



**BNL**  
**GRUPPO BNP PARIBAS**

Roma, 30 settembre 2015

Mr. George Kelle  
UN Global Compact Office  
801, 2nd Avenue  
New York, NY 10017

### **Communication On Progress (CoP) 2015**

Per BNL Gruppo BNP Paribas la Corporate Social Responsibility rappresenta un elemento chiave di relazione con le persone, di rispetto delle generazioni future e di accrescimento della competitività, secondo una politica sostenibile in linea con i 10 Principi del Global Compact.

BNL considera l'adesione a questi 10 Principi come una responsabilità nei confronti dei suoi stakeholder e più in generale della Comunità in cui opera e come stimolo per il miglioramento continuo. Inoltre, l'impegno di BNL nei confronti del Global Compact è formalizzato attraverso specifici strumenti aziendali, quali: il Codice etico, il Codice di condotta e il dispositivo di allerta etico che condizionano le politiche gestionali volte alla tutela dei diritti umani, delle garanzie fondamentali sul lavoro, dell'ambiente e della lotta alla corruzione.

La presente *Communication on Progress* vuole esplicitare, attraverso il Bilancio di Sostenibilità 2014 allegato, le principali azioni intraprese, i risultati ottenuti e gli obiettivi assunti nell'anno in corso nel pieno rispetto dei 10 Principi del Global Compact.

Angelo Novati  
(Acting General Manager)



**BNL**  
**GRUPPO BNP PARIBAS**

Rome, 30th September 2015

H.E. Ban Ki-moon  
Secretary-General  
United Nations  
New York, NY 10017  
USA

Dear Mr. Secretary-General,

I am pleased to confirm you that BNL Group BNP Paribas supports the ten principles of the Global Compact on human rights, labour, environment and anti-corruption. With this communication, we express our intent to implement those principles. We are committed to making the Global Compact and its principles part of our strategy, culture and day-to-day operations of our company, and to engaging in collaborative projects which advance the broader development goals of the United Nations, particularly the Millennium Development Goals. BNL Group BNP Paribas will make a clear statement of this commitment to our stakeholders and the general public.

We recognize that a key requirement for participation in the Global Compact is the annual submission of a Communication on Progress (COP) that describes our company's efforts to implement the ten principles. We support public accountability and transparency, and therefore commit to report on progress within one year of joining the Global Compact, and annually thereafter according to the Global Compact COP policy. This includes:

- a statement signed by the chief executive expressing continued support for the Global Compact and renewing our ongoing commitment to the initiative and its principles. This is separate from our initial letter of commitment to join the Global Compact;
- a description of practical actions (i.e., disclosure of any relevant policies, procedures, activities) that the company has taken (or plans to undertake) to implement the Global Compact principles in each of four issue areas (human rights, labour, environment, anti-corruption);
- a measurement of outcomes (i.e., the degree to which targets/performance indicators were met, or other qualitative or quantitative measurements of results).

Sincerely yours,

Angelo Novati  
(Acting General Manager)

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2014



**BNL**  

---

**GRUPPO BNP PARIBAS**

La banca  
per un mondo  
che cambia

# INDICE

## 3 IL MESSAGGIO DEL PRESIDENTE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

## 5 LA PREMESSA METODOLOGICA

## 7 L'IDENTITÀ DI BNL GRUPPO BNP PARIBAS

- 9 I numeri del Gruppo BNL
- 10 *Corporate Governance*
- 14 Assetto Organizzativo
- 16 Approccio alla *Corporate Social Responsibility*
- 21 Coinvolgimento degli *stakeholder* e analisi di materialità

## 31 LA NOSTRA RESPONSABILITÀ ECONOMICA

- 34 Prodotti e servizi per i nostri clienti
- 39 Innovazione e sicurezza dei servizi bancari
- 40 *Customer satisfaction* e gestione dei reclami
- 43 Ricchezza economica generata e distribuita
- 44 Sostenibilità negli acquisti

## 45 LA NOSTRA RESPONSABILITÀ COME DATORE DI LAVORO

- 48 Tutela dell'occupazione
- 50 *Diversity* e pari opportunità
- 52 *Welfare* aziendale
- 55 Formazione e sviluppo professionale
- 59 Salute e sicurezza sul posto di lavoro

## 61 LA NOSTRA RESPONSABILITÀ SOCIALE

- 64 Educazione ed inclusione finanziaria
- 66 Presenza della Banca nel territorio: investimenti per la comunità
- 70 Orientamento dei giovani al mondo del lavoro
- 72 Comunicazione istituzionale e *web community*

## 73 LA NOSTRA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

- 76 Riduzione degli impatti ambientali diretti
- 78 Digitalizzazione bancaria
- 79 Mobilità sostenibile
- 80 Finanziamenti e servizi *green*

## 83 LE NOSTRE TAVOLE NUMERICHE DI SOSTENIBILITÀ

## 102 LA TAVOLA DI RIEPILOGO DEGLI INDICATORI GRI-G4

## 111 IL PARERE PROFESSIONALE



# IL MESSAGGIO DEL PRESIDENTE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

Il 2014 ha segnato un importante passaggio nel lungo percorso di crisi che ha accompagnato le famiglie e le imprese italiane negli ultimi sette anni. Nel corso dell'anno sono maturati i primi segnali di una ripresa che, se confermati, consentiranno al prodotto interno lordo italiano di tornare a crescere in modo stabile già a partire dal 2015. Le misure straordinarie adottate dalla Banca Centrale Europea, il deprezzamento dell'euro nei confronti di molte valute e prezzi dell'energia più contenuti rispetto al recente passato, stanno contribuendo a creare un ambiente favorevole alle nostre imprese accrescendone la competitività sui mercati esteri. L'impegno a riformare la struttura economica e sociale del nostro Paese mostra i primi effetti anche sul mercato del lavoro. La ripresa presenta, tuttavia, degli elementi di fragilità cui occorre fornire un sostegno. BNL intende rinnovare con grande forza il suo impegno e fornire un contributo al rilancio del Paese continuando a sostenere l'economia reale e a investire nel sociale. Da molti anni la sostenibilità in BNL si fonda su un solido sistema etico, un insieme di regole e di comportamenti responsabili che tutte le persone che vi operano devono rispettare e applicare nella propria attività quotidiana, un tratto distintivo dell'appartenenza aziendale.

Come Banca ci sentiamo impegnati a investire ed innovare. Sono principalmente due le sfide sulle quali vogliamo misurarci. La prima è quella di costruire un nuovo modello di relazione per rispondere alle richieste dei clienti che sempre più preferiscono operare senza limitazioni di orario e attraverso una molteplicità di canali. Nell'ambito di questo percorso la Banca si è molto impegnata nel potenziamento delle sue dotazioni tecnologiche, in attività di formazione del personale e nell'accompagnare i clienti nel digitale. Inoltre con la presenza sempre più crescente sui **social network**, ambito che già oggi vede la Banca in una posizione di eccellenza, BNL mira ad accrescere la trasparenza e il confronto con i clienti, e non solo. Per le aziende, BNL mette a disposizione competenze, servizi e prodotti in grado di accompagnarle nei loro progetti di sviluppo anche internazionale e sul mercato dei capitali.

L'innovazione è l'altra grande sfida. Per noi innovare significa, prima di tutto, semplificare i processi in un settore fortemente regolamentato e ancora molto burocratico nel suo approccio. Dopo aver lanciato **Hello Bank!**, la banca digitale che conta oggi 47.000 conti correnti, con le **agenzie "Open BNL"** abbiamo ulteriormente arricchito il modello distributivo puntando a contraddistinguerlo per semplicità e velocità dell'operatività, offrendo ai clienti la possibilità di collegarsi con i propri gestori anche via *webcam*.

**"Business Partner Italia"**, costituita all'inizio di ottobre 2014 dall'integrazione della macchina operativa delle Società del Gruppo BNP Paribas in Italia, rappresenta la volontà del nostro Gruppo di innovare e migliorare costantemente la qualità del servizio offerto. Grazie ad una forte integrazione trasversale, la nuova azienda valorizza le competenze e le esperienze di colleghi provenienti da diverse realtà, puntando a diventare un centro di eccellenza e un riferimento per le altre società del Gruppo in Italia. Oltre allo sviluppo del proprio *business*, la Banca ha comunque confermato il proprio impegno nel

sociale e la sua vicinanza al territorio anche in occasione delle catastrofi naturali che hanno colpito il Paese nel corso dell'anno. Infatti, ha predisposto un *plafond* dedicato a sostegno di famiglie e imprese colpite dalle **alluvioni in Liguria, Lazio, Marche e Veneto**, per supportare le esigenze di ricostruzione e riavviare quanto prima le attività economiche. Inoltre ha rinnovato anche per il 2014 l'adesione al **Global Compact** impegnandosi ad integrarne i principi nella propria attività quotidiana e intraprendendo diverse iniziative. Per citarne alcune, BNL, in collaborazione con Giunti Editore, ha esteso il proprio progetto di educazione finanziaria **"EduCare"**, finora rivolto a famiglie e imprese, anche ai più piccoli promuovendo **"EduCare Scuola"**, un programma educativo rivolto a 125mila alunni di scuole primarie pubbliche presenti in 24 province italiane, per avvicinare i ragazzi ad una prima conoscenza dell'economia, del concetto di denaro e ad un suo utilizzo consapevole. Un altro progetto è **"Salva Famiglie"**, in *partnership* con l'associazione Libera di don Ciotti, nato per semplificare l'accesso al sistema del *Welfare* territoriale, creando sinergie tra le associazioni, le cooperative sociali, gli enti e le istituzioni in grado di coprire i bisogni delle persone che vivono situazioni di disagio o condizioni di esclusione e povertà. Come ogni anno, inoltre, la Banca continua a dare attivo supporto a **Telethon** che ha consentito nell'arco di 23 anni di raccogliere oltre 256 milioni di euro a sostegno della ricerca per la cura delle malattie genetiche rare, facendone il principale *partner* nella raccolta fondi (nel 2014, un incremento di oltre 600 mila euro rispetto alla precedente edizione). BNL interviene nel sociale anche con la **Fondazione BNL** che dalla sua costituzione ha supportato oltre 200 progetti di associazioni operanti nel campo dell'utilità sociale per quasi 10 milioni di euro. Ci piace ricordare che anche nel 2014 la Fondazione ha proseguito nel **Progetto Mano Amica** che sostiene le iniziative di solidarietà di onlus in cui i colleghi di BNL e delle Società del Gruppo in Italia operano attivamente.

