ha llevado y está llevando a un número cada vez mayor de empresas a elegir la vía de la cotización con el objetivo último de financiar su crecimiento mediante la aportación de recursos tanto en forma de capital riesgo como de capital de deuda.

Los fondos de PIR lanzados por el grupo dieron un apoyo tangible a las PYME italianas. De hecho, Banca Mediolanum es el primer inversor absoluto en Aim Italia, el mercado no regulado destinado a acoger a las PYME italianas, y el primer inversor nacional (quinto en total) en el segmento Star, que alberga la excelencia del tejido industrial italiano.

Banca Mediolanum tiene la intención de colaborar con los empresarios para ayudarles a aprovechar esta gran oportunidad, ofreciendo al mismo tiempo a sus clientes herramientas de inversión innovadoras destinadas a aprovechar las ventajas introducidas por el Decreto Legislativo italiano de 24 de abril de 2017, tales como la exención de impuestos sobre la renta derivada de las inversiones realizadas en PIR (el tipo del 26% o del 12,5% sobre los títulos públicos) y los impuestos sobre sucesiones, siempre que el instrumento se mantenga en la cartera durante al menos 5 años.

En España, Banco Mediolanum se mantiene activo en el campo de las inversiones sostenibles con el Fondo Compromiso Mediolanum F.I., un fondo

de inversión que cede el 30% de los gastos de gestión a organizaciones sin ánimo de lucro, creado en 2016. Cada cliente puede elegir la ONG a la que desea contribuir (de una lista preseleccionada de asociaciones) y Mediolanum Gestión realiza una retrocesión semestral del 30% de los gastos de gestión a favor de la organización elegida. Se puede elegir entre una de estas organizaciones no gubernamentales con diferentes sectores de intervención:

- > Ayudar a las personas en dificultad en España colaborando con asociaciones pertenecientes al proyecto benéfico Mediolanum Aproxima: Asociación Down Vigo, Asociación de Padres de Niños Oncológicos de Andalucía (ANDEX), Fundació Comtal, Asociación la Torre de Hortaleza, Asociación de padres de niños con cáncer de la Comunidad Valenciana (ASPANION) y Fundación Integrando;
- > Reducir el impacto del cambio climático global: Senergia Green Attitude, Fundación Privada Mar y Fundación ECOMAR;
- > Promover la difusión de la cultura: la Fundación Real Colegio Seminario de Corpus Christi desempeña una importante función cultural dirigida al conocimiento de la historia social, política, religiosa y artística de Valencia.

## RIESGOS Y POLÍTICAS

Mediolanum Gestione Fondi S.G.R. p.A (en lo sucesivo denominada MGF) ha adoptado un proceso de inversión ad hoc, formalizado por el Comité de Inversiones el 8 de junio de 2016, para evitar riesgos, en particular los operativos.

Al ser uno de los principales miembros de Assogestioni, Mediolanum Gestione Fondi ha aplicado plenamente los principios italianos de Stewardship de 2016, mencionados en su «Política sobre los criterios y procedimientos para el ejercicio de los derechos inherentes a los instrumentos financieros relativos a los activos bajo gestión». Estos principios apoyan y orientan a las sociedades de gestión titulares de derechos vinculados a los instrumentos financieros de organismos de inversión colectiva y carteras gestionadas en sus actividades de supervisión, contratación y votación en relación con emisores cotizados en los que tienen participaciones:

- > estrategia y actuación de un emisor participativo cotizado;
- > los asuntos ordinarios de Gobierno corporativo, tales como la constitución, elección, sucesión y remuneración del Consejo de Administración;

- > enfoque en la responsabilidad social de la empresa;
- > gestión de riesgos.

MGF figura en Assogestioni como uno de los sujetos más activos en materia de Gobierno corporativo, con el compromiso constante de garantizar elementos fundamentales como la máxima transparencia, la independencia de los sujetos que desempeñan funciones de administración, la protección de los accionistas minoritarios y las cuotas de género.

En general, dada la alta variabilidad del campo de operaciones, MGF presenta en su mismo método de operar una cobertura contra riesgos presentes y futuros.

## Protección del Cliente

La atención de Mediolanum a la protección de los principales aspectos de la vida del cliente está plenamente integrada en la oferta de productos y servicios. La oferta se ha diseñado de conformidad con las directrices sobre gobernanza y control de los productos bancarios al por menor emitidas por la Autoridad Bancaria Europea («EBA» por sus siglas en inglés).

Con el fin de que el cliente tenga la mejor relación posible con el mundo financiero y pueda comprender sus principales características, Banca Mediolanum cumple plenamente los requisitos de transparencia exigibles para proporcionar la claridad de información necesaria. El Banco implementa procesos digitalizados estudiados y ayuda al Cliente a limitar los riesgos de concentración de las inversiones.

Se garantiza una amplia protección a los jóvenes, por lo que el «Conto Mediolanum» sigue siendo gratuito hasta los 27 años, dándoles tiempo para desarrollar su propia autonomía patrimonial. Para los demás clientes, la cuenta también será gratuita durante el primer año, independientemente del perfil y del tipo de cliente.

Para tranquilidad de sus clientes, Banca Mediolanum ha desarrollado productos ad hoc, entre los que se encuentra «Mediolanum capitale Autonomia», con el objetivo de dar una respuesta concreta a una necesidad social derivada del aumento de los casos de no autosuficiencia. Además, hay prevista una actividad de planificación patrimonial para ayudar a nuestros clientes a salvaguardar

la estabilidad de su futuro, incluso ante situaciones de especial dificultad en la gestión de la vida diaria o eventos catastróficos

Con el fin de trabajar en una protección más eficaz del cliente, Banca Mediolanum, en Italia, se ha adherido a la iniciativa ABI «Compara Conti» (comparar cuentas) en la que participan 31 bancos, que representan el 62% de las sucursales italianas. El proyecto consiste en el desarrollo de iniciativas para mejorar la relación banco-cliente en algunos aspectos relevantes como la movilidad, la claridad de la información, la asistencia y la seguridad. La iniciativa se mantuvo hasta el 31 de marzo de 2017, cuando la ABI notificó a todos los miembros la suspensión temporal del servicio para permitir los ajustes obligatorios introducidos por el Decreto Legislativo italiano nº 37 de 15 de marzo de 2017.

## PROTECCIÓN DE LOS DATOS PERSONALES

Con el Decreto Legislativo italiano nº 196 de 30 de junio de 2003 denominado «Codice in materia di protezione dei dati personali» [Código en materia de protección de datos personales], se agrupó en una sola ley la disciplina italiana sobre la política de privacidad, la cual se había ido formando con el tiempo a través de numerosas intervenciones correctivas e integradoras de la ley original 675/1996. El 4 de mayo de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la UE la nueva normativa sobre la protección y la libre circulación de datos personales, que se aplicará a partir del 25 de mayo de 2018 (Reglamento Europeo de Protección de Datos nº 2016/679).

Con el fin de aumentar el nivel de seguridad del tratamiento de los datos y proteger la seguridad de la información referente a los clientes y las empresas del Grupo (reducir el riesgo asociado con la difusión de datos y/o uso de la información por parte de terceros), hemos intervenido con acciones específicas, como:

- 1) Organización de cursos de formación y actualización sobre la normativa de privacidad para los empleados de nuestra Red de Ventas.
- 2) Organización de cursos de formación para los nuevos recursos del Customer Banking Center sobre la normativa de protección de los datos personales.

Además, se han llevado a cabo las siguientes actividades para definir el proceso de adecuación al reglamento europeo:

- > Adopción del Registro de tratamiento de datos personales y mapeado de las autorizaciones recogidas.
- > Verificación de la documentación contractual existente y realización de las primeras adecuaciones formales.
- > Análisis de las medidas de seguridad informática adoptadas.
- > Identificación y activación de las formas de gestión de los datos personales dentro de la empresa y en las relaciones con terceros.

En Banca Mediolanum, en Italia, existe una unidad Privacy, que es responsable de la supervisión del cumplimiento de las obligaciones relacionadas con la protección de datos en calidad de unidad especializada. En concreto, actualmente se encarga de: las notificaciones al Garante; redactar y actualizar las cartas de nombramiento de los responsables y las cartas de compromiso; gestionar las solicitudes del interesado en relación con sus datos personales; la gestión de las solicitudes referentes al «Código Deontológico de las Centrales de Riesgo Privadas»; supervisar la formación sobre la protección de datos personales impartida a los empleados y colaboradores de la Red de Ventas; redactar y actualizar las advertencias legales y las autorizaciones relacionadas con el tratamiento de los datos personales; asesorar, en materia de protección de datos personales, a todas las funciones corporativas; proporcionar soporte para la preparación de información a las quejas de los clientes, en particular las relativas a la privacidad; comprobar los accesos a la información bancaria de los clientes, realizados por los encargados del tratamiento de los datos.

En España, la protección de la privacidad se rige por la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal que contiene el reglamento destinado a garantizar y proteger las libertades civiles y los derechos fundamentales de las personas. Además, se han previsto una serie de medidas de seguridad para garantizar la calidad de los datos, su actualización y mantenimiento, así como la seguridad contra la posibilidad de pérdida, robo o extravío. Estas medidas se indican en el Reglamento de la LOPD aprobado por el Real Decreto 1720/2007, e internamente en el Documento de Seguridad. Dentro de Banco Mediolanum se ha creado un órgano administrativo llamado «Delegado de protección de datos», que se ocupa de las obligaciones relativas a la protección de los datos personales. A partir del 25 de mayo de 2018 el nuevo Reglamento Europeo será plenamente efectivo también en España. La unidad de privacidad de Banca Mediolanum

prestó el apoyo necesario para el proyecto de adecuación al cumplimiento de la citada normativa.

En Alemania, el 27 de abril de 2017, el Parlamento aprobó una nueva ley federal sobre la protección de datos personales (Bundesdatenschutzgesetz - BDSG), que adecúa la ley alemana a las disposiciones del Reglamento Europeo n° 679 de 2016 sobre la protección de datos personales (GDPR). Durante el año, Bankaus August Lenz comenzó a trabajar en la adecuación al nuevo Reglamento Europeo (DS-GVO / versión alemana del GDPR). Por último, en Irlanda, tras la próxima entrada en vigor del citado Reglamento Europeo n° 2016/679, se están llevando a cabo actividades específicas de proyecto para el cumplimiento de dicho Reglamento, con el control central de Banca Mediolanum S.p.A. en calidad de empresa matriz.

## GESTIÓN DE LAS RECLAMACIONES

El Grupo Mediolanum ha adoptado, de conformidad con la normativa vigente, un proceso estructurado y codificado para gestionar las reclamaciones de los clientes y potenciales clientes, sabiendo que la plena satisfacción de todos ellos, además de ser una de las prioridades de su estrategia, es un factor importante para desarrollar y difundir la buena imagen corporativa en el mercado.

En este sentido, el proceso de gestión de las reclamaciones se ha establecido con el fin de cumplir con la normativa vigente y obtener información importante para la mejora continua de los servicios, además de ofrecer respuestas integrales a los clientes. En este sentido, el 29 de diciembre de 2017 se actualizó la Política de Gestión de Reclamaciones con la emisión de la nueva Circular 108/17, emitida por Banca Mediolanum S.p.A en calidad de empresa matriz, que reemplaza y anula por completo la anterior.

El procedimiento de gestión de las reclamaciones permite registrar los elementos esenciales de cada reclamación recibida, y las medidas que se hubieran adoptado a favor del cliente para resolver el problema planteado. Por lo tanto, a cada queja que recibimos, con independencia del servicio prestado, le asignamos un código numérico que permite identificarla de forma unívoca y progresiva sobre una base anual.

El ciclo completo de gestión de las reclamaciones se refiere a las sociedades italianas del Grupo e incluye las fases de adquisición, registro, investigación

y preparación de respuestas a los clientes, identificando posibles mejoras en los servicios prestados. La única excepción son las reclamaciones dirigidas a Mediolanum Fiduciaria, que, por razones de confidencialidad sobre los clientes fiduciarios, son gestionadas directamente por esta entidad. En las empresas extranjeras del Grupo se han establecido procedimientos similares, dirigidos a garantizar la gestión adecuada de las reclamaciones recibidas, proporcionando informes periódicos a la empresa matriz.

Desde 2016, la unidad organizativa responsable de la gestión de las reclamaciones se ha asignado a las funciones del Departamento de Cumplimiento, que es responsable, entre otras cosas, de evaluar, tras las anomalías comunicadas, la necesidad de adoptar medidas de mitigación de riesgos de los procesos o procedimientos adoptados.

El Departamento de Cumplimiento elabora, además, un informe anual para el Consejo de Administración y la Junta de Auditores, en relación con el proceso de gestión de reclamaciones, poniendo de relieve las posibles deficiencias de procedimiento, organización y comportamiento surgidas como resultado de los análisis realizados.

Del examen de las reclamaciones recibidas en el año 2017, no han surgido defectos de procedimiento, organización y comportamiento susceptibles de ser comunicados a la Alta Dirección y a la Junta de Auditores, a pesar de que se han aplicado iniciativas de mitigación para las áreas más importantes y en relación con las actividades ordinarias de mejora de los procesos operativos y de servicio al cliente.

Banco Mediolanum, en España, tiene un «Servicio de Defensa del Cliente», cuya función es ayudar y resolver las reclamaciones y solicitudes presentadas por los clientes, relacionadas con sus intereses y derechos legalmente reconocidos. La actividad del Servicio se rige por el «Reglamento de Funcionamiento», conforme a las normas del decreto ECO/734/2004. Además, Banco Mediolanum dispone de una «Política de Gestión de Quejas y Reclamaciones» adoptada de conformidad con las directrices de las autoridades de vigilancia europeas (ESMA y EBA). Esta política basada en el tratamiento justo de los clientes para garantizar una gestión correcta y diligente de las denuncias y reclamaciones, se ha instaurado no solo con el fin de cumplir con las disposiciones vigentes, sino también para obtener información relevante para la mejora continua de los servicios prestados a los clientes. El control adecuado de este proceso es una herramienta esencial

para la mejora de las actividades, los servicios prestados y la relación con los clientes.

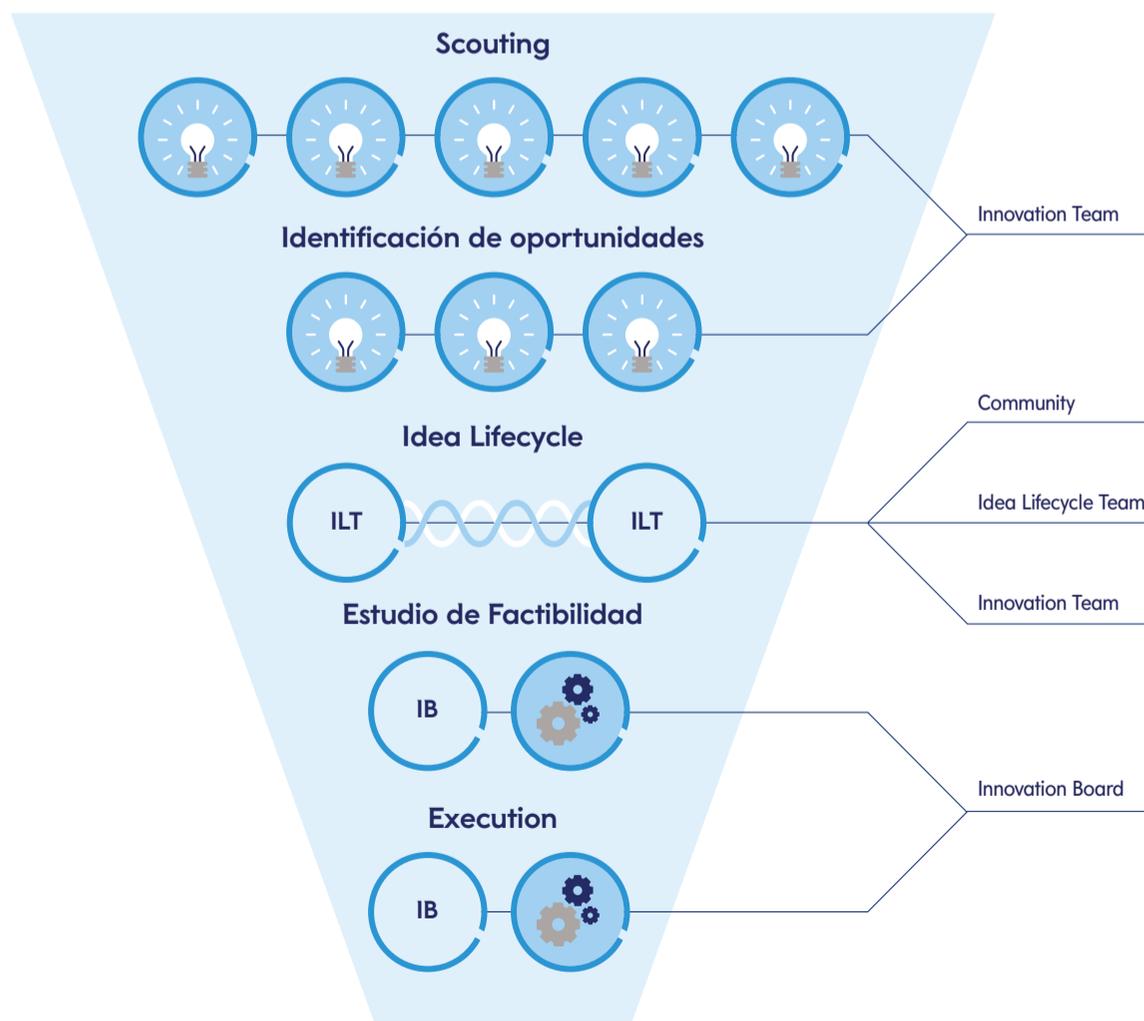
Bankhaus August Lenz dispone del «BAL Quality Management», que tiene funciones parecidas a las del «Servicio de Defensa del Cliente».

## Innovación

La Función de Innovación se creó en 2014 con el objetivo de conocer y analizar las principales tendencias de los cambios tecnológicos y socioeconómicos que se están produciendo en el escenario competitivo global, e identificar las oportunidades. La misión de la Función de Innovación es generar nuevo valor y difundir la Cultura de la Innovación.

La Función de Innovación está dentro del Departamento de Marketing, Comunicación e Innovación, del que depende directamente, y está formada por tres miembros: Innovation Program Manager, Innovation Evangelist, Innovation Project Manager (Inno Team).

La Función de Innovación ha adoptado un proceso estructurado y dividido en diferentes fases: el «Funnel».



El «Funnel», representado en la página anterior, consta de varias fases en las que intervienen diferentes actores:

- > **Fase de Scouting:** incluye todas las actividades de investigación y experimentación. El Inno Team analiza la competencia, participa en eventos del sector, se reúne con startups y experimenta directamente algunas soluciones (innovaciones, prototipos, metodologías...) que considera interesantes.
- > **Identificación de oportunidades:** el resultado de la fase de Scouting se analiza con respecto a los valores de Mediolanum, al valor propuesto a sus Clientes, al valor potencial para sus Family Bankers® y a las potencialidades objetivas de lo observado. Para ello, con vistas a la «Open Innovation», se ha formado un «Inno Leadership Team», compuesto por 16 senior managers que representan las líneas de negocio del Banco y de los Family Bankers®, que participa en las distintas fases del «Funnel». Si se identifica una oportunidad, el Inno Team transforma las entradas de las fuentes en un «light concept»: una representación gráfica que exponga la idea que puede ser potencialmente activada por el banco.
- > **Idea Lifecycle:** proceso de desarrollo del «Light Concept» a través de metodologías de Design Thinking. Su objetivo es construir «Concepts» o, en algunos casos, «prototipos», a través de las fases de Generación de Ideas, Crunching y Prototipado.
- > **Estudio de Factibilidad :** Si el Inno Board (Presidente, Consejero Delegado, Director General de Banca Mediolanum) evalúa positivamente el Prototipo o el Concept, las diferentes Líneas de Negocio (coordinadas por el Inno Team) participan en la elaboración de un estudio de viabilidad y de una cuenta de resultados del proyecto. El estudio de viabilidad y la cuenta de resultados se presentan de nuevo al Inno Board para su evaluación final.
- > **Execution:** una evaluación positiva del estudio de viabilidad da al prototipo el estatus de proyecto. Entonces, el proyecto pasa a formar parte de la Cartera de Proyectos, gestionada por la Unidad Organizativa de Demand & Portfolio Management, que también evalúa su prioridad con respecto a los demás. A continuación, el proyecto se asigna a la línea de negocio correspondiente.

# Iniciativas de comunicación hacia los clientes

## COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

En 2017 Mediolanum ha llevado a cabo una serie de iniciativas encaminadas a mejorar y comunicar la solidez y seguridad de la entidad, su atención al cliente y su capacidad de innovación, tanto en términos de nuevos servicios tecnológicos como de apoyo a nuevas formas de inversión, como, por ejemplo, los Planes de ahorro individual.

En Italia, las actividades de comunicación comenzaron en enero de 2017 con una iniciativa en la prensa destinada a promover una nueva promoción en colaboración con Amazon. El mes de febrero abrió con una campaña publicitaria *full media*, destinada a ilustrar los aspectos más significativos de la relación Banco-cliente. En los medios de comunicación, Mediolanum promueve la posibilidad de invertir en PIR, que también es protagonista de una segunda campaña *on air* en noviembre. La División Mediolanum Private Banking es objeto de una campaña de prensa continua (junio-diciembre) en la que se destacan los principales resultados obtenidos por la División.

En total, en 2017 se han lanzado:

- > 4 flight «full media», que se han difundido en TV, radio, web, prensa y carteles.
- > La promoción de 6 iniciativas de comunicación que no involucraron al medio televisivo (por ejemplo, Mediolanum Tour 2017, Promoción Amazon, Campaña Private Banking).
- > La planificación de 8 campañas locales.
- > Acciones continuas en la web —también dirigidas a la adquisición directa— y en las redes sociales del Banco.