Anno dopo anno la Banca è orgogliosa di confermare il proprio impegno nel sociale e nel supporto dell'economia reale consapevole che serva l'impegno e il contributo di tutti per la ripresa del nostro Paese.



**LUIGI ABETE**  
PRESIDENTE




**FABIO GALLIA**  
AMMINISTRATORE  
DELEGATO



# LA PREMESSA METODOLOGICA

Dal 2001, BNL è impegnata nel processo di rendicontazione e comunicazione delle proprie attività economiche, sociali e ambientali. Tale processo nel corso degli anni si è evoluto e aggiornato in base anche alle direttive della Capogruppo e agli indicatori internazionali di sostenibilità.

## LE LINEE GUIDA UTILIZZATE

Il Bilancio di Sostenibilità di BNL è redatto in conformità alle linee guida del *Global Reporting Initiative (GRI)*. In particolare le informazioni presenti nel presente documento sono state redatte secondo il nuovo standard GRI-G4 e comprende gli indicatori previsti dal *sector supplement "Financial Services"*. L'obiettivo è quello di dare origine ad un Bilancio più strategico e mirato in cui il lettore possa concentrarsi sugli impatti economici, ambientali e sociali realmente riscontrati e rendicontati.

Le linee guida GRI-G4 offrono, inoltre, la possibilità di redigere il proprio Bilancio di Sostenibilità secondo due opzioni *"In Accordance"*: *"Core"*, che prevede l'applicazione minima delle linee guida, e *"Comprehensive"*, che prevede un'applicazione più estensiva delle stesse. Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato redatto secondo l'approccio *"Comprehensive"* facendo inoltre riferimento alle indicazioni delle linee guida dell'ABI e agli standard internazionali sulla responsabilità sociale contenuti nella norma ISO 26000. Il Bilancio di Sostenibilità 2014 di BNL, pone inoltre l'enfasi sull'analisi di materialità. La materialità corrisponde alla soglia oltre la quale un argomento o un indicatore diventa sufficientemente importante da dover essere rendicontato. Gli argomenti e gli indicatori rilevanti sono quelli che possono essere considerati importanti nel riflettere gli impatti economici, ambientali e sociali dell'organizzazione o che influenzano le decisioni degli *stakeholder*. Per questo motivo, i contenuti del presente Bilancio sono organizzati per tematica, emersi proprio dall'analisi di materialità, secondo l'approccio descritto nel paragrafo *"Coinvolgimento degli stakeholder e analisi di materialità"*, evidenziando processi, sistemi di gestione, responsabilità, risorse allocate, risultati e obiettivi. Ai fini dell'applicazione dello standard GRI-G4 si è poi proceduto ad associare i temi materiali di BNL alla liste degli aspetti definiti dal GRI *"Specific Standard Disclosure"*, selezionando quelli che meglio rappresentano i risultati emersi dell'analisi di materialità.

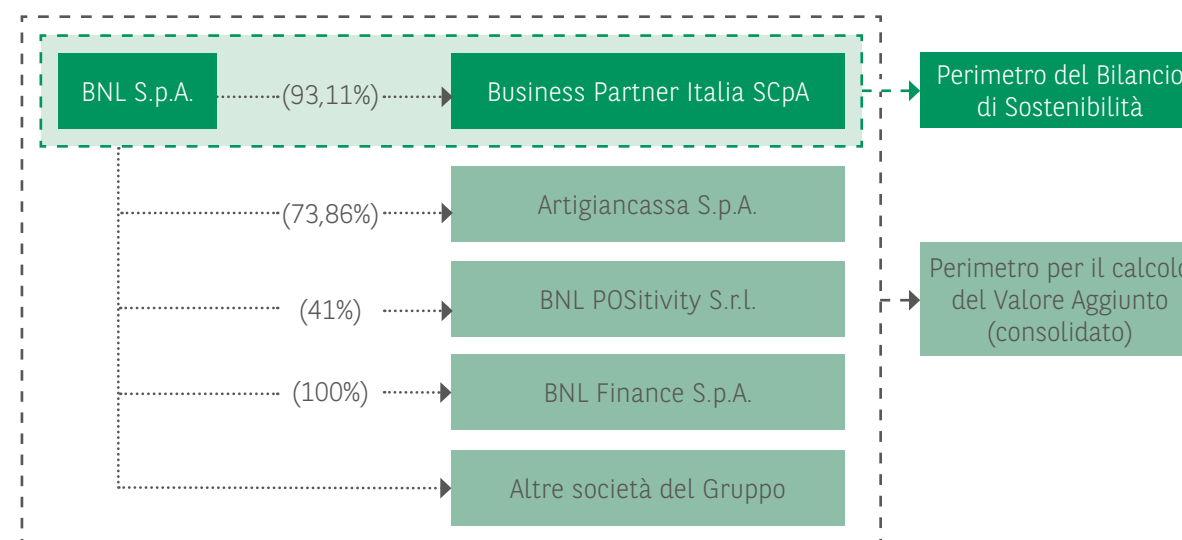
## PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. è la società Capogruppo del Gruppo BNL ed esercita il controllo su diverse società tra cui le più significative sono: Artigiancassa S.p.A. (partecipata da BNL al 73,86%), BNL Finance S.p.A. (al 100%), BNL Positivity S.r.l. (al 41%), Business Partner Italia SCpA (al 93,11%). Il Bilancio di Sostenibilità di BNL fa riferimento alle attività della Capogruppo e considera anche le *performance* socio-ambientali di Business Partner Italia SCpA (BPI). BPI, costituita il 3 giugno 2014, è operativa dal 1° ottobre

2014 a seguito del conferimento dei rami d'azienda inerenti alle attività di *post vendita*, del presidio del *sourcing* e della gestione delle iniziative *lean banking*, del governo delle politiche retributive e dei *benefits* e della formazione e riqualificazione professionale; conta sulle competenze di oltre 2.000 professionisti provenienti dalle diverse Società del Gruppo BNP Paribas operanti in Italia (di cui 1.832 conferite dalla Capogruppo) ed è controllata da BNL per oltre il 90%, mentre la restante parte è distribuita fra le altre aziende del Gruppo in Italia.

Nel presente Bilancio di Sostenibilità si è deciso di considerare nel perimetro di rendicontazione anche la nuova società consortile sia perché le *performance* di BPI hanno inciso per la maggior parte del 2014 sul bilancio e sulle attività di BNL, sia per rendere confrontabili dati e informazioni con quelle dell'esercizio precedente. Inoltre, si segnala che per il calcolo del Valore Aggiunto sono state considerate anche le altre società i cui bilanci sono consolidati integralmente nel bilancio di Gruppo: a seguito della costituzione di BPI, si ritiene che i dati consolidati siano gli unici che esprimano in modo compiuto i risultati economici della Banca. Tale scelta inoltre è coerente con la volontà di BNL di redigere, per i futuri esercizi, un bilancio di sostenibilità di Gruppo (consolidato).

Ogni eventuale eccezione al perimetro qui dichiarato è opportunamente segnalata all'interno del testo.



Elenco delle società controllate da BNL S.p.A.. Tra parentesi sono indicate le quote di partecipazione BNL S.p.A. al 31 dicembre 2014.

## VERIFICA ESTERNA

Il Bilancio di Sostenibilità 2014 di BNL è sottoposto alla revisione della società *Deloitte & Touche S.p.A.* secondo i criteri della revisione limitata indicati nell'*International Standard on Assurance Engagement 3000 – Assurance Engagement other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000).

## CONTATTI

Per commenti, richieste, pareri e spunti di miglioramento sulle attività di responsabilità sociale di BNL e sulle informazioni contenute all'interno del presente Bilancio di Sostenibilità, potete contattare:

Direzione Risorse umane – Responsabilità Sociale: [responsabilitasociale@bnlmail.com](mailto:responsabilitasociale@bnlmail.com)

Il Bilancio di Sostenibilità è disponibile nel sito web: [www.responsabilitasociale.bnl.it](http://www.responsabilitasociale.bnl.it) o su [www.bnl.it](http://www.bnl.it)

# L'IDENTITÀ DI BNL GRUPPO BNP PARIBAS

BNL è uno dei principali gruppi bancari italiani e tra i più noti *brand* in Italia, con circa 1.000 punti vendita su tutto il territorio nazionale - tra Agenzie, Centri *Private*, Centri Imprese “Creo per l’Imprenditore”, Centri *Corporate* e Pubblica Amministrazione - BNL offre un’ampia gamma di prodotti e servizi, da quelli più tradizionali ai più innovativi, per soddisfare le molteplici esigenze dei propri clienti (privati e famiglie, imprese e Pubblica Amministrazione). BNL è dal 2006 nel Gruppo BNP Paribas, **presente in 75 paesi**, con **più di 180.000 collaboratori**, dei quali **oltre 140.000 in Europa**, dove opera - attraverso la Banca *Retail* - su quattro mercati domestici: Belgio, Francia, Italia e Lussemburgo.

BNP Paribas detiene posizioni chiave in **tre grandi settori di attività**: *Retail Banking*, *Corporate & Institutional Banking* e *Investment Solutions*.

## BNP PARIBAS IN ITALIA

RETAIL BANKING	CORPORATE & INSTITUTIONAL BANKING	INVESTMENT SOLUTIONS
Domestic Markets - Retail Banking activities	Fixed Income	BNPP Security Services
<div><div></div>BNL</div> <div><div></div>IfItalia</div> <div><div></div>Artigiancassa</div> <div><div></div>BNL Positivity</div> <div><div></div>BNL Finance</div>	Global Equities & Commodity Derivates	BNPP Investment Partners Asset management
Domestic Markets - Leasing and Long-Term Rental	Corporate Banking Europe	BNPP Cardif Insurance
<div><div></div>Arval</div> <div><div></div>BNP Paribas Leasing Solutions</div>	Corporate Finance	BNPP Real Estate
Personal Finance	ALM Treasury	
<div><div></div>Findomestic</div> <div><div></div>Bieffe 5</div> <div><div></div>Credirama</div>	IBE Corporates	
	IBE FIG	
	Dedicated Functions	

## I VALORI DEL GRUPPO

### REATTIVITÀ

Sapersi adattare rapidamente a situazioni nuove o impreviste, coglierle come opportunità di sviluppo; saper integrare informazioni nuove per adattare alle attività programmate; essere in grado di fornire le prestazioni attese nei tempi richiesti, sia verso i clienti interni che esterni.

### CREATIVITÀ

Proporre innovazioni e partecipare ai cambiamenti, senza paura di esprimere il proprio punto di vista; essere aperti al cambiamento, prendere l’iniziativa, ricercare il miglioramento dei processi che determinano la qualità dei servizi; trovare nuove soluzioni.

### IMPEGNO

Impegnarsi personalmente verso i clienti interni ed esterni, rispondendo con precisione; tendere al proprio miglioramento, sviluppando competenze e conoscenze attraverso la formazione; coltivare lo spirito di squadra basandosi su trasparenza e cooperazione; accettare critiche e suggerimenti.

### AMBIZIONE

Perseguire spontaneamente il miglioramento delle proprie *performance* per portare il proprio insostituibile contributo alla realizzazione degli obiettivi comuni; tendere all’eccellenza e cercare di individuare e suggerire azioni correttive.

Il 1° ottobre 2014 è nata la nuova società consortile per azioni, **Business Partner Italia**, con circa 2.000 professionisti provenienti dalle diverse Società del Gruppo BNP Paribas operanti in Italia, il cui capitale sociale, di circa 5 milioni di euro, è detenuto da BNL per oltre il 90%, mentre la restante parte è distribuita fra le altre aziende del Gruppo in Italia: IfItalia, Findomestic, BNP Paribas *Milan Branch*, *Leasing Solutions*, BNP Paribas *Securities Services* e BNP Paribas *Investment Partners*, attive nei settori *bancassurance*, *corporate and investment banking*, credito al consumo, *factoring*, *leasing*, risparmio gestito. *Business Partner Italia* punta a diventare un polo altamente qualificato nell’offerta di servizi specialistici per le società del Gruppo. Nel perimetro operativo di BPI rientrano, tra le altre, le attività relative a: *back office*, acquisti, gestione e manutenzione degli immobili, consulenza interna, efficientamento aziendale, formazione e sviluppo risorse, selezione e *employer branding*, assistenza ai colleghi.



6°

GRUPPO BANCARIO  
ITALIANO PER  
TOTALE ATTIVO

2.5 MLN  
DI CLIENTI

13.600

DIPENDENTI

CIRCA 1.000

PUNTI VENDITA TRA SPORTELLI  
E CENTRI DEDICATI AI SINGOLI  
SEGMENTI DI CLIENTELA

5.558 MLN  
DI EURO

DI PATRIMONIO NETTO

1.109 MLN  
DI EURO

RISULTATO OPERATIVO LORDO

80.330 MLN  
DI EURO

TOTALE ATTIVO

101 ANNI

DI STORIA NEL 2014

**I NUMERI DEL  
GRUPPO BNL**

## CORPORATE GOVERNANCE

Il Sistema di Amministrazione e Controllo è di tipo "tradizionale" e si articola in: Assemblea, Consiglio di Amministrazione, Amministratore Delegato e Collegio Sindacale. La Banca è assoggettata alla direzione e coordinamento del suo azionista unico BNP Paribas SA-Parigi (nel 2014, non si sono verificate variazioni nel capitale sociale e nell'assetto proprietario).

### COMPOSIZIONE E RUOLO DEGLI ORGANI DELLA BANCA

DA CHI È COMPOSTO		COSA FA
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ L'assemblea è espressione del socio unico BNP Paribas S.A.</li> </ul>	← ASSEMBLEA →	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Approva il bilancio d'esercizio, nomina amministratori, presidente e componenti del Collegio Sindacale; approva i relativi compensi.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Eletto dall'assemblea in sede di nomina oppure dal CdA (che lo individua tra i suoi membri unitamente a uno o più Vice Presidenti).</li> </ul>	← PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE →	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Al Presidente e al Vice presidente non sono attribuite deleghe operative. Il Presidente assicura il coordinamento tra gli Organi Statutari e nell'ambito della struttura organizzativa adottata da CdA, il presidio dei rapporti societari, istituzionali e di rappresentanza, assicurando l'adeguatezza dell'informativa ai Consiglieri e al Mercato.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 11 membri eletti dal socio unico</li> <li>■ 5 indipendenti</li> <li>■ 1 donna</li> <li>■ 63 anni di età media</li> <li>■ I consiglieri possiedono una rilevante conoscenza del <i>business</i> bancario, con particolare esperienza su tematiche economiche, sociali e dei rischi.</li> </ul>	← CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE →	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Poteri di indirizzo, supervisione strategica e gestione.</li> <li>■ Durata in carica: 3 esercizi</li> <li>■ Nel 2014: 11 incontri, presenza media: 82%</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nominato dal CdA</li> </ul>	← AMMINISTRATORE DELEGATO →	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ L'Amministratore Delegato svolge anche funzioni di Direttore Generale.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 3 membri effettivi e 2 supplenti, nominati dall'Assemblea</li> <li>■ I componenti non possono ricoprire cariche in organi diversi da quello di controllo in altre società del Gruppo o in società partecipate dalla Banca per almeno il 10% del capitale sociale</li> <li>■ Non devono ricoprire altre cariche incompatibili ai sensi della L.214 del 2011 in materia di "Interlocking" (quest'ultimo applicato anche ai componenti del CdA).</li> </ul>	← COLLEGIO SINDACALE →	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Controlla l'amministrazione della società, vigila sull'osservanza della legge e dell'atto costitutivo.</li> </ul>



Gli Amministratori e i Sindaci devono possedere requisiti di onorabilità, professionalità e indipendenza previsti dalle norme in materia e dallo Statuto sociale. Detti requisiti vengono accertati dal CdA e la relativa delibera è inviata alla Banca d'Italia.

Oltre agli organi descritti in precedenza, il Consiglio di Amministrazione ha istituito:

- **Comitato per il Controllo Interno e Rischi:** composto da 4 membri (di cui 2 effettivi). Riunito 11 volte nel 2014 con una presenza media del 70% dei suoi membri.
- **Comitato Nomine e Remunerazioni:** 3 membri (di cui 2 indipendenti). 3 incontri nel 2014 con una presenza del 100% dei suoi membri.

I componenti del Consiglio d'Amministrazione, del Collegio Sindacale, del Comitato Remunerazioni e Nomine e del Comitato per il Controllo Interno e Rischi sono destinatari di compensi in misura fissa annua e di una medaglia di presenza, stabiliti dall'Assemblea, e di rimborsi spese spettanti per lo svolgimento dell'incarico. Il Consiglio di Amministrazione stabilisce l'ulteriore compenso annuo per l'Amministratore Delegato, sentito il parere del Comitato Remunerazioni e Nomine e del Collegio Sindacale.

BNL non ha attivato specifici canali di comunicazione che permettano ai dipendenti di interagire direttamente con il Consiglio di Amministrazione. Tuttavia, il Consiglio di Amministrazione valuta le iniziative in corso e i progetti futuri relativi alla propria politica di sostenibilità in una prospettiva di miglioramento continuo, attraverso i suggerimenti provenienti dalle funzioni e dalle Direzioni interne. Inoltre, eventuali tematiche di particolare criticità per la Banca vengono sistematicamente segnalate al Comitato per il Controllo Interno e Rischi (che funge anche da Organismo di Vigilanza istituito ai sensi del D.Lgs 231/01) ed al CdA.

Nei paragrafi successivi si riportano politiche e modalità con cui BNL presidia e gestisce i diversi rischi, come previsto dal proprio modello di *Corporate Governance*.

## IL PRESIDIO E LA GESTIONE DEI RISCHI

Il presidio dei rischi è assicurato dalla Direzione Rischi che opera in coerenza con l'assetto organizzativo del Gruppo BNP Paribas e ha un legame diretto con il *Group Risk Management (GRM)*. La Direzione Rischi verifica che il livello dei rischi di credito, controparte, di mercato (incluso liquidità a breve termine) e indirettamente di ALM (tasso di interesse *banking book* e liquidità a medio/lungo termine) assunti dalla Banca siano allineati con le rispettive *policy* e sia compatibile con la struttura economica e patrimoniale. La

### POLICY SULLE POLITICHE DEL CREDITO

È rivolta alla clientela *Corporate e Retail*, aggiungendo tra le linee guida a valore generale che indirizzano l'attività creditizia della Banca (c.d. "*Golden Rules*") la verifica dell'osservanza da parte dello stesso di comportamenti responsabili a livello sociale e ambientale, prestando particolare attenzione ai clienti che appartengono a settori particolarmente sensibili, quali ad esempio la difesa, le centrali elettriche a carbone e l'olio di palma.

Direzione Rischi, tramite appositi flussi informativi, ha una visione unitaria di tutti i rischi nel loro complesso e della loro reciproca interazione.

BNL, in sintonia con il modello del Gruppo BNP Paribas, ha realizzato la complementarietà degli ambiti "Rischi Operativi" e "Controlli Permanenti" che agiscono sinergicamente sia nella fase d'identificazione,

valutazione e monitoraggio del rischio effettivo (rischio che tiene conto della copertura delle procedure e dell'efficacia dei controlli), sia nella fase di definizione e monitoraggio delle azioni correttive. Al fine di consentire agli Organi di Governo di assumere decisioni consapevoli in merito alla gestione dei rischi, BNL si è dotata anche di un sistema di *reporting* che consente di fornire una specifica informativa di

breve/medio periodo operativa e direzionale. Nell'ambito del Sistema dei Controlli Interni – al cui interno operano diverse Funzioni aziendali di controllo, ciascuna con ruoli e responsabilità differenti e sancite a livello di normativa esterna ed interna – la Funzione di Controllo Periodico insiste essenzialmente sulla verifica "a posteriori" del regolare funzionamento della impresa ed in particolare dell'efficienza e della qualità del dispositivo di controllo permanente incentrandosi su un approccio "*risk based*".

## CONFLITTI D'INTERESSE E ALLERTA ETICO

BNL ha adottato una serie di presidi per la prevenzione dei conflitti d'interesse, intendendosi le situazioni in cui, nell'esercizio delle attività della Banca, gli interessi di questa e/o dei suoi Clienti siano in conflitto, sia direttamente che indirettamente.

In particolare, il "Dispositivo di allerta etico – *Whistleblowing*", recependo in materia i principi

stabiliti nel Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas consente a ciascun collaboratore di esercitare il diritto di formulare specifiche segnalazioni relative alla conformità delle operazioni che realizza o di cui ha conoscenza; denunciare problematiche e violazioni (anche presunte) delle regolamentazioni esterne e dei principi deontologici che potrebbero recare un danno all'immagine ed alla reputazione della Banca.

### POLICY SUL CONFLITTO D'INTERESSE DEI COLLABORATORI

Politica della Banca per la gestione dei conflitti d'interesse.