En España, Banco Mediolanum puso en marcha una nueva estrategia de comunicación que utiliza el asesoramiento financiero como hilo conductor y el eslogan «¿Cuáles son tus metas?». A partir de un análisis de las características fundamentales de la marca, hemos llegado a una propuesta de valor y a una misión: «Gestionar el esfuerzo y las aspiraciones de las personas cuidando de sus finanzas». A partir de esta campaña, la estrategia

de comunicación de Banco Mediolanum se centrará en los temas de:

- > Asesoramiento,
- > Aspiraciones,
- > Relaciones,
- > Seguridad.

Durante el año se lanzó una campaña en medios como la televisión, el cine e internet.

Banco Mediolanum promueve la transparencia en las comunicaciones comerciales. Por lo tanto, recurre a Autocontrol, asociación sin ánimo de lucro que tiene por objeto garantizar que la publicidad sea verídica, honesta y legal. Autocontrol es responsable de la autorregulación en España y, antes de que se emita un anuncio, expide a Banco Mediolanum una garantía de confianza y credibilidad. Los clientes y potenciales clientes se benefician de la autorregulación porque garantiza una comunicación responsable que cumple todos los requisitos legales.

## EVENTOS

Los eventos representan, para el Grupo y la Red de Family Bankers®, una oportunidad y una forma de plasmar el valor de la relación reuniéndose con los Clientes y los potenciales clientes en diferentes ocasiones.

El pasado 13 de junio, en la Embajada de Italia en Madrid, se celebró el primer acto para presentar el Informe de Sostenibilidad del Grupo Mediolanum. La finalidad del evento, en el que participaron clientes y figuras institucionales como el Embajador de Italia en España, era explicar el compromiso del Grupo en el ámbito de la sostenibilidad y compartir los valores guía.

En Italia, durante el año se celebraron casi 5.000 eventos, divididos en Eventos Mediolanum For You, High level y locales en los que participaron 225.900 personas, a los que se añaden los eventos dedicados a los PIR (Planes de Ahorro Individual): 35 eventos locales y regionales a los que asistieron un total de 12.000 personas. Un año más el patrocinio del Giro de Italia nos ha brindado la oportunidad de mantener relaciones en el territorio y llegar a diferentes localidades.

En España, el 10 de junio se celebró la cuarta edición de «15k Nocturna Valencia 2017 Banco Mediolanum». Desde la primera edición, Banco Mediolanum es el principal patrocinador de esta popular carrera. Junto con

la Fundación Valencia Club de Atletismo de la Comunidad Valenciana, Banco Mediolanum fomenta el deporte y la actividad física. En esta edición han participado más de 10.000 corredores.

En 2017 Banco Mediolanum patrocinó un circuito de 8 eventos de running en Galicia; este circuito comparte y promueve los valores del Banco.

En particular, este patrocinio tiene los siguientes objetivos

- > impulsar el deporte como estilo de vida que genera hábitos saludables para la salud y las relaciones sociales;
- > el deporte como elemento fundamental del sistema educativo, de salud y calidad de vida;
- > difusión y compromiso de Banco Mediolanum con la sociedad y la región.

### Encuesta de satisfacción del cliente

	Banca Mediolanum	Bancos tradicionales	Bancos Online
	n=908*	n=512*	n=402*
Es un banco que comunica de forma clara y transparente	83,7	70,3	81,3

\* Número de entrevistados  
Fuente: Survey Doxa, 2017, en el perímetro Italia.

## RIESGOS Y POLÍTICAS

El proceso de organización de un evento corporativo difiere de los procesos operativos «estándar» del Banco, que generalmente son permanentes o semipermanentes. Dada la diferente naturaleza de este proceso y los riesgos que conlleva, se ha optado por un enfoque específico para su gestión, tal y como se describe en el «Reglamento del proceso de organización de eventos de empresa», actualizado el 1 de abril de 2015. El Reglamento se aplica a todos los Eventos Corporativos y a todas las iniciativas de Comunicación para las que se ha designado la Oficina de Marketing, Redes y Organización de Eventos, tanto en el territorio como en la sede de Banca Mediolanum.



## Multicanalidad, Banking Center, internet y Móvil

En 2017, el uso de los Canales Directos alcanzó casi 70 millones de contactos (un 18% más en comparación con 2016), con un aumento significativo en el uso de las aplicaciones móviles.

### Las cifras de la Multicanalidad Detalles del Grupo

Total Contactos

69.552.260

▶ +18,27%\*

App Móvil

38.901.194

▶ +41,85%\*

Canales Directos 2017

Banking Center

2.671.028

▶ +1,37%\*

Sitio web

25.175.515

▶ -1,66%\*

Otros

2.804.523

▶ -10,88%\*

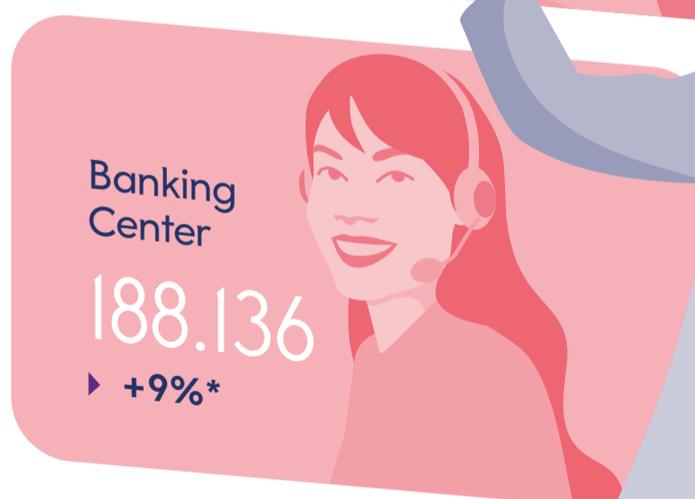
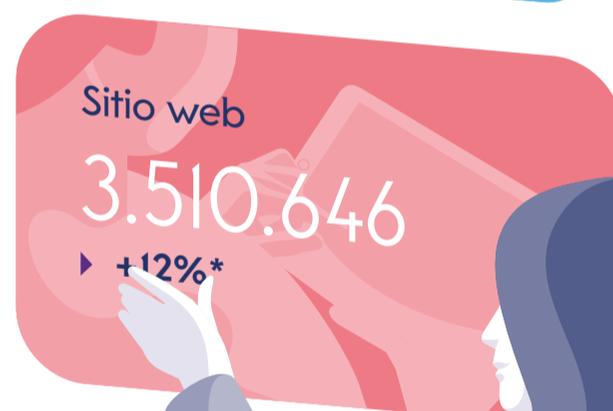
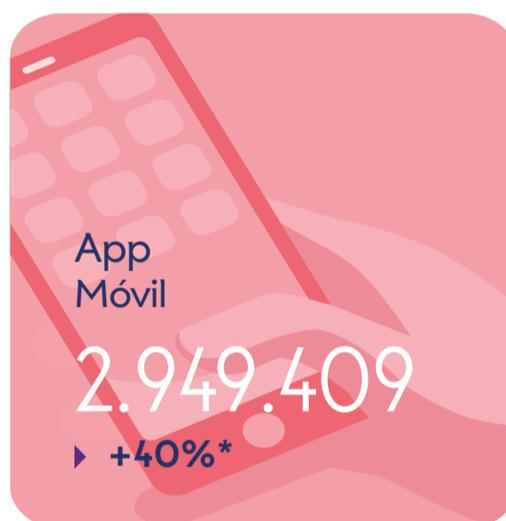
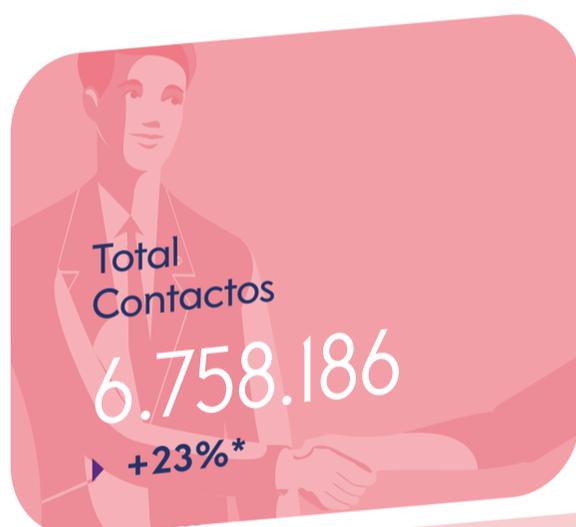
\* Con respecto a 2016

\*\* Bankhaus August Lenz no ha desarrollado App Móvil, pero utiliza un sitio internet adaptativo

## Detalle Italia



## Detalle España



\* Con respecto a 2016

Además, en España, a finales de 2017, la actividad de los Family Bankers® alcanzó un índice de digitalización de las operaciones realizadas (contratación de productos, etc.) superior al 90%.

## Encuesta de satisfacción del cliente

	Banca Mediolanum n=857*	Bancos tradicionales n=446*	Bancos Online n=391*
Media de bancos por internet	87,2	79,5	86,2
Es un banco «fácil de usar»	86,9	76,3	87,4

\* Número de entrevistados

Fuente: Survey Doxa, 2017, en el perímetro Italia.

## RIESGOS Y POLÍTICAS

Los principios guía, la arquitectura organizativa y las interdependencias del proceso de alimentación y actualización de los canales digitales (por ejemplo: Home banking, App móvil, IVR, App TV) de los clientes de Banca Mediolanum, es decir, de los canales directos, se describen en el «Reglamento para el proceso de evolución de los canales digitales de los clientes de Banca Mediolanum» de 28 de septiembre de 2016.

## El desarrollo de la Red de Family Bankers®

### RED DE FAMILY BANKERS®

La figura del Family Banker® es el canal de contacto directo a través del cual se produce la interacción entre el Banco y el Cliente. Precisamente por esta razón Mediolanum se compromete a seleccionar perfiles altamente cualificados y de alto potencial, que se desarrollarán en la empresa gracias a las numerosas oportunidades de formación ofrecidas. Esto justifica el número limitado de personas contratadas y de rotación del personal.

### Composición de la red de Family Bankers® por género y categoría profesional (Grupo Mediolanum)

Número de personas	31/12/2017			31/12/2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Managers	839	92	931	915	96	1.011
Asesores	3.319	984	4.303	3.262	976	4.238
<b>TOTAL</b>	<b>4.158</b>	<b>1.076</b>	<b>5.234</b>	<b>4.177</b>	<b>1.072</b>	<b>5.249</b>

Desde el punto de vista de la distribución geográfica de la red de Family Bankers®, existe una evidente coherencia con respecto a la distribución de la riqueza.

A continuación se presenta detalladamente.

Región	UT*	FBO**	Sucursales
Lombardía	27	43	2
Piamonte	18	15	-
Valle D'aosta	0	2	-
Liguria	8	3	-
Véneto	41	40	-
Trentino Alto Adige	8	4	-
Friuli Venecia - Julia	10	5	-
Emilia-Romaña	17	32	-
Toscana	11	24	-
Umbría	3	5	-
Las Marcas	4	14	-
Abruzzo	5	4	-
Molise	0	5	-
Lacio	17	22	1
Cerdeña	3	1	-
Campania	14	7	-
Apulia	4	6	-
Calabria	8	3	-
Basilicata	2	0	-
Sicilia	34	19	-
<b>TOTAL</b>	<b>234</b>	<b>254</b>	<b>3</b>

\* Oficina tradicional

\*\* Family Bankers® Office

## España

Región	FBO, oficinas de agentes de bolsa, sucursales
Andalucía	7
Aragón	2
Asturias	1
Cantabria	1
Castilla-La Mancha	1
Castilla y León	2
Cataluña	9
Comunidad Valenciana	10
Galicia	10
Islas Baleares	1
La Rioja	1
Madrid	3
Murcia	1
Navarra	2
País Vasco	5
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>

## Alemania

Ciudad	FBO
Berlín	1
Düsseldorf	1
Hamburgo	1
Múnich	1
Rostock	1
Stuttgart	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

## RIESGOS Y POLÍTICAS

Todos los Family Bankers®, en el ejercicio de sus funciones, están obligados a respetar un «Código Deontológico» y están sometidos a controles continuos por parte de los supervisores (controles de primer nivel) y de un departamento específico que, en Italia, se llama «Unidad de Controles Preventivos de la Red».

En 2017, la «Unidad de Controles Preventivos de la Red» realizó sus análisis y controles recurrentes de segundo nivel sobre el funcionamiento de la Red de Ventas, con el objetivo de garantizar el cumplimiento constante de la normativa vigente en materia de colocación y ofertas en entidades terceras.

Se auditaron e inspeccionaron tanto las oficinas privadas de los Family Bankers® como los archivos centrales: además de estas inspecciones, también se controlaron los posibles riesgos operativos y de reputación relacionados con las actividades de la Red de Ventas mediante indicadores cuantitativos y estadísticos específicos.

La Unidad de Controles Preventivos de la Red también contó con el apoyo de los recursos del Banking Center para llevar a cabo actividades adicionales de control directo sobre los clientes, también a través de técnicas de comunicación e información a distancia.

Concluidos los controles, se planificaron las acciones necesarias para subsanar las anomalías detectadas y, en su caso, se aplicaron sanciones o medidas revocatorias contra los promotores implicados.

A 31 de diciembre de 2017, la Unidad de Controles Preventivos de la Red contaba con un total de 26 recursos, y su productividad estaba en línea con la del año anterior. A esto hay que añadir el equivalente de unos 4 o 6 recursos en el Banking Center de Banca Mediolanum para las actividades de control antes mencionadas realizadas directamente con los clientes, incluso a través de técnicas de comunicación remota.

En 2017, hubo 4 posibles casos de episodios fraudulentos cometidos por Family Bankers® y denunciados al Órgano de Vigilancia (frente a los 7 casos de 2016), lo que confirma una menor frecuencia consolidada de los siniestros en relación con la media de los últimos 10 años. Para mayor protección del Banco, en 2018 se volvió a renovar la póliza de cobertura de los posibles ilícitos cometidos por la Red de Ventas en perjuicio de los clientes.

En España, con una estructura y funcionamiento similar a la de la Unidad de Controles Preventivos de la Red, la «Inspección de Red de Ventas» realiza controles del Family Bankers®, tanto reactivos, ante notificaciones, como proactivos y periódicos.

En 2017 la función contaba con 9 personas, teniendo en cuenta el responsable.

## FORMACIÓN DE LA RED COMERCIAL DE FAMILY BANKERS®

La empresa considera que el aprendizaje y la formación de su Red Comercial es fundamental para desarrollar la excelencia en la relación con los clientes, la gestión del ahorro familiar y el asesoramiento financiero y patrimonial. Las cifras muestran un aumento del 7,3% en el número de horas de formación impartidas, que en 2017 ascendieron a 611.664 frente a las 569.254 de 2016. Por su importancia, el proceso de formación de la Red de Ventas sigue los principios guía y la arquitectura organizativa descritos en el «Reglamento del Proceso y formación de la Red de Ventas y de los Empleados» de 2016.

En Italia, en 2017, se impartió la segunda edición del «Máster en Family Banking»: un programa de formación de dos años, diseñado en colaboración con la Facultad de Ciencias Bancarias, Financieras y de Seguros de la Università Cattolica.

En julio de 2016 se inició el curso de formación de directivos «Banking & Innovation Management Executive Master» (BIMEX), que dura 29 meses y tiene por objeto aumentar y profundizar los conocimientos técnicos y las capacidades directivas. En la actualidad, el Executive Master BIMEX cuenta con la participación de 279 Directivos de la estructura comercial del Banco, con actividades de profundidad y estudio tanto presenciales como digitales, también a través de una App específica. En 2017 se impartieron 95 clases con un total de 260 días en aula. En 2017, la media de exámenes aprobados en la primera convocatoria fue del 79%. El «Banking & Innovation Management Executive Master» obtuvo el primer puesto en la tercera edición del premio FIA - ADRIANO OLIVETTI en la categoría Administración y Finanzas.

También en 2017:

- > Se puso en marcha un curso de especialización para capacitar a los servicios de Corporate Finance que ofrece la División Asset & Wealth Management del Banco.

- > Se ha mantenido el ciclo de encuentros My Business 360°, cada quince días, en el que participa toda la red de Family Bankers®, con el objetivo de formar y actualizar constantemente la estructura comercial del Banco. My Business 360° contó con la participación de 3.978 Family Bankers®, del total de activos a finales de año, con la impartición de 208.289 horas de formación presencial en el territorio.
- > En el marco del proceso de difusión de la nueva normativa MiFID II, se organizaron ciclos y encuentros de información y formación: «Creare Valore Oggi» (Crear Valor Hoy) y «Formarsi per Affermarsi» (Formarse para afirmarse).

También en España, para adecuarnos a los requisitos de la nueva normativa MIFID II, se ha impartido formación específica a los agentes que prestan servicios de consultoría. Banco Mediolanum, en colaboración con la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), ha diseñado un plan de formación para los Family Bankers® aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) con el objetivo de obtener el título oficial de agente financiero europeo. Este curso tiene una duración total de 150 horas, incluye formación teórica y práctica, y un examen final, y las principales áreas de estudio están relacionadas con:

- > Consultoría y planificación financiera.
- > Características y funcionamiento de los productos de inversión, seguros y seguridad social.
- > Planificación fiscal.
- > Elementos normativos, legislativos y éticos.

Ha continuado la formación especializada de los Relatores Faculty MCU y, en 2017, se completó el proceso de evaluación y selección de nuevas figuras para Relatores en la Faculty MCU. A finales de diciembre de 2017 los Relatores eran 154.

Banca Mediolanum ofrece a sus Family Bankers® la posibilidad de participar en cursos de formación específicos para preparar el examen de Certificación EFPA de los siguientes niveles: EIP (European Investment Practitioner) para asesores financieros, EFA (European Financial Advisor) y para el nivel avanzado de EFP (European Financial Planner). A finales de diciembre de 2017, los Family Bankers® de Banca Mediolanum certificados EFA eran 446, de los cuales: 122 EIP, 259 EFA, 64 EFP y 1 Defs.

En 2017 se impartieron 499.414 horas de formación en total. Con este dato observamos un descenso del 11,1% en el total de horas impartidas, debido principalmente a la reducción de las horas de formación online, que pasaron de 233.903 horas en 2016 a 146.087 horas en 2017 (-37,5%). Las actividades de formación online se centraron principalmente en el MiFID II y en la actualización anual de la normativa IVASS.

Las horas de clase en 2017 ascendieron a 353.328, un aumento del 7,7% en comparación con 2016. En comparación con el año anterior, se registra un aumento significativo de 21,1% en el número de horas de clase patrocinadas por MCU. Por el enfoque didáctico, por la importancia de algunos temas o, en otros casos, por una mayor eficacia de valor, se ha optado por que algunas iniciativas de formación sean coordinadas y supervisadas directamente por Mediolanum Corporate University también en el territorio.

# 3.4 Los empleados del Grupo Mediolanum



## Los empleados del Grupo Mediolanum

El Grupo Mediolanum promueve el desarrollo de una cultura corporativa basada en valores compartidos y centrada en el compromiso y la integridad. Consecuentemente con sus valores, implementa actuaciones y acciones que refuerzan la valorización de las personas y el reconocimiento de los conocimientos y las habilidades de los colaboradores del Grupo. Los empleados son «acompañados» en sus trayectorias de desarrollo profesional, orientadas a sacar el talento y las competencias, y disfrutan de políticas de Welfare corporativas inclusivas, orientadas a estimular la conciliación de la vida personal, familiar y profesional y a garantizar el bienestar del individuo. Se han activado servicios y proyectos para todos los colaboradores, como la guardería de la empresa y diversas actividades extralaborales, desde culturales hasta deportivas. Se favorecen constantemente aquellas situaciones que pueden mejorar el clima y la forma en que trabajamos juntos, introduciendo espacios abiertos compartidos por el personal de varias funciones a fin de estimular una interacción continua. Incluso la hora de la comida la consideramos un momento que no se limita al simple «consumo de alimentos», sino que puede representar una oportunidad para el bienestar, la convivencia y el intercambio. Con esta finalidad, en la sede de Basiglio, hemos creado una nueva zona de restauración dedicada a los empleados y colaboradores, un espacio acogedor y relacional que combina un diseño innovador con una propuesta gastronómica que enfatiza la cocina italiana.

### DIMENSIÓN DE LA PLANTILLA DEL GRUPO AÑO 2017

Los análisis de las páginas siguientes se refieren a la dinámica del empleo y presentan un análisis de las características del personal del Grupo Mediolanum a 31 de diciembre de 2017. El análisis comparativo se realiza con respecto al año 2016.

Número total de empleados						
	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
Número de empleados	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
<b>Empleados</b>	1.316	1.295	2.611	1.287	1.298	2.585
<b>Otros colaboradores</b>	25	35	60	47	50	97
<b>TOTAL</b>	<b>1.341</b>	<b>1.330</b>	<b>2.671</b>	<b>1.334</b>	<b>1.348</b>	<b>2.682</b>

En 2017, en el cálculo de los empleados de Bankhaus August Lenz se incluyeron 3 administradores y 3 estudiantes, que aparecían en 2016.

## DIVISIÓN POR CATEGORÍAS Y GÉNEROS

En 2017 el Grupo Mediolanum registra un incremento marginal de la plantilla, inferior al 1%; este resultado se debe a la combinación de un flujo de contratación de 120 nuevos recursos y un volumen de ceses de 100 recursos, distribuidos de manera diferente en los distintos países. La plantilla de las empresas italianas del Grupo ha permanecido prácticamente inalterada, mientras que el desarrollo de las empresas extranjeras ha ido acompañado del correspondiente aumento de la plantilla (en particular, España ha registrado un aumento del 4,6% con respecto a 2016).

La distribución de la plantilla por género ha permanecido esencialmente sin cambios con respecto al año anterior. Las mujeres que trabajan para el Grupo Mediolanum representan el 49,6% de los empleados.