### POLICY REGALI E INVITI

DISPOSITIVO DI ALLERTA ETICO-WHISTLEBLOWING  
GESTIONE DEL RISCHIO DI REPUTAZIONE E DELLE  
OPERAZIONI PERSONALI POSTE IN ESSERE DAI SOGGETTI  
IDENTIFICATI DALLA BANCA QUALI "RILEVANTI".

## POLITICHE ANTICORRUZIONE

### POLICY CONTRO LA CORRUZIONE

Policy di carattere generale che recepisce la Policy Globale di Gruppo relativa alla Corruzione.

Uno degli aspetti che nel tempo ha acquisito una rilevanza sempre più significativa nei sistemi di controllo in BNL riguarda la prevenzione dei rischi di frode e, più in generale, di corruzione. L'osservanza

del dispositivo di cui alla normativa "231/2001" fa sì che venga costantemente tenuta vigile l'attenzione su tutti quei comportamenti e negligenze che, se posti in essere, creerebbero i presupposti per il configurarsi di rischi-reato sanzionati dalla citata normativa esterna. In tal senso BNL è impegnata in *primis* nella realizzazione di una mirata formazione per tutte quelle risorse deputate ad eseguire tali verifiche.

In questo ambito la struttura di *Inspection Générale – Hub Italy* della Banca può svolgere indagini interne, dietro incarico dell'*Inspection Générale* della Capogruppo, a seguito di richieste dei vertici delle entità auditate seguendo le procedure di Gruppo in materia.

## ANTIRICICLAGGIO E ANTITERRORISMO

Nel 2014 è stato rinnovato l'impegno a richiedere a tutti gli *stakeholder* della Banca di adottare comportamenti che contrastino il manifestarsi di episodi di riciclaggio e terrorismo. In particolare sono stati condotti interventi mirati ad assicurare la piena conoscenza del cliente, la tracciabilità delle transazioni finanziarie e l'individuazione di comportamenti

### POLICY ANTIRICICLAGGIO

Normativa che si pone l'obiettivo di razionalizzare e semplificare i vigenti principi generali applicati dal Gruppo in materia di contrasto al riciclaggio e al finanziamento del terrorismo.

### REGOLAMENTO ANTIRICICLAGGIO

anomali ai fini della segnalazione di eventuali operazioni sospette. Nel 2014 il numero delle posizioni esaminate è stato pari a 1.113; di queste 1.099 sono state inoltrate all'Unità di Informazione (di cui 106 riferite all'uso anomalo delle carte di pagamento).

## EMBARGHI E ARMAMENTI

### POLICY DIFESA

Definisce le questioni etiche legate al settore della difesa.

### POLICY EMBARGHI

Direttive generali di gestione degli embarghi.

### POLICY SULLE MINE ANTIPERSONA E LE MUNIZIONI A GRAPPOLO

Limita o vieta lo sviluppo e l'investimento nel settore degli armamenti.

BNL attua quanto disposto con specifica *policy* dal Gruppo BNP Paribas, per la gestione delle transazioni con controparti estere soggette ad embargo, ovvero con entità ed operatori commerciali destinatari di sanzioni. Il Gruppo BNP Paribas, nell'ambito della gestione del rischio reputazionale, si astiene da operazioni che coinvolgono persone o Paesi oggetto di sanzioni, adottate non solo dalla UE ma anche da

altri Paesi o organismi internazionali, applicando in questo modo *policy* più restrittive e che vanno oltre le previsioni di legge in materia di embarghi previsti dalla normativa Italiana e dalla U.E.

Nell'ambito delle operazioni di esportazione, importazione e transito di materiali di armamento, regolate dalla Legge 9 luglio 1990 n. 185, l'operatività di BNL, nel quadro della propria strategia di Responsabilità Sociale, è molto restrittiva e circoscritta alle sole operazioni scambiate con Paesi UE e NATO.



## ASSETTO ORGANIZZATIVO

L'assetto organizzativo della Banca è studiato per affrontare il mercato e le relative dinamiche con integrazione e rapidità del processo decisionale, migliorando il servizio ai clienti e il presidio dei rischi. La struttura organizzativa della Direzione Centrale è suddivisa, in Funzioni (poste al presidio dei processi di *Governance*) e Linee di *Business* (poste a presidio dei mercati e a supporto delle attività commerciali della Banca).

Operano quali **Funzioni**: Direzione *Compliance*, Direzione Comunicazione, Direzione Finanziaria, Direzione Immobiliare, Direzione IT, Direzione Legale, Direzione *Operations*, Direzione Rischi, Direzione Risorse Umane, *Inspection Générale - Hub Italy*. Rientrano tra le Funzioni anche i seguenti Servizi, a riporto, oltre che del *General Management*, anche del Presidente: Servizio Relazioni Istituzionali, Servizio Media *Relations*, Servizio Studi. A diretto riporto del Presidente del Consiglio di Amministrazione opera, inoltre, la Segreteria Organi Statutari.

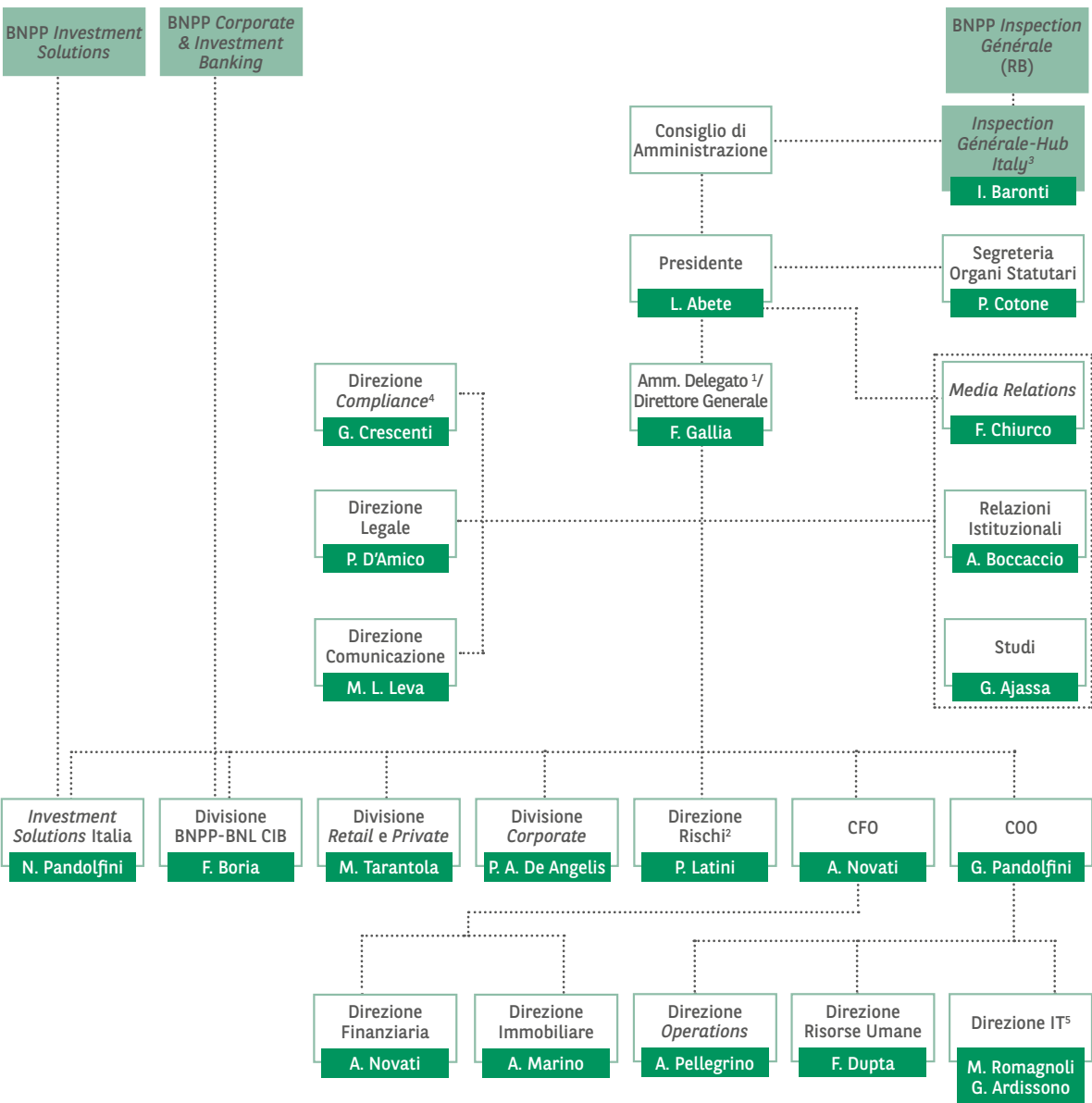
Operano quali **Linee di Business**: Divisione *Retail e Private*, Divisione *Corporate*, Divisione BNPP-BNL *Corporate e Investment Banking*, *Investment Solutions Italia*.

A diretto riporto dell'Amministratore Delegato operano inoltre:

- il **Chief Operating Officer (COO)**, con la responsabilità di assicurare un governo unitario nella gestione della "macchina operativa" attraverso il coordinamento della Direzione Risorse Umane, della Direzione IT e della Direzione *Operations*;
- il **Chief Financial Officer (CFO)**, con responsabilità sulla Direzione Finanziaria e sulla Direzione Immobiliare;

Sono stati costituiti inoltre **Comitati Interfunzionali** che operano, ove previsto, con i poteri delegati dal Consiglio di Amministrazione e dall'Amministratore Delegato.

## ORGANIGRAMMA DELLA DIREZIONE CENTRALE AL 31/12/2014



- 1) Membro del Comitato Esecutivo di BNP Paribas e Responsabile del Gruppo BNP Paribas per l'Italia.
- 2) La Direzione Rischio ha un legame diretto con il Group Risk Management (GRM) di BNP Paribas.
- 3) Il Direttore *Inspection Générale-Hub Italy* riporta funzionalmente al Consiglio di Amministrazione e, per esso, al Presidente di BNL; all'Amministratore Delegato ed al Comitato per il Controllo Interno di BNL.
- 4) Il Direttore *Compliance* riporta funzionalmente al Consiglio di Amministrazione e, per esso, al Presidente di BNL; al Comitato per il Controllo Interno di BNL alla *Conformité Groupe* BNP Paribas. All'interno della Direzione *Compliance* è strutturata la Funzione Aziendale Antiriciclaggio.
- 5) La Direzione IT riporta funzionalmente alle strutture di Capogruppo ITP-IT Production Services (ITPS) per le tematiche di produzione informatica e RB-Retail Banking Information Systems (RBIS) per le tematiche di sviluppo applicativo.