La menor presencia de mujeres en puestos directivos conduce a una mayor diferencia salarial entre hombres y mujeres, especialmente en el caso de los Senior Managers, mientras que para el resto de los trabajadores de la empresa, con funciones y responsabilidades más comparables, los niveles de remuneración son sustancialmente iguales.

## DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE CONTRATO

Se confirma la tendencia, ya registrada en 2016, de una reducción de la plantilla global atribuible a contratos atípicos y/o a otras formas de colaboración, con un descenso aproximado del 1,4% con respecto al año anterior.

El desglose de esta cifra por horas de trabajo muestra que la mayoría de los empleados a media jornada son mujeres, que representan el 3,3% de los empleados contratados con contrato indefinido. La cifra es ligeramente superior a la de 2016.

## PERSONAL PERTENECIENTE A CATEGORÍAS PROTEGIDAS

Las principales empresas del Grupo, también con el fin de cumplir plenamente las obligaciones requeridas por la normativa vigente en materia de contratación obligatoria de personal perteneciente a las categorías protegidas, han firmado acuerdos con la Provincia de Milán destinados a programar las contrataciones previstas.

Desde 2016 Banca Mediolanum también ha activado, conforme a la legislación vigente (ex artículo 14, Decreto Legislativo italiano n. 276/03), dos contratos con dos cooperativas sociales para ofrecer oportunidades de empleo a 17 personas con discapacidades, soportando la carga económica.

Las sedes del Grupo Mediolanum disponen de la infraestructura necesaria para asegurar un fácil acceso a las instalaciones a los empleados y visitantes con discapacidad: con especial referencia a las instalaciones en Italia, hay 13 accesos dedicados y 23 aparcamientos reservados.

Por lo que respecta a las empresas del Grupo operativas en el extranjero, Banco Mediolanum ha activado servicios con proveedores que emplean a personas con discapacidades. Actualmente el Grupo en España está apoyando a 3 CET (Centros de trabajo):

- > Asociación Catalana de esclerosis múltiple J.M. Charcot.
- > B Turismo Accesible SAU Viajes - Corsa 2000.
- > Fundación Aura.

## CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL PERSONAL Y ROTACIÓN

Como prueba de la lealtad de nuestros empleados, nuestra tasa de rotación, especialmente en las empresas italianas del Grupo, es particularmente baja en todas las categorías profesionales y en los distintos grupos de edad.

La función de Reclutamiento del Grupo Mediolanum basa su actividad en la concienciación sobre la importancia de los conocimientos, las habilidades y los intangibles, como combinación posibilitadora para competir dinámicamente en el mercado gracias a las lógicas de calidad, innovación y flexibilidad.

Las lógicas de evaluación y selección se basan en las habilidades individuales, prescindiendo de la influencia de factores como, por ejemplo, género, raza, etnia, religión/creencias, orientación sexual, estado civil u opiniones políticas.

Para la función de Reclutamiento, aceptar el reto del Talento significa ver a las personas en términos distintivos y evolutivos y requiere una capacidad crítica para identificar, evaluar, atraer y representar adecuadamente el contexto de referencia. Los canales de contacto y los métodos de investigación se basan en un modelo sistémico de relaciones con el

mercado laboral que combina la eficacia de los resultados, el seguimiento de la eficiencia del proceso y el cumplimiento de criterios de equidad e imparcialidad.

En 2017, la selección de las empresas italianas del Grupo se tradujo en la contratación de 48 nuevos empleados en diferentes áreas funcionales.

También en 2017, el Grupo confirmó su intención de ofrecerse como lugar para el desarrollo educativo y profesional de los jóvenes. En 2017, en las empresas italianas del Grupo, esta intención se ha plasmado en la inserción de 14 jóvenes en el Customer Banking Center, la activación de 41 prácticas, la relación continua Banco-Universidad y la implicación de 19 estudiantes de bachillerato a través del sistema «Alternanza Scuola-Lavoro».

En 2017, se utilizaron 30 recursos con contratos de suministro y servicios externalizados para gestionar picos de actividad o necesidades específicas.

## **SISTEMAS DE GESTIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL**

Dentro del Grupo existen diferentes herramientas de apoyo a los responsables de las personas a la hora de gestionar y desarrollar la prestación, considerada tanto en términos de logro de resultados como de actitudes y comportamientos durante el desempeño de las actividades.

La atracción de los talentos y el desarrollo del capital humano, en un mercado cada vez más competitivo y selectivo, son importantes para poder contar con recursos preparados y motivados para afrontar los retos del sector. El compromiso del Grupo es permanente al fomentar las mejores aptitudes profesionales, la participación activa del personal en los procesos que les afectan y el cuidado del sistema de comunicación interna, que fomenta la cultura de la escucha y la circulación de la información.

Se han activado diversas iniciativas y métodos operativos para mejorar los procesos corporativos como: customer academy, análisis sobre la «preparación digital», «we know» una nueva plataforma de intercambio de conocimientos diseñada para recopilar, organizar, compartir y difundir el conocimiento de la empresa.

El área Performance Management abarca todos los proyectos relacionados con el desarrollo y la gestión de los procesos de evaluación orientados a la

mejora del rendimiento para apoyar las actividades de la empresa. Por esta razón, las herramientas de evaluación individual y grupal se actualizan constantemente y generalmente se diferencian por niveles: directivas, profesionales, de coordinación y operativas.

En las empresas del Grupo Irlandés el proceso de evaluación del desempeño ha sido rediseñado para poder realizar reuniones regulares entre los managers y sus equipos. El nuevo sistema se llama 30/30 (30 minutos cada 30 días) y tiene por objeto proporcionar un feedback continuo sobre las aportaciones personales en la realización del negocio y la oportunidad de crecer y aprender.

Se presta especial atención a los procesos de evaluación individual del personal del Grupo Mediolanum, orientados al desarrollo del personal y al apoyo a los cambios de roles y de nivel/categoría.

Como herramienta de desarrollo y canal de reclutamiento interno, hemos seguido utilizando el sistema de «Job Posting»: esta iniciativa permite a todos los empleados darse a conocer —en términos de curriculum, aptitud y aspiraciones profesionales— con el objetivo de promover el crecimiento de los recursos, el desarrollo de talentos, valorar las competencias adquiridas y apoyar el conocimiento del negocio en su totalidad, favoreciendo la rotación en los puestos de trabajo, de acuerdo con criterios orientados a la transparencia y la meritocracia. Esta herramienta de desarrollo también se adopta en la filial española.

Además de la introducción del canal «Job Posting» para la selección de los recursos internos a fin de cubrir los puestos vacantes, hemos adoptado ese mismo instrumento, para la empresa italiana, también en el Customers Banking Center y en el Sales Support Center, para la asignación de habilidades técnicas incrementales, un proceso que se ha llamado «Skill Posting».

El sistema de remuneración adoptado, basado en la equidad interna, la competitividad en el mercado, la coherencia y la meritocracia, a través de un vínculo directo entre el compromiso y el reconocimiento del mérito, permite crear valor a largo plazo en todos los niveles de la organización.

La lógica de la política de remuneración está orientada a:

- > valorar los recursos premiando los méritos y el desempeño;

- > hacer atractivo el paquete de remuneración (ya sea para el personal contratado, ya sea como elemento de «atracción»);
- > diferenciar en función de los criterios de segmentación de la población interna;
- > garantizar la equidad interna y la competitividad externa.

## BIENESTAR CORPORATIVO [WELFARE]

El Grupo Mediolanum siempre ha prestado la mayor atención posible al bienestar corporativo para garantizar el mejor equilibrio entre el ámbito profesional y privado de los empleados. Por este motivo, desde hace más de una década, en la sede italiana del Grupo se ha establecido una verdadera red de servicios en beneficio de todos los empleados, como una guardería de la empresa, un gimnasio, una lavandería, una sastrería y una panadería.

Además, desde 2015 está activo el programa Flexible Benefits «WELLMED», que ofrece la posibilidad de elegir a qué servicio asignar la cantidad puesta a disposición de los empleados a principios de año. Los servicios van desde los reembolsos por gastos escolares de los niños, hasta el cuidado de las personas mayores, chequeos médicos y actividades recreativas como el gimnasio. En 2017, el Plan WELLMED se amplió con nuevos servicios para la entrada en vigor, a partir del 1 de enero de 2017, de los apartados 160-162 del art. 1 de la Ley Italiana de Balance 2017 (Ley 232/2016) que han complementado e interpretado tanto el art. 51 del TUIR (determinación de la renta de los empleados) como la Ley de Estabilidad 2016 (Ley 208/2016), redefiniendo los pagos realizados por el empleador que configuran el welfare de la empresa y los *flexible benefits*.

De un análisis de las estadísticas, se desprende que, en 2017, alrededor del 94% de los empleados se registró en el portal para participar en el Programa. En comparación con el año anterior, se han introducido algunas novedades, el límite máximo de gasto para los servicios de vales se incrementó de 100 euros a 150 euros, registrando un aumento del 8,2% en comparación con 2016.

La empresa española del Grupo ha lanzado una iniciativa, «La Vita è Bella», que tiene como objetivo promover la cultura del bienestar en el lugar de trabajo, proporcionando las herramientas y conocimientos necesarios para ayudar a mejorar la salud física y emocional de los empleados a través de actividades específicas y publicando consejos al respecto en cuatro áreas: mente, cuerpo, dieta y medio ambiente. Para lograr estos objetivos, se instruye a los empleados sobre los beneficios de una vida saludable en términos de

alimentación y actividad física. También se celebran jornadas temáticas en las que el Banco ofrece productos gratuitos a los empleados: Algunos ejemplos son el «Día de la fruta y de la fruta seca», el «Día de las infusiones» y el «Día detox». Además de los cursos gratuitos de yoga y abdominales hipopresivos, la empresa patrocina torneos deportivos de empresa (pádel y fútbol), diversos cursos de cocina y talleres creativos.

Las empresas italianas del Grupo han ofrecido a todos los empleados la oportunidad de unirse al Fondo de pensiones de la empresa. El CIA (contrato complementario de la empresa) prevé que quienes adhieran al Fondo (en concreto, los empleados con contrato «Crédito») pueden asignar la prima de la empresa a la seguridad social, reconociendo un aumento del importe que se pagaría en caso de elección en metálico. A finales de 2017, el porcentaje de usuarios potenciales registrados era del 92,8% para los directivos y del 93,3% para los empleados no directivos.

Con el fin de ofrecer una cobertura mejor, también en términos de servicio, desde 2017 hay en vigor un acuerdo con una compañía de seguros, especializada en seguros de salud, que cuenta con una extensa red de estructuras concertadas y un centro de atención al cliente de los más avanzados del sector. La asistencia sanitaria complementaria es un beneficio ofrecido a los empleados que proporciona la cobertura de algunos gastos médicos con la opción de ampliarla, en ciertos casos y corriendo con los gastos, al núcleo familiar. En 2017, se adhirieron 2.077 empleados, el 97,1% de los potenciales usuarios.

En 2017 —como viene ocurriendo desde hace algunos años en las empresas italianas del Grupo— se puso a disposición de los empleados el servicio de asistencia fiscal directa, de forma gratuita, para realizar la declaración anual de la renta. Este servicio lo han utilizado 1.476 empleados, lo que supone un aumento del 2,5% de los usuarios con respecto al año anterior.

En 2017, además, se han mejorado las ventajas reservadas a los empleados para la suscripción de los productos y servicios del Grupo, interviniendo en particular sobre los tipos aplicados en el caso de suscripción de hipotecas y préstamos.

## ACTIVIDADES EXTRALABORALES

Entre las principales actividades, la guardería «BabyMed», ofrecida por el Grupo Mediolanum para niños de 0 a 3 años, es muy importante para los

empleados. Inaugurada en 2004 y ampliada en varias ocasiones, hoy puede acoger hasta 126 niños. Además, para los hijos de los empleados con edades comprendidas entre los 4 y los 10 años, hemos organizado un campus de verano para los meses en los que cierran las guarderías y los colegios.

Después del éxito del año anterior, hemos vuelto a organizar la iniciativa «Los niños a la oficina»: el viernes 19 de mayo, el Grupo abrió sus puertas a los hijos y familiares de los empleados durante una tarde, en la que se proyectaron películas, hubo áreas de buffet, set de fotografías y zonas de juego montadas y dirigidas por animadores profesionales. En la jornada participaron más de 150 empleados y casi 250 niños.

También en 2017, en colaboración con la LILT (Liga Italiana de Lucha contra el Cáncer), se organizaron visitas preventivas para el control de la piel, a las que se adhirieron casi 400 empleados, y coincidiendo con el mes rosa de la prevención, se organizaron visitas de prevención del cáncer de mama en la sede de nuestra empresa, a las que asistieron más de 150 empleadas.

En marzo y septiembre de 2017, en colaboración con AVIS, se organizaron dos jornadas para donar sangre directamente en la sede italiana del Grupo, con una participación de más de 100 empleados.

Además, para nuestros empleados, la sede italiana pone a disposición todos los meses un servicio para realizar los trámites administrativos. Por otra parte, cada semana se ofrecen servicios de zapatería (reparación y suelas), sastrería, lavandería y compra de alimentos orgánicos de alta calidad. Hace tres años la empresa dispone de una panadería con productos (como pan, bollos y galletas) hechos con harina orgánica y que se ofrecen a los empleados a precios favorables. Los productos son fabricados por una cooperativa social en la que participan trabajadores con discapacidad.

Con el fin de garantizar el bienestar psicofísico de sus empleados, en 2017 se organizaron numerosas actividades deportivas y torneos internos, de deportes como fútbol y vóley playa. Debido al gran número de corredores, en primavera lanzamos MedRunningLab, un curso para enseñar y perfeccionar la carrera. Desde octubre de 2014 contamos con una sala de fitness (con vestuarios y duchas adyacentes) donde los empleados tienen la posibilidad de hacer gimnasia y actividades físicas como yoga, pilates y caminar. En primavera/verano los empleados pueden beneficiarse de la posibilidad de utilizar las bicicletas durante las pausas y al final de la jornada de trabajo.

## RIESGOS Y POLÍTICAS

Las iniciativas para proteger el capital humano tienen por objeto reducir al mínimo el riesgo de pérdida del patrimonio de conocimientos y experiencia, en particular de los que se consideran más distintivos y críticos para el desarrollo empresarial. Los sistemas de evaluación del desempeño adoptados permiten identificar y mapear las competencias expresadas por los empleados del Grupo. En 2017 se ampliaron los procesos de «*succession planning*», definidos el año anterior con referencia a la alta dirección de la empresa en la «Política - Succession Plan» de 20 de diciembre de 2016. En cuanto a la seguridad, se ha implantado un moderno sistema de prevención y protección.

El Grupo se compromete constantemente a implementar, en línea con sus valores, actuaciones y acciones que refuerzan la valorización de las personas y la identificación de los conocimientos y habilidades de los colaboradores.

Las principales son:

- > la atención a la creación y el mantenimiento de un entorno de trabajo seguro, también mediante iniciativas de formación y el desarrollo de una cultura de la seguridad y la prestación de servicios de seguridad adecuados;
- > un sistema de gestión de la salud, respetuoso y atento con las personas, que tiene como misión garantizar el bienestar psicofísico y social de los empleados en el lugar de trabajo, con especial atención a la ergonomía, a la iluminación de los ambientes y a la aplicación de buenas prácticas de vigilancia de la salud;
- > la definición y actualización constante del Código Ético y de las políticas específicas, así como el mantenimiento de una política de atención y de buenas relaciones con los interlocutores sociales; las relaciones laborales dentro del Grupo Mediolanum se basan, en el respeto mutuo de los roles, en la búsqueda común de objetivos corporativos de productividad y crecimiento, centrándose en el desarrollo y el bienestar de las personas que trabajan en el Grupo;
- > para la maternidad, como práctica interna, se aplican fórmulas específicas de media jornada laboral para facilitar el regreso de las madres al trabajo y, desde 2004, la guardería funciona en la sede italiana
- > el compromiso de pagar salarios adecuados, con un grado coherente de competitividad con respecto al mercado laboral externo y la equidad interna, que reconozcan el nivel de responsabilidades

asignadas y la profesionalidad alcanzada y premien las prestaciones de cada uno;

- > la oferta de oportunidades de desarrollo profesional, a través de iniciativas de formación avanzada y actividades de rotación laboral;
- > un sistema de medidas que aumenten el sentido de pertenencia al Grupo y que, en la medida de lo posible, se inspiren principalmente en el bienestar de las personas y de sus familias, como las iniciativas de welfare y conciliación, la cobertura sanitaria y aseguradora y la integración de los sistemas colectivos.

El Grupo Mediolanum realiza un seguimiento constante de las competencias necesarias para el desarrollo empresarial, con especial atención a las competencias emergentes relacionadas con la innovación y la evolución del entorno de trabajo de las nuevas tecnologías, también a través de iniciativas específicas como la financiación de doctorados en universidades y la presencia directa en campus dotados de espacios de co-working, así como a través de iniciativas de formación avanzada.

Ofrece a sus empleados un entorno de trabajo que favorece el desarrollo de sus competencias y les permite afrontar los cambios profesionales que conlleva la evolución de la empresa.

El enfoque adoptado consiste en los métodos y herramientas puestos a disposición por la empresa, pero también en la corresponsabilidad de cada empleado a la hora de activarse para su propia actualización y desarrollo.

Entre los métodos definidos, los principales son atribuibles a iniciativas de formación como *workshop*, *e-learning*, *a learning on the job*, o *job rotation* y de adquisición de roles de mayor responsabilidad también a través de procesos de procesos internos de *job posting*, así como el desarrollo de soluciones de gestión del conocimiento accesibles a todos y de contenidos técnicos/profesionales específicos disponibles según la familia profesional a la que pertenece cada individuo. También se han desarrollado multitud de iniciativas de intercambio y comunicación interna, en línea con el modelo de *employer branding*.

El Código Ético adoptado por todas las empresas del Grupo, políticas vinculadas a procesos específicos, como por ejemplo la selección y contratación de personal (Política de Recursos Humanos: «Reclutamiento y selección de personal», 28/04/2015), y el contrato complementario de la

empresa garantizan una protección eficaz de los derechos de las personas, la diversidad y los menores.

El Grupo opera en pleno cumplimiento de todas las leyes vigentes en los países que adoptan principios y normas para proteger plenamente los derechos humanos. Fomenta proyectos para el desarrollo de la dignidad y el respeto de las personas. Actúa con iniciativas vinculadas a la diversidad a través de las Cooperativas Sociales (ex art. 14, D.Lgs. 276/03), con el fin de ofrecer oportunidades de empleo a las personas con discapacidad, soportando la carga económica.

## FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS

El Grupo Mediolanum siempre ha invertido en el proceso de formación de sus empleados, estructurado y descrito en un «Reglamento del Proceso de Formación de la Red de Ventas y de los Empleados» (23/11/2016). Por lo tanto, este proceso representa el instrumento a través del cual el Banco cultiva y enriquece su patrimonio de conocimientos y competencias profesionales.

En 2017, el área de formación de empleados del Grupo ha incrementado significativamente su volumen de negocio: el número total de horas de estudio es de aproximadamente 128.000, casi un 19% más que en 2016. En Italia, finalizó en junio la segunda edición del «Certificate in Banking & Finance», un curso de formación avanzada de 14 meses de duración para directivos y empleados del Grupo, con el objetivo de transferir conocimientos básicos de gestión empresarial y corporativa para construir un enfoque común y generalizado de las cuestiones económicas. También se ha concluido la primera fase del programa llamado Mediolanum Team Management, dirigido a todos los responsables de la coordinación de los recursos humanos.

Con el fin de aprovechar el desarrollo y la difusión de las nuevas tecnologías digitales, el Grupo ha puesto en marcha proyectos formativos estructurados como «Digital Education» dedicado al uso didáctico y formativo de las herramientas y lógicas digitales y de las redes sociales (soporte a las actividades de formación, comunidades profesionales y transversales específicas para proyectos y temáticas) y a la sensibilización y familiarización con el uso productivo de estos soportes tecnológicos. En este contexto se ha

lanzado la segunda edición de la iniciativa de desarrollo profesional «Brain Marathon 2.0», en la que cuarenta empleados de diferente antigüedad y origen organizativo intercambian opiniones y debaten en un proceso de crecimiento profesional y empresarial en materia de colaboración digital.

Durante el año, se ha lanzado y consolidado en las empresas italianas del Grupo un programa de apoyo a la gestión empresarial a través de estructuras de contacto con los clientes y la Red de Ventas llamado «Side by Side», cuyo objetivo es promover los conceptos y la práctica de la «escucha activa» y la «atención» a las necesidades del cliente.

A lo largo del año se han puesto en marcha numerosas iniciativas para desarrollar la adquisición y el mantenimiento de las competencias lingüísticas, entre las que destaca una original metodología de «aprendizaje social», a través de sesiones de conversación en el idioma de aprendizaje. La iniciativa, denominada «Mensana Lunch & Learn» se lleva a cabo fuera de las horas de trabajo y es voluntaria.

El desarrollo del conocimiento de las nuevas tecnologías (Inteligencia Artificial, Procesamiento del Lenguaje Natural, Aprendizaje Automático, Robótica de Datos, Domótica) y el potencial de sus aplicaciones operativas (Cadena de Bloques, Contratos Inteligentes y Moneda Programable) se ha llevado a cabo con una iniciativa denominada «Mensana innovazione», abierta a todos los empleados de la empresa.

En España, a través de la asociación APD e IESE, se han ofrecido cursos de formación a los empleados del Grupo Mediolanum en condiciones favorables, con el objetivo de ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional y personal. Además, de acuerdo con la nueva normativa MIFID II, Banco Mediolanum ha impartido formación específica no sólo a todos los empleados, a los que era obligatorio por ley, sino también al personal cuyas competencias podían reforzarse, en función de la tarea que desempeñan. De forma similar a la red de Family Bankers, se han diseñado cursos en colaboración con la Universidad Politécnica de Valencia en el ámbito bancario y financiero. En particular, se impartieron dos tipos de cursos, uno con el objetivo de adquirir las competencias necesarias para prestar asesoramiento en materia de inversión (EIP) y otro para empleados con funciones de front office (EIA), que se centran en

las principales características de los productos con el fin de ofrecer a los clientes información transparente, oportuna y detallada sobre los productos y servicios ofrecidos por el Banco.