Da ottobre 2014 è operativa, per mezzo del conferimento del ramo d'azienda, la **Società Business Partner Italia SCpA** del Gruppo BNL nella quale sono confluite dalla Direzione *Operations* le attività di post vendita, precedentemente svolte dalla rete territoriale di *back office*, il presidio del *sourcing* e la gestione delle iniziative *lean banking*, e dalla Direzione Risorse Umane il governo delle politiche retributive e dei *benefit*, della formazione e riqualificazione professionale.

## APPROCCIO ALLA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

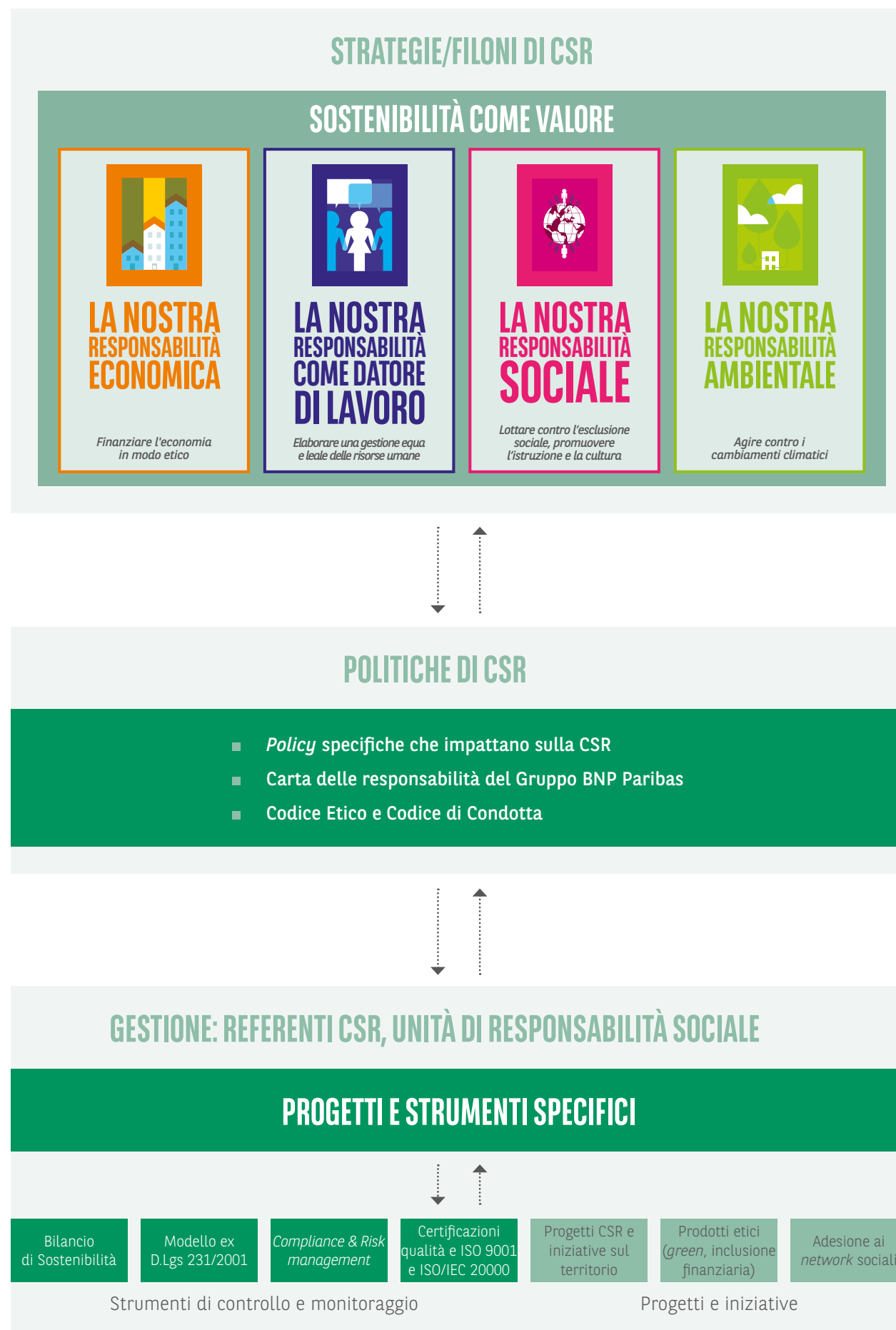
In linea con la strategia di *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Gruppo, dal 2012, BNL ha suddiviso le attività di CSR in quattro filoni di responsabilità: economica, come datore di lavoro, sociale e ambientale. Per BNL, **Responsabilità Economica**, significa gestire responsabilmente la relazione di fiducia che BNL instaura con tutti i suoi clienti e con la comunità realizzando insieme a loro progetti imprenditoriali e di vita. È per preservare questa fiducia che il livello di soddisfazione dei clienti è costantemente monitorato, in modo da allineare le decisioni di *business* con le esigenze dei clienti.

BNL riconosce la sua **Responsabilità come Datore di Lavoro**, investendo nelle proprie persone attraverso la formazione, piani di sviluppo, pari opportunità e *welfare* aziendale, perché le sue persone sono risorse fondamentali attraverso le quali la Banca traduce con atteggiamenti operativi le proprie scelte strategiche, garantendo qualità sul mercato e nella società. Con la sua lunga storia, BNL vanta un impegno costante nella sua **Responsabilità Sociale**. È attenta ai valori e alle esigenze della società in cui opera rispondendo in maniera concreta con iniziative e progetti tipo, la ricerca scientifica con *Telethon*, l'educazione finanziaria con i corsi *EduCare*, le sponsorizzazioni in campo artistico, culturale, musicale e sportivo, l'inclusione sociale in *partnership* con l'Associazione Libera di don Ciotti, l'accesso al credito con PerMicro e tante altre che ritroverete anche nel presente Bilancio.

**Responsabilità Ambientale** significa, per BNL, promuovere un'economia che sia sostenibile, provando a coniugare esigenze di risparmio economico e di crescita con il rispetto dell'ambiente, riducendo l'impatto ambientale e lottando contro il cambiamento climatico.



## L'APPROCCIO ALLA CSR DI BNL



L'approccio di BNL alla sostenibilità, oltre ad essere un atteggiamento concreto e responsabile, ha ricadute positive sul *business* in termini di profitto e crescita economica. Per questo motivo BNL sottoscrive la **Carta delle Responsabilità del Gruppo BNP Paribas**, caratterizzata da quattro messaggi chiave:

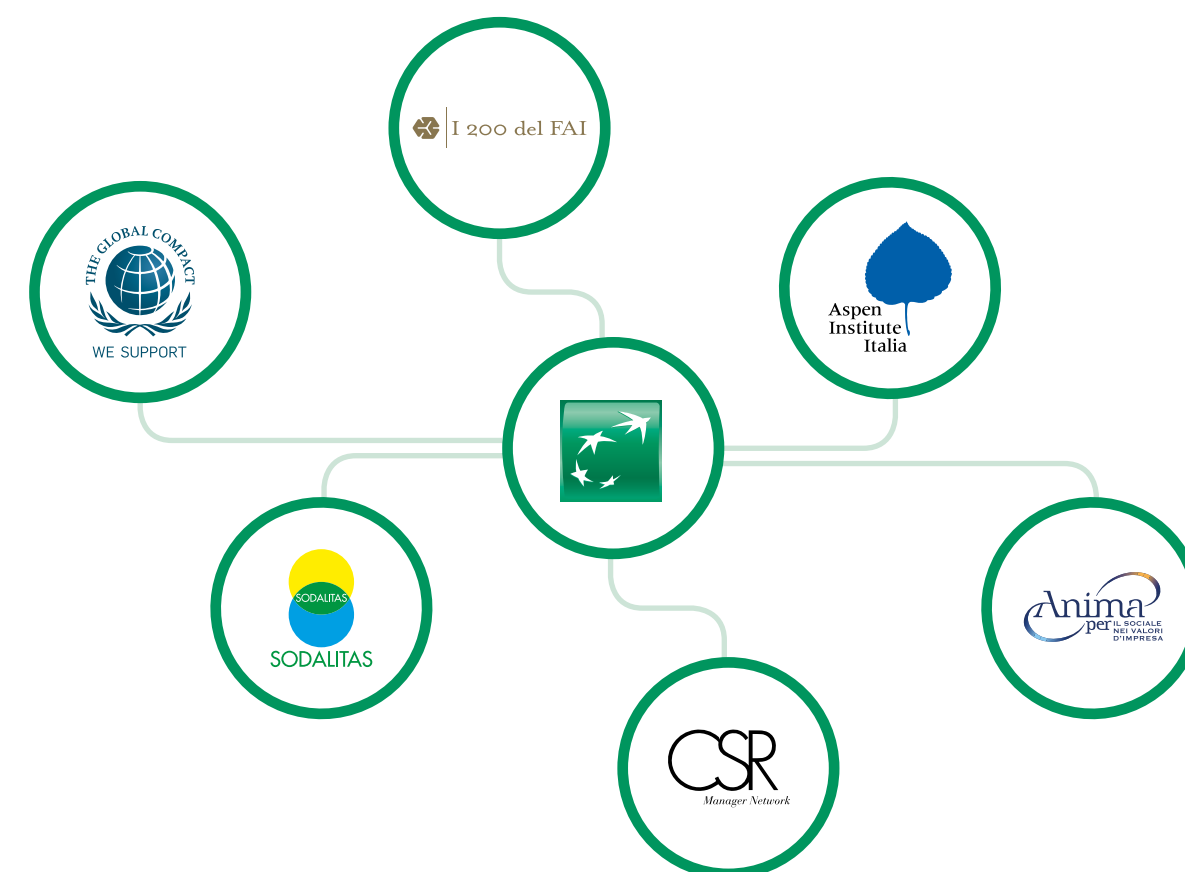
- Rimanere fedeli alla *mission* primaria, un approccio di lungo termine nel servizio ai nostri clienti;
- Essere pronti ad assumere dei rischi, assicurando un rigoroso controllo del rischio;
- Seguire una rigorosa etica di *business*;
- Essere una Banca responsabile.

BNL, nel corso degli anni, ha identificato circa **75 Referenti CSR** appartenenti a tutte le funzioni aziendali, dotate di competenze specifiche nei settori che presentano un impatto rilevante per le tematiche di responsabilità sociale. Costantemente durante l'anno, queste figure professionali vengono coinvolte sia nella redazione del Bilancio di Sostenibilità di BNL sia in programmi e iniziative di CSR sia per altre forme di *reporting* che rispondono alle richieste della Capogruppo per gli indici di sostenibilità.

Le principali iniziative di CSR che la Banca realizza vengono annualmente rendicontate nel Bilancio di Sostenibilità redatto dall'**Unità di Responsabilità Sociale della Banca**, con la collaborazione dei Referenti CSR. L'Unità RSI organizza ciclicamente incontri formativi per aggiornare i Referenti CSR sulle principali novità in ambito di sostenibilità.

L'identità valoriale di BNL, inoltre, è ben esplicita nel suo Codice Etico, di Condotta e nei suoi molteplici strumenti interni quali il modello di Organizzazione e Gestione ex D. Lgs. 231/2001, il Piano dei Controlli ex D. Lgs. 231/01, il Dispositivo di Allerta Etico e le *Policy* emanate sui temi di responsabilità sociale.

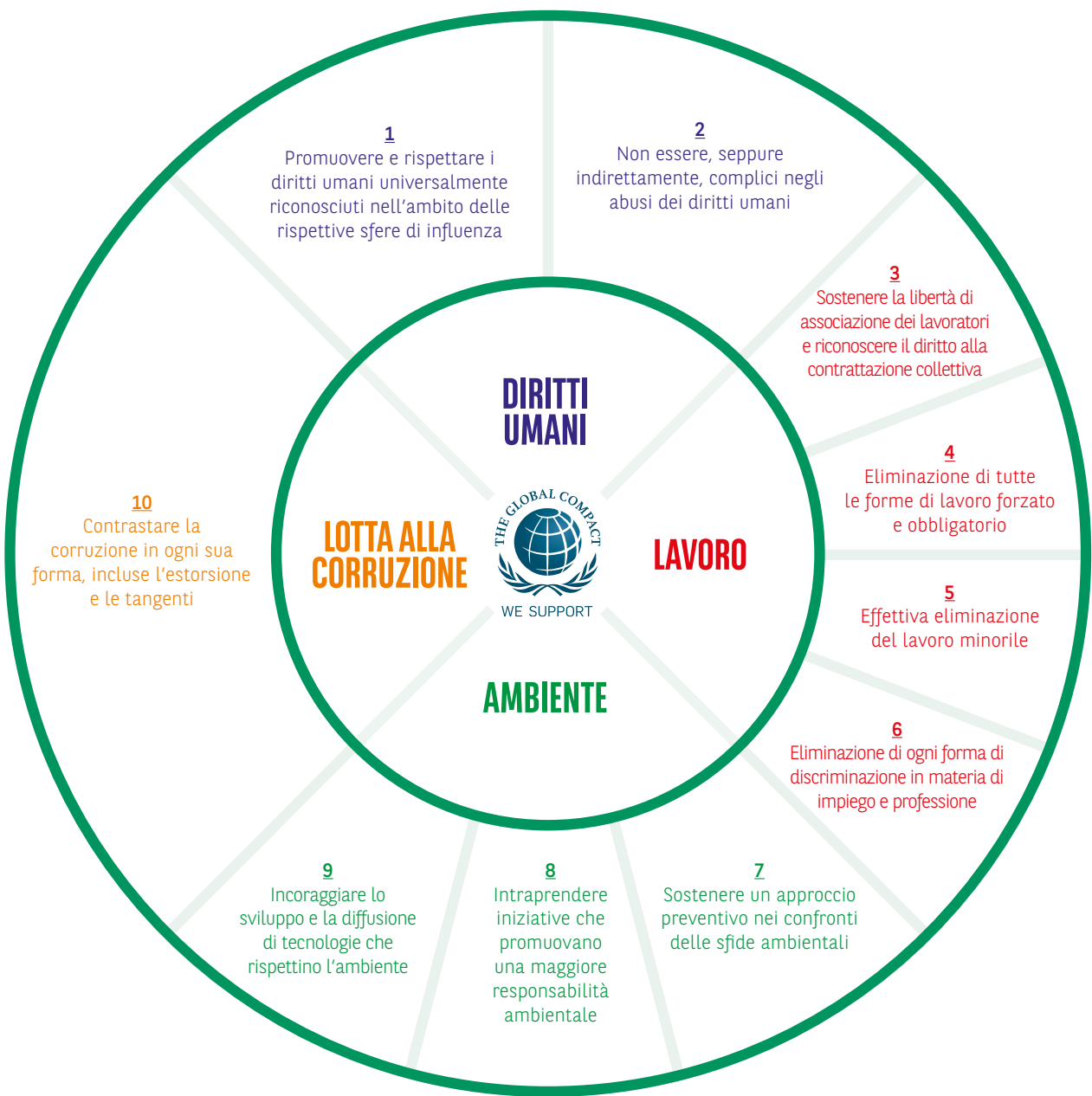
## BNL SOSTIENE



## I PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT E GLI INDICATORI GRI

BNL aderisce al *Global Compact*, il protocollo ideato dall'ex segretario dell'ONU Kofi Annan, cui le imprese volontariamente possono aderire impegnandosi a osservare, nella loro operatività, i 10 principi mirati al rispetto dei diritti umani, della qualità del lavoro, alla tutela dell'ambiente, al contrasto della corruzione. La partecipazione al *Global Compact* degli operatori e della comunità internazionale è simbolo della cooperazione per la crescita sostenibile. Lo schema nella pagina seguente mette in relazione i 10 principi del *Global Compact* con gli Indicatori GRI G4 (🌐) direttamente rilevanti e rendicontati nel presente Bilancio di Sostenibilità.

## SCHEMA DI RACCORDO PRINCIPI GLOBAL COMPACT E INDICATORI GRI



<b>1 - DIRITTI UMANI</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Diritti Umani: G4-HR2, G4-HR9, G4-HR12</li> <li>■ Performance sulla società: G4-SO1, G4-SO2</li> </ul>	<b>2 - DIRITTI UMANI</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Diritti Umani: G4-HR1, G4-HR10, G4-HR11</li> </ul>	<b>3 - LAVORO</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ G4-11 Pratiche di lavoro: G4-LA4</li> </ul>	<b>4 - LAVORO</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ G4-HR4</li> <li>■ Diritti Umani</li> </ul>	<b>5 - LAVORO</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ G4-HR5</li> <li>■ Diritti Umani</li> </ul>
--	--	--	---	---

<b>6 - LAVORO</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ G4-10</li> <li>■ Pratiche di Lavoro: G4-LA1, G4-LA3, G4-LA9, G4-LA11, G4-LA12, G4-LA13</li> <li>■ Diritti Umani: G4-HR3</li> </ul>	<b>7 - AMBIENTE</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Performance economica: G4-EC2</li> <li>■ Performance ambientale: G4-EN1, G4-EN3, G4-EN8, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN20, G4-EN21, G4-EN27</li> </ul>	<b>8 - AMBIENTE</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Performance ambientale: G4-EN1, G4-EN2, G4-EN3, G4-EN4, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN7, G4-EN8, G4-EN9, G4-EN10, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN20, G4-EN21, G4-EN22, G4-EN23, G4-EN24, G4-EN25, G4-EN26, G4-EN27, G4-EN28</li> </ul>	<b>9 - AMBIENTE</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Performance ambientale: G4-EN6, G4-EN7, G4-EN19, G4-EN27</li> </ul>	<b>10 - LOTTA ALLA CORRUZIONE</b> 🌐 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Etica ed Integrità: G4-S6, G4-S7, G4-S8</li> <li>■ Performance sulla società: G4-SO3, G4-SO4, G4-SO5</li> </ul>
---	---	---	--	--



# COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER\* E ANALISI DI MATERIALITÀ

## LA MAPPA DEI NOSTRI STAKEHOLDER



\*Con il termine *stakeholder* ci si riferisce a qualsiasi individuo o gruppo di persone in grado di influenzare o essere influenzato dalle attività del Gruppo.

La mappa sopra riportata rappresenta sinteticamente i portatori di interesse di BNL con i quali instaura differenti tipologie di relazione secondo i principi della trasparenza e della responsabilità.

Per BNL, infatti, l'ascolto e il dialogo sono due elementi chiave per instaurare una solida e trasparente relazione con i propri *stakeholder*. Queste relazioni si fondano su una cultura aziendale che ha cercato di esprimere al meglio i valori del Gruppo e che puntano a sviluppare sempre di più nuove modalità di coinvolgimento sia all'interno che all'esterno della Banca. È importante per ogni società identificare in maniera corretta i propri *stakeholder* in quanto permette, conoscendo le tematiche ritenute da loro prioritarie, di instaurare un rapporto fiduciario in grado di generare valore per tutte le categorie di *stakeholder* e portare benefici al Gruppo stesso. In particolare, all'interno di uno scenario dinamico, competitivo e in continuo cambiamento sono gli argomenti suggeriti dagli *stakeholder* che permettono a BNL di prevedere e anticipare i cambiamenti e identificare le tendenze al fine di generare valore aggiunto nel breve e nel lungo termine a vantaggio di tutti. Con la redazione del presente Bilancio di Sostenibilità, i Referenti CSR di tutte le funzioni della Banca sono stati coinvolti per aggiornare la mappa degli *stakeholder* durante uno specifico incontro di formazione e di lavoro che ha prodotto delle analisi costruite in base ai criteri definiti dallo standard AA1000 *Stakeholder Engagement Standard* 2011 (responsabilità, dipendenza, influenza, prossimità/vicinanza, rappresentanza, politiche e decisioni strategiche). Analizzando le dimensioni "influenza" e "dipendenza" dello *stakeholder* è stato possibile, tramite una apposita matrice, identificare i soggetti che hanno un impatto più significativo sul raggiungimento degli obiettivi di CSR della Banca e quelli che sono maggiormente influenzati dalle attività d'impresa. Questo permetterà, per il futuro, di indirizzare in modo prioritario l'attenzione ed il comportamento di BNL per assicurare il raggiungimento degli obiettivi di CSR, rispettando le aspettative degli *stakeholder* significativamente influenzati.

## VARIABILI CONSIDERATE PER L'APPROFONDIMENTO DELL'ANALISI DEGLI STAKEHOLDER

### INFLUENZA/POTERE

Per influenza si intende che uno *stakeholder* con le sue decisioni e i suoi comportamenti può incidere sui servizi/attività e sui risultati generati dalla Banca per tutelare i propri interessi/aspettative (anche istituzionali).

### DIPENDENZA O INTERESSE

Per dipendenza o interesse si intende che uno *stakeholder* può trarre, direttamente o indirettamente, utilità, beneficio e vantaggio dai servizi/attività e dai risultati generati dalla Banca in quanto vede soddisfatte le proprie aspettative.