En Irlanda, en 2017, se invirtieron importantes recursos en formación sobre inteligencia artificial y *Machine Learning*, y se facilitó la inscripción del personal en los cursos de «IT Skills» en el área de Análisis de datos, Tecnologías Web, Desarrollo de software, Fintech, Internet of Things y Cloud Computing.

## 3.5 Responsabilidad hacia la colectividad y el medio ambiente



## Encuesta de satisfacción del cliente

	Banca Mediolanum n=908*	Bancos tradicionales n=512*	Bancos Online n=402*
<b>Compromiso social</b>	79,3	64,7	66,9

\* Número de entrevistados

Fuente: Survey Doxa, 2017, en el perímetro Italia.

El Grupo Mediolanum fomenta un enfoque integral en el apoyo del desarrollo de la comunidad a través de diversas actividades de acuerdo con los principios de sostenibilidad y valor compartido. A continuación, se presentan algunos ejemplos.

### El compromiso social de Banca Mediolanum

#### CENTODIECI

Centodieci es el proyecto de Mediolanum Corporate University, concebido para ofrecer a los directivos, empresarios y estudiantes recursos y herramientas útiles para innovar en sus negocios. Centodieci es un espacio abierto de cultura del pensamiento y del debate, de aprendizaje, estimulación e inspiración que exporta los valores y los objetivos de Banca Mediolanum más allá de las paredes de la oficina para que cualquiera pueda adquirirlos. Las actividades desarrolladas con Centodieci se centran en el capital humano y se desarrollan de dos maneras:

- > eventos en el territorio italiano: momentos especiales de formación y experiencia con la participación de ponentes e invitados afines a los valores de Banca Mediolanum;
- > Centodieci.it: la revista online, que presenta todas las iniciativas y eventos del proyecto, y ofrece un espacio de intercambio cultural a través de un blog, con presentaciones sobre temas de innovación, tecnología y valores transversales.

En 2017 creamos el formato «Centodieci è Arte», que se suma a los formatos de eventos Centodieci en los que se tratan temas de actualidad como el uso de las redes sociales, la innovación tecnológica, los escenarios mundiales del marketing y profundizaciones sobre la comunicación y las técnicas de escucha, los valores universales y experiencias de vida únicas a través de personas que son ejemplos de excelencia en el mundo. Durante el año se han celebrado 222 eventos, en los que participaron de más de 30.000 personas, entre clientes actuales y potenciales.

## CENTODIECI

	Total eventos	Total horas impartidas	Total participantes
<p><b>Centodieci es Inspiración: personas especiales con valores únicos.</b> Encuentros con personalidades que están cambiando la historia o, más sencillamente, que con su experiencia vital son modelos de excelencia para compartir valores e ideas. Figuran nombres de personalidades como Patch Adams, Sammy Basso, Simona Atzori y Oscar Farinetti</p>	30	60	10.000
<p><b>Centodieci es progreso: la ciencia al servicio del futuro.</b> Una conferencia que trata las cuestiones económicas y financieras a través de los temas de progreso y la tecnología</p>	45	90	9.000
<p><b>Centodieci es Compartir: la revolución digital que transforma las relaciones.</b> El seminario dedicado a las redes sociales vistas como herramienta indispensable de trabajo y nueva forma de interacción</p>	32	64	8.000
<p><b>Centodieci es Valor: Solidaridad.</b> Eventos benéficos patrocinados por la Fondazione Mediolanum Onlus en apoyo de las asociaciones cercanas al mundo de la infancia y la adolescencia en condiciones de necesidad indicadas por los Family Bankers®</p>	36	74	3.700
<p><b>Centodieci es Valor: Responsabilidad Social.</b> Los encuentros tratan sobre el tema de la responsabilidad social corporativa y están dirigidos a las figuras institucionales, clientes y potenciales clientes (prospects), organizaciones y asociaciones con el apoyo de la Fondazione Mediolanum</p>	36	64	960
<p><b>Centodieci es Arte:</b> una serie de encuentros destinados a difundir el arte y realizar experiencias educativas en lugares de arte</p>	28	56	8.400

## Encuesta de satisfacción del cliente

	Banca Mediolanum n=908*	Bancos tradicionales n=512*	Bancos Online n=402*
<b>Está comprometida con las iniciativas socioculturales del territorio en el que opera</b>	79,7	67,6	67

\* Número de entrevistados

Fuente: Survey Doxa, 2017, en el perímetro Italia.

## MOTIVADORES TOUR

En España, en abril de 2017, comenzó la segunda edición del «Motivadores Tour», en línea con la estrategia de comunicación basada en el coaching financiero. Un año más participaron profesionales de la talla de Mago More, Viktor Küppers, Toni Nadal, Sebastián Álvaro y Juan Manuel Iturriaga. El objetivo es ofrecer a los clientes, a los potenciales clientes y a los empleados las herramientas para lograr sus objetivos, no solo financieros, sino también personales.

En 2017 se celebraron un total de 11 eventos en las principales ciudades españolas (Barcelona, Madrid, Valencia, Vigo, Sevilla y Bilbao). En todos los eventos se recogieron donaciones para organizaciones sin fines de lucro que forman parte del proyecto solidario Mediolanum Aproxima.

## GRAN TEATRE DEL LICEU

En España, Banco Mediolanum colabora con la Fundación Gran Teatre del Liceu, el teatro más antiguo y activo de Barcelona y considerado uno de los más importantes del mundo, contribuyendo a su conservación y desarrollo con 15.000 euros anuales.

## COLABORACIONES EN EVENTOS SOLIDARIOS

Durante 2017, Banco Mediolanum también apoyó iniciativas de recaudación de fondos y colaboración con otras asociaciones sin ánimo de lucro, entre ellas:

- > «Obiettivo Rett al Vaticano 2017»: una marcha en bicicleta de Dani Rovira en Roma para recaudar fondos para la investigación de la enfermedad rara de Rett.
- > «Notas Solidarias para Badalona»: Concierto de góspel con fines

benéficos, cuyos beneficios se destinaron íntegramente a la Fondazione Ateneu Sant Roc y a la Fondazione Institut Guttmann.

- > Juegos entre empresas: olimpiadas corporativas solidarias abiertas a todas las organizaciones. Este año las fundaciones beneficiarias han sido la Fundación ARED y Llars Compartides.
- > «Fair Saturday»: movimiento cultural y benéfico que ha organizado cientos de eventos en todo el país con el objetivo de recaudar fondos para diversas organizaciones sin fines de lucro. Como patrocinador, Banco Mediolanum promovió eventos a favor de las ONG de Mediolanum Aproxima.
- > «Invest for Children»: acto benéfico celebrado en el estadio del RCD Espanyol, con el objetivo de recaudar fondos para diferentes proyectos de fundaciones como la inversión en la infancia, la obra social Sant Joan de Déu, la Fundació Damm y la Fundació Pasqual Maragall.

## Soporte a través de los productos y Servicios de Banca Mediolanum

### MICROCRÉDITO

Banca Mediolanum y Fondazione Mediolanum Onlus han firmado acuerdos con varias fundaciones diocesanas:

- > Fondazione San Bernardino, activa en Milán y en toda Lombardía (desde 2009).
  - > Fondazione San Gaudenzio, activa en Novara y provincia (desde 2013).
  - > Fondazione San Matteo de Bologna, activa en toda Emilia Romagna (2016).
  - > Fondazione Santi Simplicio e Antonio, activa en toda Cerdeña (2016).
- Además, en 2017 se firmó un nuevo acuerdo con la Fondazione Santa Maria del Soccorso en Génova, que estará operativo en 2018.

Estas fundaciones persiguen fines solidarios y actúan en el campo de la asistencia y de la caridad para ayudar y apoyar a cualquier persona en situación de endeudamiento, con el fin de evitar la usura. El Acuerdo prevé la identificación y provisión de crédito en favor de sujetos con bajos ingresos y/o en el umbral de la pobreza para que puedan hacer frente a situaciones de emergencia, de las que depende la mejora (o no empeoramiento) de su calidad de vida.

Las fundaciones operan a través de Cáritas en sus Diócesis de referencia, que hace uso de los centros de escucha parroquiales para captar las necesidades de las familias necesitadas con niños. El acompañamiento de estos sujetos se lleva

a cabo mediante voluntarios cualificados en el sector financiero. El Banco soporta la totalidad del riesgo de crédito de las operaciones de financiación concedidas, mientras que la Fondazione Mediolanum Onlus ha dado instrucciones de privilegiar a las mujeres con hijos a su cargo como beneficiarias de los préstamos, coherentemente con su misión.

Gracias a las asignaciones rotativas puestas a disposición por el Banco, desde la firma de los acuerdos hasta el 2017 se han concedido 70 préstamos por un total de 535.800 euros.

## CENTESIMI CHE CONTANO

«Centesimi che contano» [Céntimos que cuentan] es un servicio de Banca Mediolanum en Italia que ofrece la posibilidad a los clientes de donar, de forma automática, los céntimos del saldo contable de la cuenta corriente, si es positivo, el tercer día hábil desde el comienzo del mes, a favor de la Fondazione Mediolanum para apoyar Dynamo Camp, la primera instalación de Terapia Recreativa de Italia, diseñada para acoger gratuitamente a niños de 6 a 17 años con enfermedades graves y crónicas.

A 31 de diciembre de 2017, la opción se había activado en 30.471 cuentas (un 30% más que en 2016) y había generado donaciones durante el ejercicio por importe de 149.561 euros (un 74% más que en 2016). El potencial de este servicio es aún muy alto, dado que las cuentas en las que se ha activado corresponde a alrededor del 4% del total de las cuentas target.

## CUENTA BÁSICA

En Italia está disponible la cuenta básica dedicada a las categorías económicamente desfavorecidas, nacida de la colaboración de MEF, el Banco de Italia, ABI, Poste Italiane y las asociaciones de proveedores de servicios de pago. Esta oferta presenta un riesgo operacional, ya que prevé el monitoreo de las cuentas corrientes para mantener las condiciones establecidas por el convenio, por lo que se emitió un procedimiento operativo que define la frecuencia y los criterios de monitoreo necesarios para mitigar este riesgo.

## INICIATIVAS PARA CLIENTES Y TRABAJADORES EN DIFICULTAD

La política empresarial de Banca Mediolanum siempre ha sido estar cerca de sus clientes y trabajadores con acciones concretas, no solo en el ámbito del

asesoramiento financiero, sino también con gestos de solidaridad ciertamente inusuales para los bancos italianos, iniciativas que se traducen en apoyo a personas gravemente afectadas por los desastres naturales tales como inundaciones, tormentas o incluso el terremoto que sacudió el centro de Italia. En 2017, hemos realizado donaciones a favor de 109 clientes por un importe total de 247.200 euros a fondo perdido, divididos de la manera siguiente:

- > Emergencias por mal tiempo en Liguria y Calabria (octubre de 2016): 15 Clientes por valor de 27.100 euros.
- > Inundaciones en Piamonte y Liguria (finales de noviembre de 2016): 16 Clientes por valor de 89.500 euros.
- > Terremoto de Ischia (finales de agosto de 2017): 15 Clientes por 30.000 euros.
- > Temporal en Livorno (septiembre de 2017): 63 Clientes por 100.600 euros.

Para las situaciones de emergencia, Banca Mediolanum, además del desembolso de fondos, ha previsto las siguientes facilidades para los clientes:

- > posibilidad de suspensión del plazo de hipotecas y préstamos durante 12 meses;
- > activación de líneas de crédito privilegiadas;
- > reducción del -1% en el diferencial vigente en las hipotecas y préstamos durante 24 meses;
- > puesta a cero de todos los gastos de las cuentas corrientes y cuentas de valores durante 24 meses.

Dada la complejidad de la actividad, los principios adoptados por Banca Mediolanum S.p.A. en el proceso de realización de donaciones se describen en la «Política de asignación de donaciones» de 23 de marzo de 2017, en la que también se identifican las funciones, responsabilidades y áreas para las que se prevén dichas donaciones. Dada la importancia del tema, la política está acompañada por el «Reglamento del proceso de asignación de donaciones» de 5 de abril de 2017.

### Encuesta de satisfacción del cliente

	Banca Mediolanum n=908*	Bancos tradicionales n=512*	Bancos Online n=402*
<b>Apoya a sus clientes en los momentos de dificultad</b>	78	61,7	67,1

\* Número de entrevistados  
Fuente: Survey Doxa, 2017, en el perímetro Italia.

## Colaboración con Fundaciones y Asociaciones

Los clientes y empleados del Grupo Mediolanum han participado en numerosas actividades de apoyo a proyectos de compromiso social.

### Colaboración con la Fondazione Mediolanum Onlus

La Fondazione Mediolanum Onlus se fundó en 2002 con el objetivo de seguir, realizar y desarrollar sus principales actividades en el área social del Grupo Mediolanum. En 2012, la Fondazione Mediolanum obtuvo el reconocimiento para pertenecer a la categoría «Onlus» (sin ánimo de lucro), lo que le permite llevar a cabo iniciativas de recaudación de fondos con el objetivo de ayudar a tantos niños como sea posible, en Italia y en el mundo.

#### MISIÓN, OBJETIVOS Y ACTIVIDADES REALIZADAS

La Fondazione Mediolanum Onlus tiene como objetivo financiar proyectos a favor de los niños más desfavorecidos para educarlos en la libertad, de manera que puedan ser adultos libres el día de mañana. Los proyectos que apoya la Fundación están relacionados con la educación básica, la posibilidad de aprender un oficio y la satisfacción de las necesidades básicas como alimentos, vivienda, vacunas y atención médica. De esta manera, la Fundación hace posible que decenas de miles de niños logren su autonomía: para una vida de adultos libre y respetuosa de los valores universales de las personas, conservando siempre las tradiciones culturales y religiosas locales.

#### DONACIONES Y RECAUDACIÓN DE FONDOS

##### CONTRIBUCIONES DEL GRUPO MEDIOLANUM

Durante el año, la Fundación se ha beneficiado de las contribuciones habituales del Grupo Mediolanum que le permiten dar continuidad a sus actividades de entidad proveedora de servicios, seleccionando y financiando proyectos de instituciones asociadas a favor de la infancia.

En concreto, Banca Mediolanum S.p.A donó en febrero 300.000 euros,

Mediolanum Gestione Fondi SGR.p.A. 125.000 euros en junio y Mediolanum Vita S.P.A. 125.000 euros en julio, por un importe total de 550.000 euros, con lo que se mantiene el mismo importe que el año pasado. Durante el año se apoyaron 77 proyectos (un 10% más que en 2016).

## CONTRIBUCIÓN 5x1000

La Fondazione Mediolanum Onlus recibió en el mes de agosto de 2017 de la Agencia Tributaria los fondos destinados a las «Asociaciones y Fundaciones reconocidas - asignación financiación del 5 por mil» por una cantidad de 205.492 euros (un 80% más que en 2016).

## EVENTOS

Gracias a los eventos organizados por Banca Mediolanum, la Fundación ha logrado recaudar 610.924 euros (un 23% más que en 2016).

## FESTIVIDADES

Con motivo de las festividades más importantes (Navidad y Semana Santa), la Fundación ha organizado actividades de recaudación de fondos en las que participan principalmente los empleados del Grupo y los Family Bankers®. Gracias a estas actividades durante el año se recaudaron un total de 89.946 euros.

## DONACIONES ONLINE Y TRANSFERENCIAS ESPONTÁNEAS

Gracias a las campañas de comunicación en la página web de la Fundación, del sitio web de Banca Mediolanum y en las redes sociales (Facebook y Twitter) a favor de los proyectos apoyados por la Fundación, se han recaudado 76.117 euros.

## MEDIOLANUM FOR YOU REWARDING

En 2016 concluyó Mediolanum Freedom Rewarding, un programa de fidelización reservado a los clientes del Banco que ha permitido a todos los titulares de cuentas corrientes acumular puntos a través de sus operaciones bancarias habituales, que pueden utilizarse en diferentes tipos de bonificaciones, generando donaciones para la Fundación por un importe total de 280.585 euros.

En 2017, el banco promovió un nuevo programa de fidelización, Mediolanum ForYou Rewarding, que incluía los proyectos de tres socios en la sección «Solidaridad»: AMREF, Associazione Amici dei Bambini e INTERLIFE. En septiembre de 2017, al final del primer año, los clientes donaron puntos por un importe total de 47.296 euros.

## OTRAS ACTIVIDADES DE RECAUDACIÓN DE FONDOS

A lo largo del año ha habido otras acciones no programadas de recaudación de fondos, que han producido un total de 78.360 euros. A continuación, la tabla de resumen.

Donaciones y recaudación de fondos (€)		31/12/2017	31/12/2016	Variac. %
<b>Grupo Mediolanum</b>	<b>Contribución</b>	550.000	550.000	0
<b>Agencia Tributaria</b>	<b>5X1000</b>	205.492	114.101	80
	<b>Eventos</b>	610.924	498.517	23
	<b>Festividades</b>	89.946	89.280	1
	<b>Centesimi che contano</b>	149.561	85.981	74
<b>Fundraising directo</b>	<b>Transferencias y PayPal</b>	76.117	86.486	(12)
	<b>ForYou Rewarding</b>	47.296	280.585	(83)
	<b>Proyectos Matching</b>	112.580	-	-
	<b>Otras actividades</b>	78.360	12.313	536
<b>TOTAL</b>		<b>1.920.276</b>	<b>1.717.263</b>	<b>12</b>

## Donaciones

Actividades	31/12/2017	31/12/2016	Variac. %
<b>TOTAL</b>	<b>1.657.967</b>	<b>1.507.668</b>	<b>10</b>

## Encuesta de satisfacción del cliente

	Banca Mediolanum n=908*	Bancos tradicionales n=512*	Bancos Online n=402*
<b>Se compromete en el campo social colaborando en proyectos de solidaridad y ayuda humanitaria</b>	83	66,4	67,8

\* Número de entrevistados  
Fuente: Survey Doxa, 2017, en el perímetro Italia.

## MEDIOLANUM APROXIMA

Mediolanum Aproxima, proyecto solidario de Banco Mediolanum en España, se fundó en 2014 con el objetivo de apoyar a las organizaciones locales sin ánimo de lucro a través de la participación directa de los Family Bankers® y sus clientes. El proyecto, al que se da visibilidad en las reuniones de la Red Comercial y en la convención, pretende crear una red de compromiso social entre los empleados, colaborando en iniciativas voluntarias o apoyando financieramente proyectos de ONG.

En el marco de este proyecto, en el que participan 28 ONG, en 2017 se celebraron decenas de actos benéficos de diversa índole en los que los clientes del Banco prestaron su apoyo como voluntarios: actividades deportivas y culturales, cenas benéficas, recaudación de fondos, materiales y equipos.

El sitio de internet [www.mediolanumaproxima.org](http://www.mediolanumaproxima.org) recibió en 2017 más de 34.000 visitas por parte de 28.000 usuarios únicos.

## COOLMINE REHABILITATION CENTRE

Para continuar apoyando a la comunidad, las tres empresas de Mediolanum Irlanda (Mediolanum International Funds, Mediolanum Asset Management y Mediolanum International Life) continúan con su colaboración con el Coolmine Rehabilitation Centre, un centro de rehabilitación para personas con problemas de abuso de alcohol y drogas que también alberga un programa dedicado a las madres y los niños, único en su género en Irlanda. El objetivo es apoyar al centro, no solo con una contribución económica, sino de una manera concreta y estratégica a través del voluntariado de los empleados.

## La protección del medio ambiente

La importancia del impacto ambiental que todas las actividades realizadas por el Grupo y sus trabajadores generan a diferentes niveles se traduce en una serie de iniciativas concretas destinadas principalmente a la realización de proyectos dirigidos a reducir el consumo, el desperdicio de recursos (energía, papel y agua) y la sensibilización de los usuarios para que adopten un comportamiento más respetuoso con el medio ambiente.

## SENSIBILIZACIÓN Y RESPONSABILIZACIÓN INTERNA

Los comportamientos eco-compatibles del Grupo tienen una aplicación lógica diaria a través de una serie de iniciativas fáciles de realizar para el personal que, en los últimos años, ha logrado una reducción tangible de los gastos y del impacto medioambiental, además de la adquisición de hábitos y conductas operativas más conscientes.

En particular, entre los comportamientos consolidados y constantemente adecuados a lo largo de los años:

- > configuración de las fotocopiadoras con parámetros de apagado automático que ayudan a ahorrar energía;
- > reducir el consumo de papel habilitando el uso de las fotocopiadoras con funciones de impresoras centralizadas, escáner, correo electrónico (con envío directo de los documentos a su buzón de correo o de otro destinatario);
- > reducción del consumo de papel con membrete introduciendo el formato electrónico de todas las empresas en el Portal de la Sede;
- > mejor uso de las impresoras multifunción configuradas por defecto con la función de copia e impresión en doble cara para reducir el consumo de papel;
- > presencia en todas las plantas de centros de recogida de los tóners usados de las impresoras y de recogida del papel;
- > sensibilización para utilizar las comunicaciones informáticas con respecto a las comunicaciones en el papel;
- > se ha introducido una política de empresa que prevé el uso de una plataforma de «kiosco de prensa digital» para consultar periódicos y algunas revistas, en sustitución del papel.

Para favorecer la difusión de una cultura medioambiental en la empresa, el Grupo ha puesto en marcha una iniciativa por la que, con el nacimiento de un hijo, ofrece a los padres la oportunidad de apoyar el proyecto TREEDOM. Treedom trabaja en el desarrollo de proyectos de reforestación en el Sur. Hasta la fecha, se han plantado 220.000 árboles en Camerún, Senegal, Malawi, Argentina, Haití, Burkina Faso y Kenia. Todos los productos derivados siguen estando a disposición de la población local, que así recibe formación, ingresos y empleo. Desde 2016, Treedom también incluye el bosque de Mediolanum, lo que significa que con cada nuevo nacimiento se plantará un árbol (en un país en vías de desarrollo), que será identificado gracias a

la geolocalización, fotografiado y localizado en un mapa dentro del sitio con la posibilidad de verlo crecer.