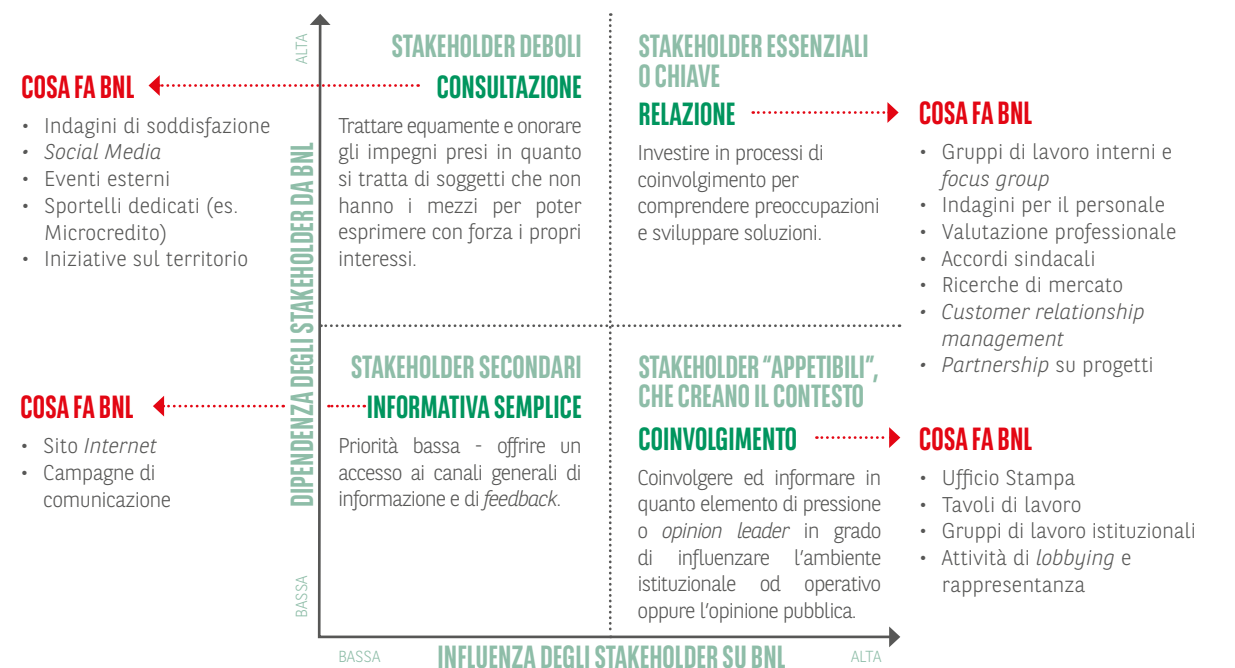
Nella figura seguente si riporta la matrice Influenza/Dipendenza costruita a seguito delle analisi.

Come si legge la matrice:

- **Stakeholder essenziali o chiave:** rappresentano coloro con cui BNL deve costruire relazioni forti e durature (*relationship*) perché hanno alto interesse e alta influenza rispetto a obiettivi, decisioni, operatività della Banca e, quindi, forte capacità di intervento come ad esempio i clienti o i dipendenti.
- **Stakeholder appetibili (o che creano il contesto):** rappresentano coloro che è opportuno coinvolgere poiché hanno basso interesse diretto, ma alta influenza. Questa categoria può essere rappresentata da Istituzioni, gruppi di pressione o da *opinion leader*, *mass media* in grado di influenzare il contesto della Banca o l'opinione pubblica rispetto a determinate tematiche.
- **Stakeholder deboli:** sono coloro che hanno alto interesse, ma bassa influenza. Questa categoria è rappresentata da soggetti che non hanno i mezzi e gli strumenti per poter esprimere in modo forte e omogeneo i propri interessi.
- **Stakeholder secondari:** sono coloro che non hanno elevato interesse nei confronti di BNL e che inoltre hanno scarso potere di influenzare la Banca. Verso di essi è sufficiente garantire una comunicazione generale e l'accesso alle informazioni.

Per ogni categoria di *stakeholder*, la matrice riporta inoltre la strategia di relazione e coinvolgimento che un'organizzazione deve opportunamente instaurare.

## MATRICE INFLUENZA/DIPENDENZA PER L'ANALISI DEGLI STAKEHOLDER





Segue l'elenco dei principali canali di ascolto e coinvolgimento utilizzati da BNL con le differenti categorie di *stakeholder*.

LE ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEI NOSTRI STAKEHOLDER

DIPENDENTI

ATTIVITÀ E STRUMENTI	RISULTATI
<b>Ascolto</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Indagine <i>Global People Survey</i>: temi principali della vita in azienda</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>74% partecipanti</li><li>83% orgoglioso del Gruppo</li><li>73% condivide gli obiettivi aziendali</li><li>77% soddisfatto del <i>management</i> diretto</li><li>Aree di miglioramento: <i>Operational Efficiency</i>, <i>Careers</i> e <i>Diversity</i></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>Valutazione Professionale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>12.824 dipendenti hanno ricevuto una valutazione professionale.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>Assistenza telefonica</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Circa 1 milione di contatti tra <i>ticket</i>, <i>e-mail</i> e telefono.</li></ul>
<b>Eventi interni</b> <ul style="list-style-type: none"><li>BNL <i>Day</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>2.700 partecipanti diretti, 10.000 partecipanti tramite la <i>intranet</i>.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li><i>Convention</i> e <i>workshop</i> manageriali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Coinvolte tutte le figure manageriali.</li></ul>
<b>Comunicazioni</b> <ul style="list-style-type: none"><li><i>Newsletter</i>, riviste aziendali e video</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Coinvolti tutti i dipendenti in modalità <i>online</i> e <i>digital</i>.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li><i>Intranet</i> aziendale</li><li>Pubblicazioni bancarie <i>Set News</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Accesso garantito a tutti i dipendenti</li><li>50 uscite annuali.</li></ul>
<b>Customer Satisfaction</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Questionari <i>online</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Somministrazione ogni 6 mesi.</li><li>Incontri <i>spot</i> con 15-20 dipendenti di rete</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li><i>Focus group</i> sull'efficacia e gradimento delle applicazioni IT in fase di sviluppo</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>Analisi oggettiva e soggettiva della percezione dei lavoratori sul tema <i>stress</i> da lavoro correlato</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Circa 6.000 persone coinvolte tramite questionario di 56 <i>item</i> a risposta chiusa.</li></ul>
<b>Relazioni Industriali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Tavoli di lavoro, contatti e incontri costanti con le parti sindacali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>19 accordi siglati nel 2014</li><li>Circa 70 incontri nel 2014</li></ul>
<b>Formazione</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Corsi <i>online</i> e in aula</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>65.000 giornate erogate nel 2014 di cui il 57% in modalità <i>e-learning</i></li></ul>

CLIENTI

ATTIVITÀ E STRUMENTI	RISULTATI
<b>Comunicazioni</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Campagne pubblicitarie TV, stampa e <i>web</i></li><li><i>Social listening</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Effettuate 4 campagne TV, 6 stampa e 9 <i>web</i>.</li><li><i>Twitter</i>: circa 70.000 <i>follower</i>; <i>Facebook</i>: oltre 1 milione di <i>fan</i>; <i>YouTube</i>: oltre 13 milioni di visualizzazioni; <i>mestiereimpresa.it</i>: 2.000 utenti</li><li>10.478.221 visualizzazioni nel 2014</li><li>Approfondimenti sui principali temi economici della Banca. 42 uscite nel 2014</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>Sito <i>bnl.it</i></li><li><i>Focus</i> settimanali</li></ul>	
<b>Consulenza</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Centro Relazioni Clientela</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Oltre 3.500.000 chiamate <i>inbound</i> sono state gestite nel 2014.</li></ul>
<b>Customer Satisfaction</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Indagini telefoniche, questionari sul <i>web</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>71 è l'indice globale medio di soddisfazione della clientela <i>Corporate</i> e <i>Retail</i>.</li><li>Raccolte informazioni utili sulla necessità e scelte finanziarie delle famiglie e individui.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>Ricerche <i>multiclient</i></li></ul>	
<b>Alfabetizzazione bancaria</b> <ul style="list-style-type: none"><li><i>EduCare</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><i>EduCare</i>: oltre 500 seminari, circa 10.000 partecipanti nel 2014</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>Iniziative sul territorio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>80 incontri presso le istituzioni del territorio per discutere sui principali temi della congiuntura economica.</li></ul>

UNIVERSITÀ

ATTIVITÀ E STRUMENTI	RISULTATI
<b>Orientamento dei giovani al mondo del lavoro</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Programma <i>Ambassador</i></li><li><i>Talent Day</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>85 dipendenti coinvolti nel progetto.</li><li>17 edizioni con la partecipazione di 300 ragazzi nel 2014</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>OrientaMente <i>By</i> BNL</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>12 edizioni, 600 partecipanti tra laureandi e neolaureati nel 2014</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>Ti presento a BNL</li><li><i>Recruiting Day</i></li><li><i>Job.bnl.it</i></li><li><i>Social wall</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>400 candidature ricevute nel 2014</li><li>2.600 candidature pervenute nel 2014</li><li>22.000 <i>follower</i> su LinkedIn</li><li>9.993 visite dal lancio nei primi mesi del 2014</li></ul>

MEDIA

ATTIVITÀ E STRUMENTI	RISULTATI
<b>Rapporti con i giornalisti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Servizio @BNL_PR</li><li>Uscite su testate nazionali, locali e estere</li><li>Comunicati stampa</li><li>Interviste stampa, radio e tv nazionali e locali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>300 <i>tweet</i> inviati nel 2014.</li><li>Circa 10.000 articoli su BNL e sul Gruppo BNPP</li><li>83 Comunicati stampa su tematiche istituzionali, di <i>business</i>, eventi e sponsorizzazioni nel 2014.</li><li>150 interviste a <i>top manager</i> della BNL e società del Gruppo.</li></ul>