## INSTALACIONES E INTERVENCIONES TÉCNICAS ESPECÍFICAS

Desde 2009, hay instalados, en la sede italiana de Milano 3 City, dos sistemas de trigeneración para poder producir simultáneamente energía eléctrica, energía térmica y energía de refrigeración utilizando cogeneradores y grupos frigoríficos de absorción. Las instalaciones, alimentadas con gas metano, producen autónomamente energía eléctrica para alimentar los servicios finales de consumo diario (luces, ordenadores personales, fuerzas motrices). La instalación consta de dos «talleres» separados e independientes el uno del otro que están situados en la cubierta de los edificios Meucci-Galvani y Galeno-Fermi.

Solo en 2017, la instalación ha cubierto:

- > el 35,69% de la energía eléctrica necesaria;
- > el servicio total de calefacción;
- > servicio parcial de aire acondicionado.

Para que estas instalaciones sean más eficientes, se han realizado las conexiones eléctricas desde los dos talleres hasta los edificios Arquímedes, Volta Galilei y la guardería de la empresa. Estas conexiones, además de proporcionar energía eléctrica de producción propia, también permiten cubrir con continuidad eléctrica (UPS y Grupos electrógenos) el 100% de los puestos de trabajo.

En 2017, con las instalaciones de trigeneración se autoprodujeron 4.798 MWh de los 13.456 MWh utilizados y se produjo el agua caliente necesaria para la calefacción, con una estimación de ahorro de la red de calefacción igual a 6.465 millones de Mcal de los 6.593 millones de Mcal necesarias para todo el campus empresarial.

El Grupo Mediolanum presta mucha atención al consumo de energía y, en 2016, se realizaron intervenciones específicas, de cuyos beneficios hemos disfrutado a lo largo de todo el año 2017. Las intervenciones realizadas, además de reducir los costes de energía, han aportado beneficios al microclima.

En concreto, a continuación se resumen las intervenciones en la sede italiana con las fechas de puesta en marcha:

- > A mediados de 2017 los Cogeneradores del taller de producción EE del Palazzo Fermi-Galeno fueron sustituidos por máquinas más eficientes que nos permiten producir más electricidad y mejorar la eficiencia del

sistema de climatización. Esto nos permitirá eliminar menos EE de la red, lo que comportará un ahorro cuantificable en 2018.

- > A principios de año, se adquirió un nuevo edificio, el Palazzo Pagoda, para la restauración corporativa. La empresa intervino en la renovación del edificio sustituyendo todos los sistemas existentes y eliminando la conexión con la calefacción urbana, proporcionando calefacción a través de las calderas existentes y los enfriadores de la bomba de calor. El ahorro generado fue de aproximadamente 106 MWh. Además, la instalación de inversores en las instalaciones de la cocina y los servicios del Palazzo Pagoda ha generado un ahorro de unos 19.720 kW.
- > En 2017, se instaló un sistema de recuperación de energía en los ascensores del Palazzo Volta Galilei, aprovechando la energía producida por el deslizamiento de las cabinas sobre los cables. Posteriormente se instaló en todos los edificios del Campus Mediolanum. Hasta la fecha, se han llevado a cabo pruebas funcionales que han dado excelentes resultados, pero hasta 2018 no tendremos información sobre el ahorro.

## RECOGIDA SELECTIVA Y ELIMINACIÓN DE RESIDUOS

Los tipos de residuos tratados de forma separada:

- > papel;
- > embalajes (papel, poliestireno, madera);
- > tóners y cartuchos para impresoras y fotocopiadoras;
- > ordenadores y equipos electrónicos;
- > pilas;
- > plástico y aluminio;
- > cristal;
- > metal;
- > tubos fluorescentes.

Hay puntos de recogida en cada planta para el papel y el tóner en las zonas destinadas a realizar las copias de documentos y en todos los comedores para el plástico y el aluminio. Todo ello para permitir la correcta recogida y posterior eliminación. Por lo que respecta al cristal y al metal, se han montado dos áreas externas de almacenamiento para todos los edificios.

Durante el año, también se gestionó la eliminación de los residuos de ordenadores, equipos electrónicos y móviles a través de una empresa especializada en el tratamiento y transporte de residuos.

## MOVILIDAD SOSTENIBLE

La sede de Basiglio está conectada a Milán (paradas de metro de Famagosta y San Donato) mediante un servicio de autobús. En 2017, este servicio lo han utilizado una media de 358 empleados al día de una población de 3.005 personas.

El coste del servicio de transporte lo paga la empresa casi en su totalidad y está relacionado con el servicio de transporte privado que conecta la sede de Basiglio con el municipio de Milán y el municipio de San Donato.

El uso del transporte público para llegar a la sede se incentiva mediante un acuerdo con la empresa de transportes ATM (Azienda di Trasporto Milanese) para la compra de abonos anuales de transporte urbano con descuento.

En 2017, ATM vendió a los empleados del Grupo Mediolanum 132 abonos de transporte urbanos.

En 2015, el interés por la movilidad sostenible nos llevó a instalar cinco estaciones de carga rápida para vehículos eléctricos con el fin de invertir en un proyecto con impacto ambiental cero y, en 2017, se integraron otras 5 estaciones de carga rápida.

La flota de vehículos del Grupo Mediolanum, para el año 2017, contó con la presencia de 122 vehículos frente a los 112 de 2016 y está compuesta por vehículos con motores con emisiones limitadas de CO<sub>2</sub>, diésel con FAP de última generación, combustibles alternativos y casi todos los vehículos cumplen las homologaciones Euro 5 y Euro 6.

También en el caso de Banco Mediolanum en España, los 15 vehículos que componen la flota de la compañía son conformes a los valores descritos en el párrafo anterior.

El Grupo Mediolanum sigue teniendo muy en cuenta el consumo y el medio ambiente. De hecho, la lista de coches en la nueva política de la compañía «Política y Procedimiento Operativo para la asignación, uso y gestión de la flota de vehículos de la empresa» de 2 de mayo de 2016, establece límites máximos tanto para las emisiones de CO<sub>2</sub> como para el kilometraje y la elección de vehículos de combustible alternativo, híbridos, eléctricos o de bajo impacto medioambiental es un título preferente en el proceso de renovación de la flota de vehículos de la compañía.

Además, en la segunda mitad de 2015, las tarjetas de combustible tradicionales fueron reemplazadas por una nueva tarjeta de combustible DKV que, en línea con la filosofía «green» de la empresa, contribuye activamente en la realización

de proyectos ecosostenibles regularmente certificados, de los que se informará a todos los usuarios a lo largo del año.

En particular, con la elección de la tarjeta DKV Climate Card, hemos llegado a un acuerdo con la empresa sin ánimo de lucro MyClimate con el fin de participar activamente en la reducción y la compensación del CO<sub>2</sub> emitido a la atmósfera, por el cual se publicarán los documentos que certifiquen la contribución a la reducción de CO<sub>2</sub> emitido. En 2017, la flota de la compañía evitó la emisión de 544,20 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

En España, Banco Mediolanum recurre a «Taxi Ecològic», una empresa que ofrece servicios de transporte garantizando la movilidad sostenible. Taxi Ecològic cuenta con la certificación ISO 14001 (Norma de Gestión Medioambiental) gracias a la cual todos los vehículos respetan las emisiones de CO<sub>2</sub> previstas por las normas CEE para el año 2020. Toda la flota se compone exclusivamente de vehículos 100% eléctricos e híbridos (que combinan motor eléctrico y de combustión). Banco Mediolanum utiliza los servicios de esta empresa para los desplazamientos de los empleados y colaboradores dentro del área metropolitana de Barcelona.

En Irlanda, las empresas de Mediolanum aplican el mismo enfoque medioambiental del Grupo y recurren a algunos servicios locales. De hecho, utilizan con éxito dos planes gubernamentales: Tax savers y Bike to Work. Con Bike to Work [En bici al trabajo], los empleados pueden comprar una bicicleta y todo el equipo correspondiente por un total de 1.000 €, en condiciones favorables; la cantidad pagada se deduce de sueldo durante un periodo de 1 a 12 meses. Tax saver aplica la misma lógica y permite comprar abonos periódicos que se deducen del salario durante un período de 1 a 12 meses.

## RIESGOS Y POLÍTICAS

El compromiso que Mediolanum demuestra en el campo de la sostenibilidad medioambiental siempre se ha plasmado en numerosas iniciativas, algunas de ellas de especial importancia, como el sistema de trigeneración y la movilidad sostenible.

# Anexos



# Índice de los anexos

## 136 1. PERFIL

### 136 1.2 Estructura del grupo

## 137 2. IDENTIDAD CORPORATIVA Y EMPRESA RESPONSABLE

### 137 2.3 Implicación de las partes interesadas

### 140 2.4 Gobierno, Gestión de Riesgos y Cumplimiento

## 148 3. LA SOSTENIBILIDAD EN BANCA MEDIOLANUM

### 150 3.1 Solidez y estabilidad financiera

### 151 3.2 Personalización, seguridad e innovación de las soluciones financieras

### 155 3.3 Multicanalidad y red de Family Bankers®

### 167 3.4 Los Empleados del Grupo Mediolanum

### 203 3.5 Responsabilidad hacia la colectividad y el medio ambiente

# 1. Perfil

## 1.2 Estructura del grupo

### Las sociedades del Grupo que ofrecen y diseñan los productos Mediolanum

#### Las entidades bancarias que ofrecen productos y servicios a la clientela son:

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

Banco Mediolanum S.A  
con sede operativa en Barcelona (España)  
con sede legal en Valencia (España)

Bankhaus August Lenz & Co. AG  
con sede en Munich (Alemania)

#### Las empresas donde se diseñan y se gestionan productos son:

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

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

Mediolanum Assicurazioni  
con sede en Basiglio (Milano Tre, Milán)

Mediolanum International Funds Ltd,  
Mediolanum Asset Management Ltd  
y Mediolanum International Life dac  
con sede en Dublín (Irlanda)

Gamax Management AG  
con sede en Luxemburgo

## 2. Identidad corporativa y empresa responsable

### 2.3 Implicación de las partes interesadas

#### GRUPOS DE INTERÉS: CLIENTES

##### Cientes del Grupo

	Mediolanum	Banco Mediolanum	Bankhaus August Lenz
	Italia	España	Alemania
<b>Número total de clientes a 31/12/2017</b>	1.215.575	117.054	6.289
<b>Número de clientes primeros titulares a 31/12/2017</b>	1.032.046	103.751	5.595
<b>Retención de clientes año 2017</b>	<b>95,0%</b>	<b>91,8%</b>	<b>93,9%</b>

	Mediolanum	Banco Mediolanum	Bankhaus August Lenz
	Italia	España	Alemania
<b>Número total de clientes a 31/12/2016</b>	1.179.978	109.783	6.149
<b>Número de clientes primeros titulares a 31/12/2016</b>	987.440	96.628	5.508
<b>Retención de clientes año 2016</b>	<b>95,2%</b>	<b>92,3%</b>	<b>92,6%</b>

## Estudios de mercado

### GRUPOS DE INTERÉS: FAMILY BANKERS®

#### Financial Advisor Monitor 2017

Elemento	Total mercado 2017	Total mercado 2016	Mediolanum 2017	Mediolanum 2016
Calidad y eficacia de la formación	3,35	3,39	3,57	3,56
Criterios de contratación y desarrollo profesional	3,13	3,10	3,20	3,21
Servicio Clientes	3,27	3,26	3,65	3,64
Satisfacción global del Family Banker®	3,37	3,41	3,45	3,47

Fuente: datos de mercado del Financial Advisor Monitor 2017 de GfK Eurisko, que entrevistó por teléfono (cati) a 2.417 asesores financieros de las siguientes empresas: Allianz Bank, Azimut, Banca Fideuram, Banca Generali, Banca Mediolanum, Sanpaolo Invest, Finanza & Futuro, Widiba, IWBank, Fineco, Credem, BNL Life Banker. En Banca Mediolanum entrevistaron a 300 Family Bankers®. El nivel de satisfacción se expresa en una escala de 4 pasos (4, «completamente satisfecho»; 3, «parcialmente satisfecho»; 2, «parcialmente insatisfecho»; 1, «completamente insatisfecho»).

El 98% de los Family Bankers® está satisfecho (sumados a los que declararon estar «totalmente satisfechos» + «parcialmente satisfechos»).

#### Encuesta periódica sobre la experiencia del uso del número del Centro de Soporte de Ventas

**Frecuencia de la encuesta**      semestral

**Número de entrevistados**      600 casos

**Tipo de entrevistas**      (cawi) online desde diciembre de 2015. Antes era telefónica, realizada directamente por la función banking

**Tipo de encuesta**      encuesta realizada «en casa»

## Encuesta sobre la experiencia/satisfacción de los eventos de empresa (convenciones, viajes, incentivos, eventos allstars, etc.)

<b>Frecuencia de la encuesta</b>	en relación con el evento (por ej., encuesta anual de satisfacción de la convención anual)
<b>Número de Family Bankers® entrevistados</b>	muestras representativas de los Family Bankers® participantes en el evento
<b>Tipo de entrevistas</b>	(cawi) online
<b>Tipo de encuesta</b>	encuesta realizada «en casa»

Encuestas puntuales sobre temas específicos (pruebas previas al lanzamiento de nuevas herramientas, procesos, instrumentos, encuestas para medir la sensibilidad a nuevas ofertas o servicios, etc.).

## GRUPOS DE INTERÉS: COLECTIVIDAD

### Encuestas sobre la eficacia de la publicidad en televisión

<b>Frecuencia de la encuesta</b>	al cambiar el mensaje (contenido/formato). En 2017 se realizaron 3 encuestas
<b>Número de entrevistados</b>	700 Prospects encuestados
<b>Tipo de entrevistas</b>	(cawi) online
<b>Tipo de encuesta</b>	estudio «propietario» realizado con un instituto de investigación externo

## 2.4 Gobierno, Gestión de Riesgos y Cumplimiento

### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA MEDIOLANUM

Nombre	Cargo	Ejecutivo	No ejecutivo	Independiente	Hombre	Mujer	Año de nacimiento
Doris Ennio	Presidente		x		x		1940
Lombardi Edoardo	Vicepresidente		x		x		1936
Pirovano Giovanni	Vicepresidente		x		x		1951
Doris Massimo Antonio	Consejero Delegado	x			x		1967
Doris Annalisa Sara	Consejero		x			x	1970
Berlusconi Luigi	Consejero		x		x		1988
Bianchi Bruno	Consejero		x	x	x		1938
Del Fabbro Luigi	Consejero		x		x		1949
Gualtieri Paolo	Consejero		x	x	x		1961
Renoldi Angelo	Consejero		x	x	x		1949
Tusquets Trias de Bes Carlos Javier	Consejero		x		x		1951

## COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN (ITALIA)

Número de miembros del CDA a los que se comunicaron las políticas y los procedimientos de lucha contra la corrupción

Miembros del CDA	Total 2017	Total 2016
Miembros del CDA en total	11	-
Miembros del CDA en total que recibieron la comunicación sobre políticas y procedimientos relacionados con la lucha contra la corrupción	11	-
% de participación	100%	

## COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN (ESPAÑA)

Número de miembros del CDA a los que se comunicaron las políticas y los procedimientos de lucha contra la corrupción

Miembros del CDA	Total 2017	Total 2016
Miembros del CDA en total	7	5
Miembros del CDA en total que recibieron la comunicación sobre políticas y procedimientos relacionados con la lucha contra la corrupción	6	5
% de participación	86%	100%

## Número de EMPLEADOS a los que se comunicaron las políticas y los procedimientos de lucha contra la corrupción

N° de personas	Total 2017	Total 2016
Senior Managers	5	5
Managers	39	56
Resto de empleados	206	175
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>236</b>

## Número de colaboradores de la RED DE VENTAS a los que se comunicaron las políticas y los procedimientos de lucha contra la corrupción

N° de personas	Total 2017	Total 2016
Managers	226	212
Asesores	705	656
<b>TOTAL</b>	<b>931</b>	<b>868</b>

## Número de EMPLEADOS que han recibido formación en políticas y procedimientos anticorrupción

N° de personas	Hombres	Mujeres	TOTAL
<b>Senior Managers</b>	5	-	5
<b>Managers</b>	29	10	39
<b>Resto de empleados</b>	122	77	199
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>87</b>	<b>243</b>

## Número de colaboradores de la RED DE VENTAS que han recibido formación en políticas y procedimientos anticorrupción

N° de personas	Hombres	Mujeres	TOTAL
<b>Managers</b>	-	-	-
<b>Asesores</b>	81	34	115
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>34</b>	<b>115</b>

## COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN (ALEMANIA)

Número de miembros del CDA a los que se comunicaron las políticas y los procedimientos de lucha contra la corrupción

Miembros del CDA	Total 2017	Total 2016
Miembros del CDA en total	3	3
Miembros del CDA en total que recibieron la comunicación sobre políticas y procedimientos relacionados con la lucha contra la corrupción	3	3
% de participación	100%	100%

## COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN (IRLANDA)

Número de miembros del CDA a los que se comunicaron las políticas y los procedimientos de lucha contra la corrupción

Miembros del CDA	Total 2017	Total 2016
Miembros del CDA en total	13	16
Número de miembros del CDA a los que se comunicaron las políticas y los procedimientos de lucha contra la corrupción	13	16
% de participación	100%	100%

## Número de EMPLEADOS a los que se comunicaron las políticas y los procedimientos de lucha contra la corrupción

N° de personas	Total 2017	Total 2016
Senior Managers	9	8
Managers	20	18
Resto de empleados	62	63
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>89</b>

## PROVEEDORES

### Distribución por categorías de productos

Categorías de productos (%)	Facturación		Variac. %
	2017	2016	
EDP y Bases de datos	41,33	38,93	6,16
Gastos generales	20,76	20,86	(0,48)
Publicidad y Marketing	13,80	18,06	(23,59)
Asesoramiento profesional	9,94	9,28	7,11
Otros	2,87	2,49	15,26
Gestión de inmuebles	4,17	3,39	23,01
Servicio	1,72	2,62	(34,35)
Envíos y transportes	4,34	3,29	31,91
Seguros	1,07	1,08	(0,93)
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

### Distribución por nivel de facturación

Facturación anual total (euros)	% de concentración		Distribución del gasto total	Total facturación		Nº Proveedores	N. Proveedores %		
	% proveedores	% facturación		Italia	Extranjero		Italia	Extranjero	Italia
0 - 10.000	61,04%	1,46%	4.177.839,85	3.987.738,34	190.101,51	1.538	62	61,54%	52,42%
10.001 - 100.000	27,80%	9,49%	27.082.360,87	26.113.403,55	968.957,32	742	37	27,61%	31,04%
> 100.001	11,16%	89,05%	254.186.089,96	242.733.978,06	11.452.111,90	307	21	10,85%	16,54%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>285.446.290,68</b>	<b>272.835.119,95</b>	<b>12.611.170,73</b>	<b>2.587</b>	<b>120</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

## Distribución por región (Italia)

Región (nº proveedores)	2017	2016	Variac. %
Lombardía	1.311	984	33,23
Lacio	313	231	35,50
Emilia-Romaña	164	145	13,10
Véneto	214	184	16,30
Sicilia	124	115	7,83
Piamonte	117	113	3,54
Extranjero	120	104	15,38
Toscana	81	83	(2,41)
Campania	29	44	(34,09)
Las Marcas	27	39	(30,77)
Cerdeña	24	30	(20,00)
Apulia	25	28	(10,71)
Umbría	25	27	(7,41)
Calabria	42	47	(10,64)
Friuli Venecia - Julia	19	18	5,56
Liguria	22	23	(4,35)
Trentino Alto Adige	24	33	(27,27)
Abruzzo	14	21	(33,33)
Molise	6	4	50,00
Valle D'Aosta	5	4	25,00
Basilicata	1	3	(66,67)
<b>TOTAL</b>	<b>2.707</b>	<b>2.280</b>	<b>18,73</b>

# 3. La Sostenibilidad en Banca Mediolanum

## Matriz de Materialidad

Definición tema material	Ámbito	Principal parte interesada	Perímetro para temas materiales tratados	
			Interno	Externo
<b>Solidez financiera</b>	Responsabilidad económica	Todos	Grupo	Clientes Accionistas y comunidad financiera Instituciones y organismos reguladores
<b>Identidad corporativa y empresa responsable</b>	Gobierno corporativo y Cumplimiento	Todos	Grupo	Clientes Accionistas y comunidad financiera
<b>Centralidad del Cliente</b>	Personalización, seguridad e innovación de las soluciones financieras	Clientes	Grupo	Clientes
<b>Innovación de negocio</b>	Responsabilidad con los Clientes	Todos	Grupo	Clientes
<b>Protección del Cliente</b>	Responsabilidad con los Clientes	Clientes	Grupo	Clientes
<b>Desempeño económico-financiero</b>	Responsabilidad económica	Todos	Grupo	Clientes Accionistas y comunidad financiera Instituciones y organismos reguladores
<b>Desarrollo del capital humano</b>	Responsabilidad con los recursos humanos	Empleados Family Bankers®	Grupo	
<b>Cumplimiento y diálogo con los organismos reguladores</b>	Gobierno corporativo y Cumplimiento	Todos	Grupo	Clientes Accionistas y comunidad financiera Instituciones y organismos reguladores
<b>Marketing y comunicación transparente</b>	Responsabilidad con los Clientes	Clientes	Grupo	Clientes
<b>Gestión de riesgos</b>	Gobierno corporativo y Cumplimiento	Todos	Grupo	Clientes Accionistas y comunidad financiera Empleados Family Bankers®

<b>Gobierno Corporativo</b>	Gobierno corporativo y Cumplimiento	Todos	Grupo	Clientes Accionistas y comunidad financiera Empleados Family Bankers®
<b>Protección del Capital Humano</b>	Responsabilidad con los recursos humanos	Empleados Family Bankers®	Grupo	
<b>Apoyo a las comunidades</b>	Responsabilidad con los recursos humanos	Colectividad	Grupo	Colectividad
<b>Políticas de abastecimiento y evaluación de los proveedores</b>	Responsabilidad Social	Proveedores	Grupo	Proveedores
<b>Finanzas responsables e inversiones SRI</b>	Responsabilidad económica	Clientes	Grupo	Clientes Accionistas y comunidad financiera Instituciones y organismos reguladores
<b>Compra y consumo de productos sostenibles</b>	Responsabilidad medioambiental	Proveedores	Grupo	Proveedores
<b>Inclusión financiera</b>	Responsabilidad Social	Colectividad	Grupo	Clientes Colectividad
<b>Transporte y logística</b>	Responsabilidad medioambiental	Empleados	Grupo	Proveedores
<b>Energía y cambio climático</b>	Responsabilidad medioambiental	Todos	Grupo	Clientes Colectividad

## 3.1 Solidez y estabilidad financiera

### DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AÑADIDO GLOBAL BRUTO

Distribución del valor añadido global bruto	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016
<b>Accionistas</b>	293.586	294.271
<b>Personal</b>	202.052	195.442
<b>Redes de Ventas</b>	535.265	480.287
<b>Estado, entidades e instituciones</b>	135.449	122.697
<b>Colectividad</b>	6.609	11.460
<b>Sistema empresa</b>	168.360	171.829
<b>TOTAL VALOR AÑADIDO GLOBAL BRUTO</b>	<b>1.341.320</b>	<b>1.275.985</b>

## 3.2 Personalización, seguridad e innovación de las soluciones financieras

### VOLUMEN DE LAS RECLAMACIONES

El análisis de las reclamaciones recibidas a 31 de diciembre de 2017, como se muestra a continuación, tiene en cuenta todas las recibidas por escrito, por fax, carta, correo electrónico, correo electrónico certificado (PEC), telegrama o cualquier otra forma permitida por parte de Clientes o Clientes potenciales del Grupo, relativas a los servicios bancarios y de inversión y del corretaje de seguros que presta el mismo. El canal más utilizado por los clientes italianos para la transmisión de las reclamaciones fue el correo electrónico, utilizado en el 76% de los casos.

Se recibieron un total de 4.336 reclamaciones, cifra prácticamente igual que en 2016 (-1,4%): De ellos, 4.202 eran «negociables» y 134 «no negociables», por carecer de los elementos esenciales para su adecuada gestión.

A título de ejemplo, se consideran «no negociables» aquellas reclamaciones que no permiten identificar el sujeto reclamante o el producto objeto de la reclamación.

Para terminar, también cabe notar que las reclamaciones «reabiertas» (para las que los clientes no consideraron satisfactoria la respuesta en primera instancia) ascendieron a 563 en 2017, de las cuales 557 fueron «negociables» y 6 «no negociables».

Del total de las 4.336 reclamaciones recibidas, unas 4.010 (aprox. el 92%) estaban dirigidas a Banca Mediolanum S.p.A, Banco Mediolanum S.A. y Bankhaus August Lenz & Co AG., que, mediante sus propias Redes de Ventas, colocan los productos del Grupo.

	Nº de gestiones		Reaperturas	
	Negociables	No negociables	Negociables	No negociables
Banca Mediolanum S.p.A.	3.448	72	485	3
Banco Mediolanum S.A.	300	43	7	3
Bankhaus August Lenz & Co. AG	147	0	0	0
Gamax Management AG	0	0	0	0
Mediolanum Asset Management Ltd	0	0	0	0
Mediolanum Assicurazioni S.p.A.	32	4	3	0
Mediolanum Fiduciaria S.p.A.	0	0	0	0
Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A.	13	1	5	0
Mediolanum International Funds Ltd	0	0	0	0
Mediolanum International Life Ltd	16	1	4	0
Mediolanum Vita S.p.A.	246	13	53	0
<b>TOTAL</b>	<b>4.202</b>	<b>134</b>	<b>557</b>	<b>6</b>
<b>TOTAL GLOBAL</b>	<b>4.336</b>		<b>563</b>	

En cuanto a las empresas Mediolanum Comunicazione S.p.A. y Fermi & Galeno Real Estate S.r.l., el fenómeno de las reclamaciones no se incluye puesto que no tienen clientes minoristas.

## COMPOSICIÓN DE LAS RECLAMACIONES

La gestión de una reclamación «negociable» puede terminar de dos maneras: la reclamación no es aceptada, ya que se considera «infundada»; se acepta la reclamación, o se reconocen los trastornos ocasionados al cliente, aceptando sus peticiones; la reclamación a se resuelve amigablemente mediante una transacción extrajudicial.

Analizando los resultados de la instrucción, respecto a 4.202 reclamaciones «negociables» recibidas, 3.860 se resolvieron antes del 31/12/2017, de las que 721 se consideraron fundadas (casi el 19%).

	2017	2016	Variac. %
<b>Reclamaciones negociables recibidas</b>	4.202	4.314	(3)
<b>Reclamaciones resueltas</b>	3.860	3.968	(3)
aceptadas	721	748	(4)
no fundadas	3.139	3.220	(3)
<b>Reclamaciones pendientes de instrucción a final de periodo no vencidas</b>	308	333	(8)
<b>Reclamaciones pendientes de instrucción a final de periodo vencidas</b>	34	13	162

Por lo que se refiere a las reclamaciones vencidas que aún están pendientes de instrucción, cabe señalar que, en la mayoría de ellas, se envió al cliente una respuesta provisional o se recibió una respuesta en los primeros días de 2018.

En Italia, la gestión de los conflictos con los clientes también se lleva a cabo a través de un proceso de mediación, la negociación asistida o mediante la apelación a órganos de resolución extrajudicial de litigios.

En 2017, a pesar del modesto volumen, el número de recursos al Árbitro Financiero Bancario y a la mediación disminuyó ligeramente, mientras que el número de acuerdos de negociación asistida aumentó ligeramente; a partir del 4 de enero de 2017, está activo el servicio del Arbitro per le Controversie Finanziarie (ACF) de la Consob, Órgano de Resolución Extrajudicial de Litigios entre Intermediarios y Clientes en materia de Servicios de Inversión que sustituyó al Ombudsman-Jurado Bancario y a la Cámara de Conciliación y Arbitraje de la Consob.

## Recursos

Tipo de recursos	2017	2016
Árbitro Financiero Bancario	19	21
Ombudsman	n.a.	6
Árbitro de Controversias Financieras	12	n.a.
Mediación	61	100
Acuerdo de negociación asistida	18	15
<b>TOTAL DE RECURSOS DE APELACIÓN</b>	<b>110</b>	<b>142</b>

\* Los cambios con respecto a 2016 (cifras publicadas en el Informe de Sostenibilidad 2016) se deben a que el número y tipo de recursos, mediaciones y negociaciones se consolidaron a finales de 2016, pero en 2017 se emitieron decisiones que los modificaron.

## 3.3 Multicanalidad y red de Family Bankers®

### COMPOSICIÓN DE LA RED DE FAMILY BANKERS®

#### Distribución de los colaboradores por edad

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	< 30	30-50	> 50
Managers	5	486	440
Asesores	133	2.627	1.543
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>3.113</b>	<b>1.983</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	< 30	30-50	> 50
Managers	8	550	453
Asesores	126	2.794	1.318
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>3.344</b>	<b>1.771</b>

## Rotación de la red de Family Bankers® desglosados por género y edad G4-LA1 (Grupo) Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	4.158	39	107	38	184	4,43
Mujeres	1.076	17	44	11	72	6,69
<b>TOTAL</b>	<b>5.234</b>	<b>56</b>	<b>151</b>	<b>49</b>	<b>256</b>	<b>4,89</b>

## Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	4.158	24	109	71	204	4,91
Mujeres	1.076	4	50	13	67	6,23
<b>TOTAL</b>	<b>5.234</b>	<b>28</b>	<b>159</b>	<b>84</b>	<b>271</b>	<b>5,18</b>

## Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	4.177	50	185	34	269	6,44
Mujeres	1.072	20	65	12	97	9,05
<b>TOTAL</b>	<b>5.249</b>	<b>70</b>	<b>250</b>	<b>46</b>	<b>366</b>	<b>6,97</b>

\* Cualquier diferencia en los porcentajes del volumen de negocios indicados en otros documentos se justifica por el hecho de que en este estado no financiero la cifra se calcula sobre el importe final y no sobre el importe medio.

## Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	4.177	21	155	85	261	6,25
Mujeres	1.072	8	56	16	80	7,46
<b>TOTAL</b>	<b>5.249</b>	<b>29</b>	<b>211</b>	<b>101</b>	<b>341</b>	<b>6,50</b>

## Composición de la red de Family Bankers® por género y edad G4-LA12 (Italia)

### Distribución de los colaboradores por género

A 31 de diciembre de 2017		
Nº personas	Hombres	Mujeres
Managers	655	38
Asesores	2.806	755
<b>TOTAL</b>	<b>3.461</b>	<b>793</b>

A 31 de diciembre de 2016		
Nº personas	Hombres	Mujeres
Managers	740	45
Asesores	2.775	766
<b>TOTAL</b>	<b>3.515</b>	<b>811</b>

\* Cualquier diferencia en los porcentajes del volumen de negocios indicados en otros documentos se justifica por el hecho de que en este estado no financiero la cifra se calcula sobre el importe final y no sobre el importe medio.

## Distribución de los colaboradores por edad

### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	< 30	30-50	> 50
Managers	0	284	409
Asesores	64	2.076	1.421
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>2.360</b>	<b>1.830</b>

### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	< 30	30-50	> 50
Managers	0	357	428
Asesores	61	2.265	1.215
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>2.622</b>	<b>1.643</b>

\* Cualquier diferencia en los porcentajes del volumen de negocios indicados en otros documentos se justifica por el hecho de que en este estado no financiero la cifra se calcula sobre el importe final y no sobre el importe medio.

## Rotación de la Red de Family Bankers® por género y edad G4-LA1 (Italia) Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	3.461	12	42	26	80	2,31
Mujeres	793	6	13	7	26	3,28
<b>TOTAL</b>	<b>4.254</b>	<b>18</b>	<b>55</b>	<b>33</b>	<b>106</b>	<b>2,49</b>

## Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	3.461	3	68	63	134	3,87
Mujeres	793	1	31	12	44	5,55
<b>TOTAL</b>	<b>4.254</b>	<b>4</b>	<b>99</b>	<b>75</b>	<b>178</b>	<b>4,18</b>

## Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	3.515	20	78	26	124	3,53
Mujeres	811	7	25	6	38	4,69
<b>TOTAL</b>	<b>4.326</b>	<b>27</b>	<b>103</b>	<b>32</b>	<b>162</b>	<b>3,74</b>

## Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	3.515	6	102	73	181	5,15
Mujeres	811	2	29	11	42	5,18
<b>TOTAL</b>	<b>4.326</b>	<b>8</b>	<b>131</b>	<b>84</b>	<b>223</b>	<b>5,15</b>

## Composición de la red de Family Bankers® por género y edad (España)

### Distribución de los colaboradores por género

#### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres
<b>Managers</b>	174	52
<b>Asesores</b>	481	224
<b>TOTAL</b>	<b>655</b>	<b>276</b>

#### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres
<b>Managers</b>	163	49
<b>Asesores</b>	454	202
<b>TOTAL</b>	<b>617</b>	<b>251</b>

### Distribución de los colaboradores por edad

#### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	< 30	30-50	> 50
<b>Managers</b>	5	195	26
<b>Asesores</b>	68	531	106
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>726</b>	<b>132</b>

#### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	< 30	30-50	> 50
<b>Managers</b>	8	184	20
<b>Asesores</b>	62	505	89
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>689</b>	<b>109</b>

\* Cualquier diferencia en los porcentajes del volumen de negocios indicados en otros documentos se justifica por el hecho de que en este estado no financiero la cifra se calcula sobre el importe final y no sobre el importe medio.

## Rotación de la red de Family Bankers® por género y edad (España)

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	655	26	61	8	95	14,50
<b>Mujeres</b>	276	11	30	4	45	16,30
<b>TOTAL</b>	<b>931</b>	<b>37</b>	<b>91</b>	<b>12</b>	<b>140</b>	<b>15,04</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	655	20	32	6	58	8,85
<b>Mujeres</b>	276	1	17	1	19	6,88
<b>TOTAL</b>	<b>931</b>	<b>21</b>	<b>49</b>	<b>7</b>	<b>77</b>	<b>8,27</b>

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	617	27	92	6	125	20,26
<b>Mujeres</b>	251	10	39	4	53	21,12
<b>TOTAL</b>	<b>868</b>	<b>37</b>	<b>131</b>	<b>10</b>	<b>178</b>	<b>20,51</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	617	12	45	8	65	10,53
<b>Mujeres</b>	251	5	26	3	34	13,55
<b>TOTAL</b>	<b>868</b>	<b>17</b>	<b>71</b>	<b>11</b>	<b>99</b>	<b>11,41</b>

## Composición de la red de Family Bankers® por género y edad (Alemania)

### Distribución de los colaboradores por género

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres
<b>Managers</b>	10	2
<b>Asesores</b>	32	5
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>7</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres
<b>Managers</b>	12	2
<b>Asesores</b>	33	8
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>10</b>

### Distribución de los colaboradores por edad

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	< 30	30-50	> 50
<b>Managers</b>	0	7	5
<b>Asesores</b>	1	20	16
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>27</b>	<b>21</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	< 30	30-50	> 50
<b>Managers</b>	0	9	5
<b>Asesores</b>	3	24	14
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>33</b>	<b>19</b>

\* Cualquier diferencia en los porcentajes del volumen de negocios indicados en otros documentos se justifica por el hecho de que en este estado no financiero la cifra se calcula sobre el importe final y no sobre el importe medio.

## Rotación de la red de Family Bankers® por género y edad (Alemania)

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2017						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	42	1	4	4	9	21,43
Mujeres	7	-	1	-	1	14,29
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>20,41</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2017						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	42	1	9	2	12	28,57
Mujeres	7	2	2	-	4	57,14
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>32,65</b>

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	45	3	15	2	20	44,44
Mujeres	10	3	1	2	6	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b>47,27</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	45	3	8	4	15	33,33
Mujeres	10	1	1	2	4	40,00
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>34,55</b>

## FORMACIÓN - RED DE FAMILY BANKERS®

### Horas de formación totales y per cápita desglosadas por categoría profesional y tipo de formación (Grupo) Unidades y horas de formación

	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Total personal de la Red de Ventas 2017	Horas impartidas	Horas per cápita	Total personal de la Red de Ventas 2016	Horas impartidas	Horas per cápita
Managers	931	125.714	135	1.011	116.905	116
Asesores	4.303	485.950	113	4.238	452.349	107
<b>TOTAL</b>	<b>5.234</b>	<b>611.664</b>	<b>117</b>	<b>5.249</b>	<b>569.254</b>	<b>108</b>

### Tipo de formación impartida

Tipo de formación	Participación 2017	Horas totales 2017	Participación 2016	Horas totales 2016
Actualización Técnica Profesional y productos	96.574	393.362	75.064	282.141
Formación en materia de gestión y comportamiento	6.540	48.699	3.534	33.324
Cumplimiento de las obligaciones normativas	64.780	169.603	70.592	253.789
<b>TOTAL</b>	<b>167.894</b>	<b>611.664</b>	<b>149.190</b>	<b>569.254</b>

## Horas de formación totales y per cápita desglosadas por categoría profesional y tipo de formación (Italia)

Unidades y horas de formación

	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Total personal de la Red de Ventas 2017	Horas impartidas	Horas per cápita	Total personal de la Red de Ventas 2016	Horas impartidas	Horas per cápita
Managers	693	108.624	157	785	112.188	143
Asesores	3.561	390.791	110	3.541	449.835	127
<b>TOTAL</b>	<b>4.254</b>	<b>499.415</b>	<b>117</b>	<b>4.326</b>	<b>562.023</b>	<b>130</b>

## Tipo de formación impartida

Tipo de formación	Participación 2017	Horas totales 2017	Participación 2016	Horas totales 2016
Actualización Técnica Profesional y productos	90.522	285.146	74.036	275.902
Formación en materia de gestión y comportamiento	6.336	45.936	3.402	32.980
Cumplimiento de las obligaciones normativas	63.901	168.332	69.510	253.141
<b>TOTAL</b>	<b>160.759</b>	<b>499.415</b>	<b>146.948</b>	<b>562.023</b>

## Horas de formación totales y per cápita desglosadas por categoría profesional y tipo de formación (España)

Unidades y horas de formación

	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Total personal de la Red de Ventas 2017	Horas impartidas	Horas per cápita	Total personal de la Red de Ventas 2016	Horas impartidas	Horas per cápita
<b>Managers</b>	226	15.641	69	212	4.157	20
<b>Asesores</b>	705	92.690	131	656	1.290	2
<b>TOTAL</b>	<b>931</b>	<b>108.330</b>	<b>116</b>	<b>868</b>	<b>5.447</b>	<b>6</b>

## Tipo de formación impartida

Tipo de formación	Participación 2017	Horas totales 2017	Participación 2016	Horas totales 2016
Actualización Técnica Profesional y productos	5.954	105.192	918	4.871
Formación en materia de gestión y comportamiento	155	1.963	77	24
Cumplimiento de las obligaciones normativas	830	1.175	1.027	552
<b>TOTAL</b>	<b>6.939</b>	<b>108.330</b>	<b>2.022</b>	<b>5.447</b>

## Horas de formación totales y per cápita desglosadas por categoría profesional y tipo de formación (Alemania) Unidades y horas de formación

	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Total personal de la Red de Ventas 2017	Horas impartidas	Horas per cápita	Total personal de la Red de Ventas 2016	Horas impartidas	Horas per cápita
Managers	12	1.450	121	14	560	40
Asesores	37	2.470	67	41	1.224	30
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>3.920</b>	<b>80</b>	<b>55</b>	<b>1.784</b>	<b>32</b>

## Tipo de formación impartida

Tipo de formación	Participación 2017	Horas totales 2017	Participación 2016	Horas totales 2016
Actualización Técnica Profesional y productos	98	3.024	110	1.368
Formación en materia de gestión y comportamiento	49	800	55	320
Cumplimiento de las obligaciones normativas	49	96	55	96
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>3.920</b>	<b>220</b>	<b>1.784</b>

## 3.4 Los Empleados del Grupo Mediolanum<sup>1</sup>

### Distribución de los empleados por cualificación y género G4-LA12 (Grupo)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	98	14	112
Managers	277	154	431
Resto de empleados	941	1.127	2.068
<b>TOTAL</b>	<b>1.316</b>	<b>1.295</b>	<b>2.611</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	90	15	105
Managers	280	147	427
Resto de empleados	917	1.136	2.053
<b>TOTAL</b>	<b>1.287</b>	<b>1.298</b>	<b>2.585</b>

### Distribución de los empleados por cualificación y género G4-LA12 (Italia)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	80	14	94
Managers	220	132	352
Resto de empleados	748	975	1.723
<b>TOTAL</b>	<b>1.048</b>	<b>1.121</b>	<b>2.169</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	76	15	91
Managers	213	122	335
Resto de empleados	753	989	1.742
<b>TOTAL</b>	<b>1.042</b>	<b>1.126</b>	<b>2.168</b>

<sup>1</sup> En el perímetro de consolidación del Grupo se incluyen los dos empleados de Lux Gamax Management siguientes.

## Distribución de los empleados por cualificación y género G4-LA12 (España)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	5	-	5
Managers	29	10	39
Resto de empleados	114	92	206
<b>TOTAL</b>	<b>148</b>	<b>102</b>	<b>250</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	5	-	5
Managers	39	18	57
Resto de empleados	94	83	177
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>101</b>	<b>239</b>

## Distribución de los empleados por cualificación y género G4-LA12 (Alemania)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	3	0	3
Managers	18	2	20
Resto de empleados	40	36	76
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>38</b>	<b>99</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	-	-	-
Managers	16	1	17
Resto de empleados	35	35	70
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>36</b>	<b>87</b>

\* En 2017, se incluyeron en el cálculo de los empleados 3 administradores y 3 estudiantes, que no aparecían en 2016.

## Distribución de los empleados por cualificación y género G4-LA12 (Irlanda)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	9	-	9
Managers	10	10	20
Resto de empleados	39	23	62
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>33</b>	<b>91</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	8	-	8
Managers	12	6	18
Resto de empleados	35	28	63
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>34</b>	<b>89</b>

## Distribución de los empleados por cualificación y edad G4-LA12 (Grupo)

A 31 de diciembre de 2017				
Nº personas	< 30	30-50	> 50	Total
Senior Managers	-	53	59	112
Managers	-	325	106	431
Resto de empleados	288	1.618	162	2.068
<b>TOTAL</b>	<b>288</b>	<b>1.996</b>	<b>327</b>	<b>2.611</b>

A 31 de diciembre de 2016				
Nº personas	< 30	30-50	> 50	Total
Senior Managers	-	50	55	105
Managers	-	320	107	427
Resto de empleados	336	1.595	122	2.053
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>	<b>1.965</b>	<b>284</b>	<b>2.585</b>

## Distribución de los empleados por cualificación y edad G4-LA12 (Italia)

A 31 de diciembre de 2017				
Nº personas	< 30	30-50	> 50	Total
Senior Managers	-	44	50	94
Managers	-	272	80	352
Resto de empleados	208	1.391	124	1.723
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>	<b>1.707</b>	<b>254</b>	<b>2.169</b>

A 31 de diciembre de 2016				
Nº personas	< 30	30-50	> 50	Total
Senior Managers	-	42	49	91
Managers	-	259	76	335
Resto de empleados	258	1.381	103	1.742
<b>TOTAL</b>	<b>258</b>	<b>1.682</b>	<b>228</b>	<b>2.168</b>

## Distribución de los empleados por cualificación y edad G4-LA12 (España)

A 31 de diciembre de 2017				
Nº personas	< 30	30-50	> 50	Total
Senior Managers	-	1	4	5
Managers	-	25	14	39
Resto de empleados	45	135	26	206
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>161</b>	<b>44</b>	<b>250</b>

A 31 de diciembre de 2016				
Nº personas	< 30	30-50	> 50	Total
Senior Managers	-	2	3	5
Managers	-	33	24	57
Resto de empleados	41	124	12	177
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>159</b>	<b>39</b>	<b>239</b>

## Distribución de los empleados por cualificación y edad G4-LA12 (Alemania)

A 31 de diciembre de 2017				
Nº personas	< 30	30-50	>50	Total
Senior Managers	-	-	3	3
Managers	-	11	9	20
Resto de empleados	14	50	12	76
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>61</b>	<b>24</b>	<b>99</b>

A 31 de diciembre de 2016				
Nº personas	< 30	30-50	>50	Total
Senior Managers				
Managers	-	11	6	17
Resto de empleados	15	48	7	70
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>59</b>	<b>13</b>	<b>87</b>

\* En 2017, se incluyeron en el cálculo de los empleados 3 administradores y 3 estudiantes, no incluidos en 2016.

## Distribución de los empleados por cualificación y edad G4-LA12 (Irlanda)

A 31 de diciembre de 2017				
Nº personas	< 30	30-50	>50	Total
Senior Managers	-	8	1	9
Managers	-	17	3	20
Resto de empleados	21	41	-	62
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>66</b>	<b>4</b>	<b>91</b>

A 31 de diciembre de 2016				
Nº personas	< 30	30-50	>50	Total
Senior Managers	-	6	2	8
Managers	-	17	1	18
Resto de empleados	22	41	-	63
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>64</b>	<b>3</b>	<b>89</b>

## Categorías protegidas G4-LA12 (Grupo)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	-	-	-
Managers	4	3	7
Resto de empleados	27	30	57
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>64</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	-	-	-
Managers	3	3	6
Resto de empleados	26	22	48
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>54</b>

## Categorías protegidas G4-LA12 (Italia)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	-	-	-
Managers	4	3	7
Resto de empleados	26	24	50
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>57</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	-	-	-
Managers	3	3	6
Resto de empleados	26	22	48
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>54</b>

## Categorías protegidas G4-LA12 (Alemania)

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Senior Managers	-	-	-
Managers	-	-	-
Resto de empleados	1	6	7
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

## Distribución por tipo de contrato y profesión G4-10 (Grupo)

Distribución del personal por tipo de contrato (Indefinido vs. temporal)

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Contrato temporal	35	32	67
Contrato por tiempo indefinido	1.281	1.263	2.544
<b>TOTAL</b>	<b>1.316</b>	<b>1.295</b>	<b>2.611</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Contrato temporal	25	32	57
Contrato por tiempo indefinido	1.262	1.266	2.528
<b>TOTAL</b>	<b>1.287</b>	<b>1.298</b>	<b>2.585</b>

## Distribución del personal por tipo profesional (tiempo completo vs. tiempo parcial)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	1.275	1.184	2.459
Tiempo parcial	6	79	85
<b>TOTAL</b>	<b>1.281</b>	<b>1.263</b>	<b>2.544</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	1.261	1.203	2.464
Tiempo parcial	1	63	64
<b>TOTAL</b>	<b>1.262</b>	<b>1.266</b>	<b>2.528</b>

## Distribución por tipo de contrato y profesión G4-10 (Italia) Distribución del personal por tipo de contrato (Indefinido vs. temporal)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Contrato temporal	14	17	31
Contrato por tiempo indefinido	1.034	1.104	2.138
<b>TOTAL</b>	<b>1.048</b>	<b>1.121</b>	<b>2.169</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Contrato temporal	9	15	24
Contrato por tiempo indefinido	1.033	1.111	2.144
<b>TOTAL</b>	<b>1.042</b>	<b>1.126</b>	<b>2.168</b>

## Distribución del personal por tipo profesional (tiempo completo vs. tiempo parcial)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	1.033	1.052	2.085
Tiempo parcial	1	52	53
<b>TOTAL</b>	<b>1.034</b>	<b>1.104</b>	<b>2.138</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	1.033	1.072	2.105
Tiempo parcial	-	39	39
<b>TOTAL</b>	<b>1.033</b>	<b>1.111</b>	<b>2.144</b>

## Número total de empleados

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Empleados	1.048	1.121	2.169
Otros colaboradores	18	33	51
<b>TOTAL</b>	<b>1.066</b>	<b>1.154</b>	<b>2.220</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Empleados	1.042	1.126	2.168
Otros colaboradores	29	42	71
<b>TOTAL</b>	<b>1.071</b>	<b>1.168</b>	<b>2.239</b>

## Distribución por tipo de contrato y profesión G4-10 (España)

### Distribución del personal por tipo de contrato (Indefinido vs. temporal)

#### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Contrato temporal	10	10	20
Contrato por tiempo indefinido	138	92	230
<b>TOTAL</b>	<b>148</b>	<b>102</b>	<b>250</b>

#### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Contrato temporal	6	10	16
Contrato por tiempo indefinido	132	91	223
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>101</b>	<b>239</b>

## Distribución del personal por tipo profesional (tiempo completo vs. tiempo parcial)

#### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	134	75	209
Tiempo parcial	4	17	21
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>92</b>	<b>230</b>

#### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	131	77	208
Tiempo parcial	1	14	15
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>91</b>	<b>223</b>

## Número total de empleados

### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
<b>Empleados</b>	148	102	250
<b>Otros colaboradores</b>	3	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>103</b>	<b>254</b>

### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
<b>Empleados</b>	138	101	239
<b>Otros colaboradores</b>	6	7	13
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>108</b>	<b>252</b>

## Distribución por tipo de contrato y profesión G4-10 (Alemania)

### Distribución del personal por tipo de contrato (Indefinido vs. temporal)

#### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
<b>Contrato temporal</b>	2	3	5
<b>Contrato por tiempo indefinido</b>	59	35	94
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>38</b>	<b>99</b>

#### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
<b>Contrato temporal</b>		1	1
<b>Contrato por tiempo indefinido</b>	51	35	86
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>36</b>	<b>87</b>

## Distribución del personal por tipo profesional (tiempo completo vs. tiempo parcial)

### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	59	25	84
Tiempo parcial	0	10	10
<b>TOTAL</b>	<b>59</b>	<b>35</b>	<b>94</b>

### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	51	26	77
Tiempo parcial	-	9	9
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>35</b>	<b>86</b>

## Número total de empleados

### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Empleados	61	38	99
Otros colaboradores	-	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Empleados	51	36	87
Otros colaboradores	2	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>37</b>	<b>90</b>

\* En 2017, se incluyeron en el cálculo de los empleados 3 administradores y 3 estudiantes, que no aparecían en 2016.

## Distribución por tipo de contrato y profesión G4-10 (Irlanda)

### Distribución del personal por tipo de contrato (Indefinido vs. temporal)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Contrato temporal	9	2	11
Contrato por tiempo indefinido	49	31	80
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>33</b>	<b>91</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Contrato temporal	10	6	16
Contrato por tiempo indefinido	45	28	73
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>34</b>	<b>89</b>

## Distribución del personal por tipo profesional (tiempo completo vs. tiempo parcial)

A 31 de diciembre de 2017			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	48	31	79
Tiempo parcial	1	-	1
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>31</b>	<b>80</b>

A 31 de diciembre de 2016			
Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo	45	27	72
Tiempo parcial	-	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>28</b>	<b>73</b>

## Número total de empleados

### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
<b>Empleados</b>	58	33	91
<b>Otros colaboradores</b>	4	-	4
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>33</b>	<b>95</b>

### A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	Mujeres	Total
<b>Empleados</b>	55	34	89
<b>Otros colaboradores</b>	10	-	10
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>34</b>	<b>99</b>

## Rotación de los empleados por género y edad G4-LA1 (Grupo) Alta de empleados

### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	1.316	32	35	8	75	5,70
<b>Mujeres</b>	1.295	21	21	3	45	3,47
<b>TOTAL</b>	<b>2.611</b>	<b>53</b>	<b>56</b>	<b>11</b>	<b>120</b>	<b>4,60</b>

## Baja de empleados

### A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	1.316	9	35	6	50	3,80
<b>Mujeres</b>	1.295	13	32	5	50	3,86
<b>TOTAL</b>	<b>2.611</b>	<b>22</b>	<b>67</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>3,83</b>

## Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	1.287	40	41	2	83	6,45
Mujeres	1.298	34	26	-	60	4,62
<b>TOTAL</b>	<b>2.585</b>	<b>74</b>	<b>67</b>	<b>2</b>	<b>143</b>	<b>5,53</b>

## Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	1.287	19	44	9	72	5,59
Mujeres	1.298	12	38	7	57	4,39
<b>TOTAL</b>	<b>2.585</b>	<b>31</b>	<b>82</b>	<b>16</b>	<b>129</b>	<b>4,99</b>

## Rotación de los empleados por género y edad G4-LA1 (Italia)

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2017						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	1.048	11	16	3	30	2,86
Mujeres	1.121	10	7	1	18	1,61
<b>TOTAL</b>	<b>2.169</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>48</b>	<b>2,21</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2017						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	1.048	3	15	5	23	2,19
Mujeres	1.121	4	16	4	24	2,14
<b>TOTAL</b>	<b>2.169</b>	<b>7</b>	<b>31</b>	<b>9</b>	<b>47</b>	<b>2,17</b>

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	1.042	18	14	-	32	3,07
Mujeres	1.126	17	5	-	22	1,95
<b>TOTAL</b>	<b>2.168</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>-</b>	<b>54</b>	<b>2,49</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	1.042	7	21	2	30	2,88
Mujeres	1.126	7	14	4	25	2,22
<b>TOTAL</b>	<b>2.168</b>	<b>14</b>	<b>35</b>	<b>6</b>	<b>55</b>	<b>2,54</b>

## Rotación de los empleados por género y edad G4-LA1 (España)

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	148	7	5	2	14	9,46
<b>Mujeres</b>	102	7	2	-	9	8,82
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>23</b>	<b>9,20</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	148	-	5	-	5	3,38
<b>Mujeres</b>	102	2	4	1	7	6,86
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>4,80</b>

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	138	8	9	-	17	12,32
<b>Mujeres</b>	101	8	4	-	12	11,88
<b>TOTAL</b>	<b>239</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>-</b>	<b>29</b>	<b>12,13</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
<b>Hombres</b>	138	5	7	1	13	9,42
<b>Mujeres</b>	101	1	4	1	6	5,94
<b>TOTAL</b>	<b>239</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>19</b>	<b>7,95</b>

## Rotación de los empleados por género y edad G4-LA1 (Alemania)

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	61	2	7	2	11	18,03
Mujeres	38	2	6	2	10	26,32
<b>TOTAL</b>	<b>99</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>21</b>	<b>21,21</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	61	1	4	1	6	9,84
Mujeres	38	3	6	-	9	23,68
<b>TOTAL</b>	<b>99</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>15,15</b>

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	51	3	10	-	13	25,49
Mujeres	36	4	3	-	7	19,44
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>22,99</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	51	2	4	3	9	17,65
Mujeres	36	2	8	2	12	33,33
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>24,14</b>

\* En 2017, se incluyeron en el cálculo de los empleados 3 administradores y 3 estudiantes, que no aparecían en 2016.

## Rotación de los empleados por género y edad G4-LA1 (Irlanda)

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2017						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	58	12	7	1	20	34,48
Mujeres	33	2	6	-	8	24,24
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>30,77</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2017						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	58	5	11	-	16	27,59
Mujeres	33	4	6	-	10	30,30
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b>-</b>	<b>26</b>	<b>28,57</b>

### Alta de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	55	11	8	2	21	38,18
Mujeres	34	5	14	-	19	55,88
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>40</b>	<b>44,94</b>

### Baja de empleados

A 31 de diciembre de 2016						
Nº personas	Nº total de empleados	<30	30-50	>50	Total	Rotación %
Hombres	55	5	12	3	20	36,36
Mujeres	34	2	12	-	14	41,18
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>3</b>	<b>34</b>	<b>38,20</b>

## Empleados cubiertos por un convenio colectivo G4-11

En el Informe se excluyen Alemania e Irlanda, ya que en estos países no se aplican convenios colectivos.

### Empleados cubiertos por un convenio colectivo (Grupo)

A 31 de diciembre de 2017		
Nº personas	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	% sobre el total
Senior Managers	99	88,39
Managers	391	90,72
Resto de empleados	1.929	93,28
<b>TOTAL</b>	<b>2.419</b>	<b>92,65</b>

A 31 de diciembre de 2016		
Nº personas	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	% sobre el total
Senior Managers	96	91,43
Managers	392	91,80
Resto de empleados	1.919	93,47
<b>TOTAL</b>	<b>2.407</b>	<b>93,11</b>

## Empleados cubiertos por un convenio colectivo (Italia)

A 31 de diciembre de 2017		
Nº personas	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	% sobre el total
Senior Managers	94	100
Managers	352	100
Resto de empleados	1.723	100
<b>TOTAL</b>	<b>2.169</b>	<b>100</b>

A 31 de diciembre de 2016		
Nº personas	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	% sobre el total
Senior Managers	91	100
Managers	335	100
Resto de empleados	1.742	100
<b>TOTAL</b>	<b>2.168</b>	<b>100</b>

## Empleados cubiertos por un convenio colectivo (España)

A 31 de diciembre de 2017		
Nº personas	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	% sobre el total
Senior Managers	5	100
Managers	39	100
Resto de empleados	206	100
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100</b>

A 31 de diciembre de 2016		
Nº personas	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	% sobre el total
Senior Managers	5	100
Managers	57	100
Resto de empleados	177	100
<b>TOTAL</b>	<b>239</b>	<b>100</b>

## Empleados evaluados G4-LAII (Grupo)

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	96	97,96	14	100	110	98,21
Managers	272	98,19	150	97,40	422	97,91
Resto de empleados	927	98,62	1.116	98,94	2.043	98,79
<b>Total</b>	<b>1.295</b>	<b>98,48</b>	<b>1.280</b>	<b>98,77</b>	<b>2.575</b>	<b>98,62</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	86	95,56	14	93,33	100	95,24
Managers	275	98,21	140	95,24	415	97,19
Resto de empleados	890	97,06	1.075	94,63	1.965	95,71
<b>Total</b>	<b>1.251</b>	<b>97,20</b>	<b>1.229</b>	<b>94,68</b>	<b>2.480</b>	<b>95,94</b>

## Empleados evaluados G4-LAII (Italia)

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	78	97,50	14	100	92	97,87
Managers	217	98,64	130	98,48	347	98,58
Resto de empleados	748	100	971	99,59	1.719	99,77
<b>Total</b>	<b>1.043</b>	<b>99,52</b>	<b>1.115</b>	<b>99,46</b>	<b>2.158</b>	<b>99,49</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	72	94,74	14	93,33	86	94,51
Managers	208	97,65	116	95,08	324	96,72
Resto de empleados	741	98,41	941	95,15	1.682	96,56
<b>Total</b>	<b>1.021</b>	<b>97,98</b>	<b>1.071</b>	<b>95,12</b>	<b>2.092</b>	<b>96,49</b>

## Empleados evaluados G4-LA11 (España)

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	5	3,38	-	-	5	100
Managers	29	19,59	10	9,80	39	100
Resto de empleados	114	77,03	92	90,20	206	100
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100,00</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>250</b>	<b>100</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	5	100	-	-	5	100
Managers	39	100	18	100	57	100
Resto de empleados	94	100	83	100	177	100
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100</b>	<b>101</b>	<b>100</b>	<b>239</b>	<b>100</b>

## Empleados evaluados G4-LA11 (Alemania)

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	3	100	-	-	3	100
Managers	18	100	2	100	20	100
Resto de empleados	40	100	36	100	76	100
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>38</b>	<b>100</b>	<b>99</b>	<b>100</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	-	-	-	-	-	-
Managers	16	100	1	100	17	100
Resto de empleados	35	100	35	100	70	100
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>100</b>	<b>87</b>	<b>100</b>

\* En 2017, se incluyeron en el cálculo de los empleados 3 administradores y 3 estudiantes, que no aparecían en 2016.

## Empleados evaluados G4-LA11 (Irlanda)

A 31 de diciembre de 2017

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	9	100	-	-	9	100
Managers	8	80,00	8	80,00	16	80,00
Resto de empleados	25	64,10	17	73,91	42	67,74
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>72,41</b>	<b>25</b>	<b>75,76</b>	<b>67</b>	<b>73,63</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº personas	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	Total	% Total
Senior Managers	8	100	-	-	8	100
Managers	12	100	5	83,33	17	94,44
Resto de empleados	20	57,14	16	57,14	36	57,14
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>72,7</b>	<b>21</b>	<b>61,8</b>	<b>61</b>	<b>68,54</b>

## Absentismo, accidentes y enfermedades profesionales G4-LA6 (Grupo)

### Accidentes y enfermedades profesionales

Nº de casos	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Enfermedades profesionales	-	-	-	-	-	-
Accidentes	12	30	42	17	27	44
mortales	-	-	-	-	-	-

### Tipo de accidentes

Nº de días	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Accidentes en el puesto de trabajo	-	-	-	1	2	3
Accidentes durante el desplazamiento	12	30	42	16	25	41

### Indicadores de salud y seguridad

Nº de horas/días	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Índice de gravedad	17	60	38	25	26	25
Índice de enfermedad profesional	-	-	-	-	-	-
Índice de absentismo	2,88	5,63	4,24	2,77	5,35	4,06
Índice de accidentes	1,09	3,10	2,03	1,61	2,84	2,19

## Absentismo, accidentes y enfermedades profesionales G4-LA6 (Italia) accidentes y enfermedades profesionales

N° de casos	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Enfermedades profesionales	-	-	-	-	-	-
Accidentes	11	29	40	15	26	41
mortales	-	-	-	-	-	-

### Tipo de accidentes

N° de días	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Accidentes en el puesto de trabajo	-	-	-	1	2	3
Accidentes durante el desplazamiento	11	29	40	14	24	38

### Indicadores de salud y seguridad

N° de horas/días	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Índice de gravedad	20	42	31	30	27	28
Índice de enfermedad profesional	-	-	-	-	-	-
Índice de absentismo	3,00	5,68	4,39	2,94	5,44	4,23
Índice de accidentes	1,28	3,52	2,37	1,77	3,18	2,46

## Absentismo, accidentes y enfermedades profesionales G4-LA6 (España)

### accidentes y enfermedades profesionales

Nº de casos	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Enfermedades profesionales	-	-	-	-	-	-
Accidentes	1	1	2	2	1	3
mortales	-	-	-	-	-	-

### Tipo de accidentes

Nº de casos	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Accidentes en el puesto de trabajo	-	-	-	-	-	-
Accidentes durante el desplazamiento	1	1	2	2	1	3

### Indicadores de salud y seguridad

Nº de horas/días	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Índice de gravedad	10	27	17	11	29	18
Índice de enfermedad profesional	-	-	-	-	-	-
Índice de absentismo	2,92	5,31	3,89	2,08	4,53	3,11
Índice de accidentes	0,83	1,24	0,99	1,77	1,25	1,55

## Absentismo, accidentes y enfermedades profesionales G4-LA6 (Alemania) Indicadores de salud y seguridad

N° de horas/días	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Índice de gravedad	-	784	273	-	-	-
Índice de enfermedad profesional	-	-	-	-	-	-
Índice de absentismo	2,68	9,05	4,63	2,35	6,99	4,27
Índice de accidentes	-	-	-	-	-	-

## Absentismo, accidentes y enfermedades profesionales G4-LA6 (Irlanda) Indicadores de salud y seguridad

N° de horas/días	A 31 de diciembre de 2017			A 31 de diciembre de 2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Índice de gravedad	-	-	-	-	-	-
Índice de enfermedad profesional	-	-	-	-	-	-
Índice de absentismo	0,99	1,80	1,27	1,20	1,49	1,29
Índice de accidentes	-	-	-	-	-	-

## Relación entre la remuneración de las mujeres y la de los hombres G4-LA13 (Italia)

### Relación entre la retribución anual bruta (RAL) media de las mujeres y la de los hombres

Media sueldo base	2017	2016
Senior Managers	78,8%	79,9%
Managers	93,5%	94,4%
Resto de empleados	100,2%	99,1%

### Relación entre la retribución de las mujeres y la de los hombres

Media sueldo base	2017	2016
Senior Managers	75,1%	77,4%
Managers	92,5%	92,4%
Resto de empleados	98,7%	97,7%

## Relación entre la remuneración de las mujeres y la de los hombres G4-LA13 (España)

### Relación entre la retribución anual bruta (RAL) media de las mujeres y la de los hombres

Media sueldo base	2017	2016
Senior Managers	0,0%	0,0%
Managers	83,4%	81,9%
Resto de empleados	87,8%	89,4%

### Relación entre la retribución de las mujeres y la de los hombres

Media sueldo base	2017	2016
Senior Managers	0,0%	0,0%
Managers	82,5%	78,7%
Resto de empleados	89,4%	89,9%

## Relación entre la remuneración de las mujeres y la de los hombres G4-LA13 (Alemania)

### Relación entre la retribución anual bruta (RAL) media de las mujeres y la de los hombres

Media sueldo base	2017	2016
<b>Senior Managers</b>		
<b>Managers</b>	n.d.*	n.d.*
<b>Resto de empleados</b>	80,8%	79,8%

### Relación entre la retribución de las mujeres y la de los hombres

Media sueldo base	2017	2016
<b>Senior Managers</b>		
<b>Managers</b>	n.d.*	
<b>Resto de empleados</b>	79,5%	79,8%

\* No se indica el dato de la mujer manager por cuestiones de privacidad (2 mujeres managers).

## Relación entre la remuneración de las mujeres y la de los hombres G4-LA13 (Irlanda)

### Relación entre la retribución anual bruta (RAL) media de las mujeres y la de los hombres

Media sueldo base	2017	2016
<b>Senior Managers</b>	0,0%	0,0%
<b>Managers</b>	85,7%	74,2%
<b>Resto de empleados</b>	91,2%	92,5%

### Relación entre la retribución de las mujeres y la de los hombres

Media sueldo base	2017	2016
<b>Senior Managers</b>	0,0%	0,0%
<b>Managers</b>	80,1%	68,4%
<b>Resto de empleados</b>	89,2%	90,2%

## Formación empleados G4-LA9 (Grupo)

### Horas de formación

A 31 de diciembre de 2017

Nº de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	2.679	27	352	25	3.030	27
Managers	9.418	34	5.851	38	15.269	35
Resto de empleados	53.666	57	57.102	51	110.768	54
<b>TOTAL</b>	<b>65.762</b>		<b>63.305</b>		<b>129.068</b>	

A 31 de diciembre de 2016

Nº de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	3.999	44	666	44	4.665	44
Managers	9.280	33	5.038	34	14.317	34
Resto de empleados	40.362	44	47.863	42	88.225	43
<b>TOTAL</b>	<b>53.640</b>		<b>53.567</b>		<b>107.207</b>	

## Tipo de formación impartida

A 31 de diciembre de 2017

A 31 de diciembre de 2016

Tipo de formación	Número de personas	Horas totales	Número de personas	Horas totales
Corporativa	2.850	45.844	2.437	28.183
Funcional	1.317	48.610	1.067	43.745
Interfuncional	2.252	32.098	2.248	32.963
Otro	200	2.516	155	2.316
<b>TOTAL</b>	<b>6.619</b>	<b>129.068</b>	<b>5.907</b>	<b>107.207</b>

## Formación empleados G4-LA9 (Italia)

### Horas de formación

A 31 de diciembre de 2017

Nº de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	2.218	27	352	25	2.570	26
Managers	7.439	34	4.815	36	12.255	35
Resto de empleados	44.757	53	51.984	48	96.741	51
<b>TOTAL</b>	<b>54.414</b>		<b>57.152</b>		<b>111.566</b>	

A 31 de diciembre de 2016

Nº de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	3.115	41	666	44	3.781	42
Managers	7.513	35	4.110	34	11.623	35
Resto de empleados	34.225	45	43.255	44	77.480	44
<b>TOTAL</b>	<b>44.853</b>		<b>48.031</b>		<b>92.884</b>	

## Tipo de formación impartida

A 31 de diciembre de 2017

A 31 de diciembre de 2016

Tipo de formación	Número de personas	Horas totales	Número de personas	Horas totales
Corporativa	2.232	41.142	1.615	22.494
Funcional	1.150	44.655	1.018	43.618
Interfuncional	1.713	23.274	1.986	24.456
Otro	193	2.495	155	2.316
<b>TOTAL</b>	<b>5.288</b>	<b>111.566</b>	<b>4.774</b>	<b>92.884</b>

## Formación empleados G4-LA9 (España)

### Horas de formación

A 31 de diciembre de 2017

Nº de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres*	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	156	26	-	-	156	26
Managers	1.590	55	566	57	2.155	54
Resto de empleados	4.971	41	3.536	46	8.507	43
<b>TOTAL</b>	<b>6.716</b>		<b>4.102</b>		<b>10.818</b>	

A 31 de diciembre de 2016

Nº de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres*	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	120	24	-	-	120	24
Managers	621	16	355	20	976	17
Resto de empleados	2.795	30	1.935	23	4.730	27
<b>TOTAL</b>	<b>3.536</b>		<b>2.290</b>		<b>5.826</b>	

\* No se indica el dato de la mujer manager por cuestiones de privacidad (solo dos mujeres managers).

## Tipo de formación impartida

A 31 de diciembre de 2017

A 31 de diciembre de 2016

Tipo de formación	Número de personas	Horas totales	Número de personas	Horas totales
Corporativa	423	1.598	733	1.616
Funcional	119	3.548	49	127
Interfuncional	448	5.672	236	4.083
Otro	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>990</b>	<b>10.818</b>	<b>1.018</b>	<b>5.826</b>

## Formación empleados G4-LA9 (Alemania)

### Horas de formación

Por lo que se refiere a la empresa Bankhaus August Lenz, bajo la óptica de mejora con respecto a 2016, el dato correspondiente a la formación del personal se ha estimado teniendo en cuenta estructuras similares dentro del Grupo. En 2018, el Banco completará el proceso de recopilación y seguimiento de la información pertinente.

A 31 de diciembre de 2017

N° de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	22	7	-	-	22	7
Managers	79	4	48	24	127	6
Resto de empleados	449	12	482	13	931	12
<b>TOTAL</b>	<b>550</b>		<b>530</b>		<b>1.080</b>	

### Tipo de formación impartida

A 31 de diciembre de 2017

N° de horas	Hombres	Media de horas hombres
Corporativa	104	384
Funcional	48	407
Interfuncional	82	268
Otro	7	21
<b>TOTAL</b>	<b>241</b>	<b>1.080</b>

## Formación empleados G4-LA9 (Irlanda)

Con respecto a la formación de los empleados de Mediolanum Irish Operations en 2017 en comparación con 2016, cabe señalar que:

- > en 2016, la distribución de las horas de formación entre hombres y mujeres y categorías (Senior Manager, Manager, resto de empleados) se calculó sobre la base de la proporción fija de dichas categorías;
- > sin embargo, este año (2017), se ha calculado el valor puntual de la formación, en la medida de lo posible, dividiéndolo entre hombres/mujeres y categoría (Senior Manager, Manager, resto de empleados). En algunos casos, como por ejemplo para el Mediolanum Unconvered (reuniones plenarias semanales para debatir sobre diferentes temas), no disponemos de datos puntuales, por lo que las horas se han distribuido en una proporción fija, como en 2016.

### Horas de formación

A 31 de diciembre de 2017

Nº de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	283	31	-	-	283	31
Managers	310	31	422	42	732	37
Resto de empleados	3.490	89	1.100	48	4.589	74
<b>TOTAL</b>	<b>4.082</b>		<b>1.522</b>		<b>5.604</b>	<b>62</b>

A 31 de diciembre de 2016

Nº de horas	Hombres	Media de horas hombres	Mujeres	Media de horas mujeres	Total	Media horas por categoría
Senior Managers	764	95	-	-	764	95
Managers	1.146	95	573	95	1.718	95
Resto de empleados	3.342	95	2.673	95	6.015	95
<b>TOTAL</b>	<b>5.251</b>		<b>3.246</b>		<b>8.497</b>	<b>95</b>

## Tipo de formación impartida

Tipo de formación	A 31 de diciembre de 2017		A 31 de diciembre de 2016	
	Número de personas	Horas totales	Número de personas	Horas totales
Corporativa	91	2.720	89	4.073
Funcional	-	-	-	-
Interfuncional	9	2.884	26	4.424
Otro	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>5.604</b>	<b>115</b>	<b>8.497</b>

## 3.5 Responsabilidad hacia la colectividad y el medio ambiente

### CONSUMOS ENERGÉTICOS Y EMISIONES DE GAS EFECTO INVERNADERO

Los valores totales de los usuarios se estiman sobre la base de la proyección al final del año, ya que las facturas de cierre no llegan a contabilidad hasta el primer periodo (enero-febrero) del año siguiente.

#### Consumos energéticos y emisiones de gas efecto invernadero (Grupo) Energía eléctrica [GJ] total

	2017	2016	Variac. %
Total energía eléctrica	51.999	44.186	17,7
Descontando la energía eléctrica del sistema de trigeneración de Basiglio (Milano 3)	31.180	21.493	45,0

#### Calefacción [GJ]

	2017	2016	Variac. %
Gas natural	60.906	59.571	2,2

#### Grupos electrógenos [GJ]

	2017	2016	Variac. %
Gasóleo*	277,9	119	133,3

\* Uso de gasóleo no referido a la calefacción.

### Energía eléctrica [G] (Italia)

	2017	2016	Variac. %
<b>Total energía eléctrica</b>	48.456	40.669	19,1
<b>Descontando la energía eléctrica del sistema de trigeneración*</b>	31.180	21.493	-

\* En 2017, casi el 36% de la demanda de energía eléctrica estuvo cubierta por el sistema de trigeneración (en 2016: casi el 46%).

### Calefacción [G] (Italia)

	2017	2016	Variac. %
<b>Gas natural</b>	60.728	59.380	2,3

### Energía eléctrica [G] (España)

	2017	2016	Variac. %
<b>Total energía eléctrica</b>	2.456	2.458	(0,1)

### Energía eléctrica [G] (Alemania)

	2017	2016	Variac. %
<b>Total energía eléctrica</b>	495	495	0,0

### Energía eléctrica [G] (Irlanda)

	2017	2016	Variac. %
<b>Total energía eléctrica</b>	592	564	4,9

### Calefacción [G] (Irlanda)

	2017	2016	Variac. %
<b>Gas natural</b>	177	191	(7,0)

1 kilovatio hora (kWh) = 0.0036 gigajulios (G)  
 1 megacaloría = 0.004186 gigajulios (G)  
 1 metro cúbico de gas natural = 0.0394 gigajulios (G)

## EMISIONES DE GHG

A continuación, se indican las emisiones Scope 1 y Scope 2, para el Grupo Mediolanum.

SCOPE 1			
Emisiones GHG Directas [ton CO2eq]			
	2017	2016	Variac. %
Gas natural	3.037	2.970	2,0
<b>Total</b>	<b>5.054</b>	<b>4.986</b>	<b>1,0</b>

SCOPE 2			
Emisiones GHG Indirectas [ton CO2 eq] - descontando las emisiones referentes a la cuota de electricidad producida por el sistema de trigeneración de Basiglio (Milano 3)			
	2017	2016	Variac. %
Electricidad	3.447	2.510	37,3

SCOPE 3			
Emisiones GHG Indirectas [ton CO2 eq] - flota de vehículos de empresa			
	2017	2016	Variac. %
Diésel (alquiler de coches a largo plazo)	678	647	5,0

SCOPE 1+2+3	
	2017
[ton CO2 eq]	9.217

## PAPEL

### Consumos de papel por tipo (Italia)

	2017	2016	Variac. %
Papel blanco y con membrete (ton)	4,39	2,12	107
Papel reciclado (ton)	37,5	37,5	-
Consumo per cápita (kg/empleados) al año	13,9	13,3	5

## MOVILIDAD

### Tracción (alquiler de coches a largo plazo) (Italia)

	2017	2016	Variac. %
Diésel [l]	241.652	253.414	(4,6)
[ton CO2 eq]	678	647	5

## Tabla de indicadores GRI

INDICADOR		Páginas/Notas	Omisión
<b>GENERAL STANDARD DISCLOSURE</b>			
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>			
G4 - 1	Declaración de la máxima autoridad del proceso de la toma de decisiones en relación con la importancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia	5-7	
G4 - 2	Principales impactos, riesgos y oportunidades	5-7, 49-59	
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
G4 - 3	Nombre de la organización	5-8	
G4 - 4	Principales marcas, productos y servicios	24-25, 76-84, 151-154	
G4 - 5	Sede principal	17, 136	
G4 - 6	Países de operatividad	17, 136	
G4 - 7	Propiedad y forma jurídica	17, 47	
G4 - 8	Mercados servidos	16, 136	
G4 - 9	Dimensión de la organización	17, 72, 105	
G4 - 10	Características del personal	97-99, 105-107, 155-160, 167-173	
G4 - 11	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	A todos los empleados del Grupo Mediolanum se aplica el convenio colectivo de trabajo nacional del sector y se les garantiza el derecho de asociación y a participar en actividades sindicales.	
G4 - 12	Descripción de la cadena de suministro de la organización	60-62	
G4 - 13	Cambios significativos en el tamaño, estructura, propiedad o cadena de suministro acontecidos durante el periodo del Informe	8, 17, 20	
G4 - 14	Gestión prudente de los riesgos	42-45	
G4 - 15	Suscripción o adopción de códigos de conducta, principios y estatutos desarrollados por organizaciones/asociaciones externas referentes al desempeño económico, social y ambiental	48-50, 52-53	
G4 - 16	Participación en asociaciones profesionales	38	

TABLA DE INDICADORES GRI

INDICADOR		Páginas/Notas	Omisión
<b>MATERIALIDAD Y PERÍMETRO DEL INFORME</b>			
G4 - 17	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados e indicaciones de las empresas no incluidas en el Informe	8	
G4 - 18	Proceso de definición del contenido del Informe de Sostenibilidad	8, 64-66	
G4 - 19	Aspectos materiales identificados	64-66, 148-149	
G4 - 20	Aspectos materiales internos a la organización	64-66, 148-149	
G4 - 21	Aspectos materiales externos a la organización	64-66, 148-149	
G4 - 22	Cambios en la información con respecto al anterior Informe de Sostenibilidad	8	
G4 - 23	Cambios significativos en términos de objetivos y perímetros con respecto al anterior Informe de Sostenibilidad	8, 17	
<b>PARTICIPACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS</b>			
G4 - 24	Categorías y grupos de partes interesadas involucrados por la empresa	26-40, 137-139	
G4 - 25	Proceso de identificación de las partes interesadas	26-27	
G4 - 26	Enfoque en la implicación de las partes interesadas, incluyendo la frecuencia y los tipos de actividad	26-27, 137-139	
G4 - 27	Aspectos clave surgidos de la implicación de las partes interesadas	26-40, 95-97, 119-121, 125-127, 137-139	
<b>PERFIL DEL INFORME</b>			
G4 - 28	Periodo de elaboración del Informe de Sostenibilidad	8	
G4 - 29	Fecha de publicación del anterior Informe de Sostenibilidad	8	
G4 - 30	Ciclo de elaboración del Informe	8	
G4 - 31	Contactos y direcciones	8	
G4 - 32	Índice de los contenidos GRI	207-212	
G4 - 33	Políticas y prácticas de garantía externa	213-216	
<b>GOBIERNO</b>			
G4 - 34	Estructura de gobierno de la organización	46-47	
<b>ÉTICA</b>			
G4 - 56	Valores, principios, normas y reglas de comportamiento de la organización	21-25, 48-49	

## TABLA DE INDICADORES GRI

INDICADOR		Páginas/Notas	Omisión
<b>SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE</b>			
<b>CATEGORÍA ECONÓMICA</b>			
<b>ASPECTO MATERIAL: DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	71-75	
G4 - ECI	Valor económico generado y distribuido directamente	71-75, 150	
<b>ASPECTO MATERIAL: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	80-84	
G4 - EC8	Impactos económicos indirectos generados, incluidas las externalidades generadas	80-84	
<b>ASPECTO MATERIAL: PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	60-62	
G4 - EC9	Proporción de gastos con proveedores locales en importantes unidades operativas	146-147	
<b>CATEGORÍA AMBIENTAL</b>			
<b>ASPECTO MATERIAL: MATERIAS PRIMAS</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	129-131	
G4 - ENI	Materias primas utilizadas por peso y volumen	206	
<b>ASPECTO MATERIAL: ENERGÍA</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	129-133	
G4 - EN3	Consumos de energía dentro de la organización	129-133, 203-206	
G4 - EN6	Reducción de los consumos energéticos	129-133, 203-206	

TABLA DE INDICADORES GRI

INDICADOR		Páginas/Notas	Omisión
<b>ASPECTO: EMISIONES</b>			
G4 - EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Scope 1)	205	
G4 - EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Scope 2)	205	
G4 - EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Scope 3)	205	
<b>ASPECTO MATERIAL: TRANSPORTES</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	132-133	
G4 - EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la empresa, y los impactos de la movilidad de los empleados	132-133, 203, 205-206	
<b>ASPECTO MATERIAL: EVALUACIÓN MEDIOAMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	60-62, 129-131	
G4 - EN32	Porcentaje de los nuevos proveedores evaluados sobre la base de criterios medioambientales		En el presente ejercicio no se ha evaluado a ningún nuevo proveedor en función de criterios medioambientales.
<b>CATEGORÍA SOCIAL</b>			
<b>Subcategoría: Prácticas de trabajo y condiciones laborales adecuadas</b>			
<b>ASPECTO MATERIAL: EMPLEO</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	105-110	
G4 - LA1	Número total de nuevas contrataciones y rotación media por franjas de edad, divididas por género y áreas geográficas	105-110, 180-185	
G4 - LA2	Beneficios para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados con contrato por tiempo definido o a media jornada, por actividad principal	105-112	
<b>ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>			
G4 - LA6	Tipo de accidentes, índice de accidentes, enfermedades profesionales, días de trabajo perdidos y absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo divididas por áreas geográficas y por género		191-194 No se dan más detalles sobre el número y el tipo de accidentes de Alemania e Irlanda porque el resultado es cero.

TABLA DE INDICADORES GRI

INDICADOR		Páginas/Notas	Omisión
<b>ASPECTO MATERIAL: FORMACIÓN E INSTRUCCIÓN</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	108-110, 115-117	
G4 - LA9	Media de horas de formación por empleado al año, por género y categoría profesional	115-117, 197-202	
<b>ASPECTO MATERIAL: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	105-107	
G4 - LA12	Composición de los órganos de gobierno corporativo y distribución de la plantilla por categoría profesional, género, edad y otros indicadores de diversidad	140, 157-158, 160, 162, 167-173	
<b>Subcategoría: Sociedad</b>			
<b>ASPECTO MATERIAL: COMUNIDADES LOCALES</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	119-124	
G4 - SO1	Operaciones que implican a la comunidad local, evaluación de los impactos y programas de desarrollo	119-127	
G4 - FSI3	Puntos de acceso en áreas de baja densidad poblacional o lugares económicamente desfavorecidos	122-128	
G4 - FSI4	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos	122-128	
<b>ASPECTO MATERIAL: ANTICORRUPCIÓN</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	48-52	
G4 - SO4	Porcentaje de empleados que ha recibido formación sobre las políticas y procedimientos anticorrupción	141-145	
<b>ASPECTO MATERIAL: CUMPLIMIENTO</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	58-59	
G4 - SO8	Valor monetario de las sanciones significativas y número total de sanciones no pecuniarias por incumplimiento de leyes y reglamentos		No hubo multas significativas ni sanciones no monetarias en el año del Informe.

TABLA DE INDICADORES GRI

INDICADOR		Páginas/Notas	Omisión
<b>Subcategoría: Responsabilidad de producto</b>			
<b>ASPECTO MATERIAL: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	139, 151-154	
G4 - PR5	Resultados de las encuestas sobre la satisfacción de los clientes	28-32, 77, 93, 119, 121, 124, 139	
<b>ASPECTO MATERIAL: ACTIVIDADES DE MARKETING</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	29-31, 35, 91-93	
G4 - PR7	Casos de no conformidad con los reglamentos en tema de actividades de marketing		No hubo incidentes en el año del Informe.
<b>ASPECTO MATERIAL: DATOS DE CARÁCTER PERSONAL DE LOS CLIENTES</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	84-87	
G4 - PR8	Reclamaciones documentadas en referencia al incumplimiento de la ley de protección de datos personales y pérdida de los datos de los clientes		En 2017, el Grupo Mediolanum recibió 23 reclamaciones relacionadas con la protección de los datos personales. En 2016 fueron 27.
<b>ASPECTO MATERIAL: CUMPLIMIENTO</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	58-59	
G4 - PR9	Coste de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el uso de productos y servicios	151-154	
<b>ASPECTO MATERIAL: CARTERA DE PRODUCTOS</b>			
G4 - DMA	Información general sobre las formas de gestión	122-124	
G4 - FS7	Valor monetario de productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico para cada línea de negocio, distribuidos por finalidad	122-124	

# Certificación de la empresa de auditoría individual





Deloitte & Touche S.p.A.  
Via Tortona, 25  
20144 Milano  
Italia

Tel: +39 02 83322111  
Fax: +39 02 83322112  
www.deloitte.it

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

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

Abbiamo svolto un esame limitato ("limited assurance engagement") del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Mediolanum (di seguito il "Gruppo") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017.

### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" e alle "Financial Services Sector Disclosures", entrambe definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito anche "Linee Guida GRI G4"), indicate nel paragrafo "Nota Metodologica" del Bilancio di Sostenibilità, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

### Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato sui principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo di qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

### Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Tali procedure hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del Bilancio di Sostenibilità, nei quali si articolano le "Linee Guida GRI G4", e sono riepilogate di seguito:

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona  
Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.328.220,00 i.v.  
Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 03049560166 - R.E.A. Milano n. 1720239 | Partita IVA: IT 03049560166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

© Deloitte & Touche S.p.A.



- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo Mediolanum al 31 dicembre 2017, sul quale abbiamo emesso la relazione (ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39), in data 16 marzo 2018;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile, inerenti la strategia e l'operatività del Gruppo;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio di Sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto:
  - interviste e discussioni con il personale di Banca Mediolanum S.p.A., Banco Mediolanum S.A., Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A. e Mediolanum Asset Management Limited, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, nonché circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità;
  - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Bilancio di Sostenibilità;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio di Sostenibilità rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità" della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli *stakeholder*, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal rappresentante legale di Banca Mediolanum S.p.A., sulla conformità del Bilancio di Sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo della presente relazione "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un'estensione del lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

### Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo al 31 dicembre 2017 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*" e alle "*Financial Services Sector Disclosures*", entrambe definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, come descritto nel paragrafo "Nota Metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

**Paolo Gibello Ribatto**  
Socio

Milano, 12 aprile 2018

Sociedad matriz  
del Grupo Bancario Mediolanum  
inscrita en el registro de los Grupos bancarios  
[Albo del Gruppi Bancari]

Capital Social:  
600.172.287,70 euros  
Código fiscal 02124090164 NIF I0698820155  
Inscrita en el Registro de Empresas de Milán  
con el nº 02124090164 R.E.A. MI-1399110  
N. 29138 sección epígrafe general art. 113 D. Lgs N 385/93

Domicilio social y Dirección:  
Via Francesco Sforza - Palazzo Meucci  
20080 Basiglio - Milano 3  
Tel: +39 02-9049.1

Pec: [bancamediolanum@pec.mediolanum.it](mailto:bancamediolanum@pec.mediolanum.it)  
Sitio: [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it)