TERZO SETTORE

ATTIVITÀ E STRUMENTI	RISULTATI
<b>Mappatura delle imprese sociali sul territorio</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Creazione di una struttura dedicata in BNL</li><li>Analisi delle imprese sociali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Circa 8.000 clienti <i>Corporate</i> del Terzo Settore.</li><li>Circa 100 clienti, che rispondono ai requisiti di imprenditorialità sociale, hanno beneficiato del sostegno finanziario di BNL nel 2014.</li><li>50,8 milioni di euro accordati al Terzo Settore nel 2014.</li></ul>
<b>Ascolto</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Sportelli dedicati al Microcredito</li><li>Attivazione rete di associazioni non <i>profit</i> per l'accesso al sistema <i>welfare</i> territoriale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>5 PerMicro <i>Point</i> aperti a Bari, Brescia, Catania, Napoli e Roma.</li><li>Operative nel 2014, 8 associazioni non <i>profit</i> sull'area Sud Ovest di Milano in collaborazione con BNL per l'attività di ascolto e sostegno alle famiglie disagiate.</li></ul>
<b>Selezione dei <i>partner</i> di progetto</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Studio e verifica fattibilità delle idee progettuali per il sociale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Contatti annuali con circa 50 realtà appartenenti al mondo del non <i>profit</i>.</li><li>Oltre 250 iniziative sociali sostenute nel 2014.</li></ul>
<b>Convegni ed eventi</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Lancio delle iniziative/progetti</li><li>Campagne di comunicazione TV, stampa, ecc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Organizzati convegni/tavole rotonde di presentazione dei progetti con il Terzo Settore in <i>partnership</i> con BNL.</li><li>60% dei comunicati stampa è stato dedicato ai temi di Responsabilità Sociale e un terzo ha riguardato specificatamente iniziative benefiche e di solidarietà.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>Maratona Televisiva dedicata alla raccolta fondi di <i>Telethon</i> con consegna assegno BNL in TV. Nelle agenzie BNL di tutto il territorio, campagna di raccolta fondi per <i>Telethon</i> in <i>partnership</i> con Caffarel.</li><li>Attivazione del canale ATM con l'iniziativa "donare è un viaggio bellissimo" per la donazione attraverso gli sportelli automatici della Banca.</li></ul>
<b>Monitoraggio delle attività</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Incontri sul territorio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>6 incontri in media l'anno.</li></ul>

ISTITUZIONI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

ATTIVITÀ E STRUMENTI	RISULTATI
<b>Parlamento, Governo, Banca d'Italia, Ministeri, Authority, ABI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Monitoraggio quotidiano dell'iter legislativo delle norme aventi riflessi sull'attività del Gruppo, note tecniche e contatti settimanali.</li><li>Partecipazioni periodiche a gruppi di lavoro e tavole rotonde istituzionali.</li></ul>

FORNITORI

ATTIVITÀ E STRUMENTI	RISULTATI
<b>Selezione dei Fornitori</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Programmi di qualificazione e valutazione</li><li>Gare</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>295 fornitori coinvolti e 265 progetti gestiti nel 2014.</li><li>La valutazione delle offerte viene effettuata considerando un peso del 5% sugli aspetti di Responsabilità Sociale nella propria gestione aziendale.</li></ul>
<b>Contratti con BNL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Tutti i collaboratori rispettano la <i>Policy</i> Fornitori nei loro rapporti.</li><li>Sottoscrizione, da parte dei Fornitori, di clausole vincolanti in tema di diritti umani e norme e convenzioni dell'OIL.</li><li>Obbligo, da parte dei Fornitori, al rispetto del Codice Etico di BNL e inserimento all'Albo dei Fornitori.</li><li>Presentazione dei Fornitori di requisiti legati alla solidità e affidabilità economico-finanziaria, dichiarazione del territorio nel quale devono essere effettuate le forniture, possesso di certificazioni.</li></ul>

## ANALISI DI MATERIALITÀ

Per il primo anno BNL ha condotto un'analisi di materialità volta ad indentificare e dare una priorità alle tematiche considerate rilevanti e significative per BNL stessa e per i suoi *stakeholder*.

Secondo il *Global Reporting Initiative*, "gli argomenti rilevanti sono quelli che possono ragionevolmente essere considerati importanti perché riflettono gli impatti economici, sociali e ambientali della Banca oppure perché sono in grado di influenzare le decisioni degli *stakeholder* e quindi meritano potenzialmente di essere inclusi nella rendicontazione".

Attraverso l'analisi BNL ha individuato dapprima gli aspetti significativi per l'organizzazione da un punto di vista economico, ambientale e sociale e successivamente li ha sottoposti al giudizio di un gruppo di *stakeholder*: l'obiettivo era capire come tali argomenti entrano nelle decisioni e valutazioni degli *stakeholder* nel momento in cui si relazionano con BNL. Gli argomenti su cui gli *stakeholder* hanno dovuto esprimere una propria opinione sono stati accuratamente selezionati da BNL sulla base di fattori interni (*mission*, valori, strategia aziendale, *policy* interne, ecc.) ed esterni all'organizzazione (*Global Reporting Initiative*, Linee guida ABI, ISO 26000, *benchmark* di settore, ecc.).

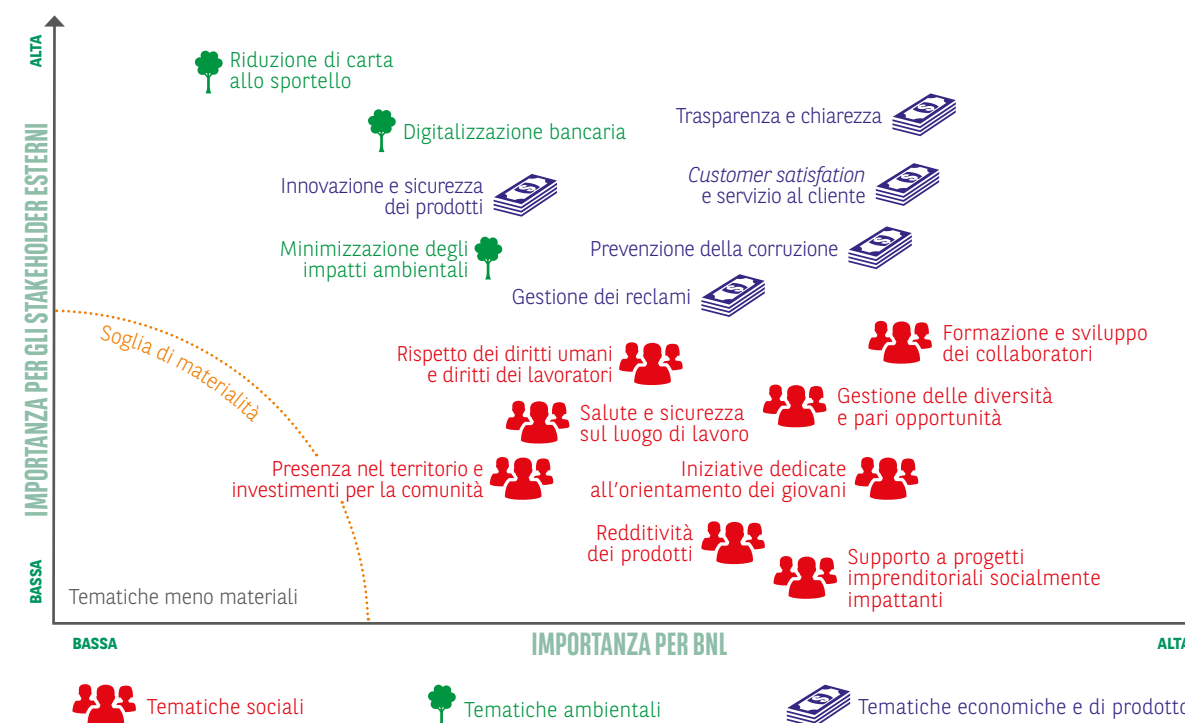
L'analisi è stata condotta interessando sia un gruppo di dipendenti (referenti CSR di tutte le funzioni aziendali della Banca) sia coinvolgendo circa 50 *stakeholder* esterni che si rapportano a vario titolo con BNL. A tutti è stato sottoposto un questionario attraverso il quale hanno attribuito un punteggio (su una scala da 1 a 10) ad ogni tematica di sostenibilità, al fine di valutare l'importanza e la priorità che BNL dovrebbe attribuire a ciascuna di essa.

Le tematiche rilevanti individuate dall'analisi di materialità rappresentano gli aspetti su cui BNL deve continuare ad impegnarsi cercando sempre di migliorare le proprie *performance*; il Bilancio di Sostenibilità rendiconta quanto finora BNL ha realizzato su queste tematiche.



L'immagine nella pagina seguente mostra sinteticamente le tematiche che hanno ottenuto una valutazione molto alta sia per gli *stakeholder* interni che per gli esterni e che quindi rappresentano tutte le tematiche materiali da rendicontare nel presente Bilancio, avendo superato punteggio pari a 7 (soglia di materialità).

## PROSPETTO ANALISI DI MATERIALITÀ



L'analisi ha riguardato anche una serie di ulteriori aspetti associati alla sostenibilità di BNL e che gli *stakeholder* hanno considerato meno rilevanti e per i quali non reputano che BNL debba porre maggiore attenzione rispetto a quanto già pratica. Tra questi, si ricordano: reputazione e credibilità; tutela della *privacy*; accessibilità ai servizi bancari; educazione finanziaria per i clienti e la comunità; progetti in *partnership* con il Terzo Settore; criteri di sostenibilità negli acquisti; trasparenza nella selezione dei fornitori; prodotti e servizi per l'ambiente; finanziamenti a clienti che non impattano con la loro attività sull'ambiente; tutela degli habitat naturali e della biodiversità. Alcune di queste tematiche sono state comunque rendicontate da BNL all'interno del Bilancio di Sostenibilità. In sintesi, l'analisi di materialità ha portato alle seguenti considerazioni:

- non si evidenziano sostanziali differenze nelle valutazioni degli *stakeholder* interni rispetto agli *stakeholder* esterni;
- gli argomenti più materiali per entrambi i gruppi di *stakeholder* sono quelli relativi agli aspetti economici e di prodotto (*Customer satisfaction* e servizio al cliente, gestione dei reclami, Trasparenza, Anti corruzione) e agli aspetti sociali relativi ai Collaboratori (formazione e sviluppo, *diversity* e pari opportunità, diritti, salute e sicurezza);
- le tematiche ambientali, legate alla riduzione di carta e all'utilizzo sempre più diffuso delle nuove tecnologie in sostituzione dei canali tradizionali, sono state considerate prioritarie più dagli *stakeholder* esterni che dagli interni;
- gli investimenti di BNL per la Comunità e tutte le iniziative ad essa correlate hanno ricevuto valutazioni importanti da entrambi i gruppi di *stakeholder*.

Una volta analizzati i risultati della matrice si è poi proceduto ad associare i temi materiali di BNL alla lista degli aspetti definiti dal GRI "*Specific Standard Disclosure*", selezionando quelli che meglio rappresentano i risultati emersi dell'analisi di materialità.



TEMATICHE MATERIALI	ASPETTI GRI-G4
Trasparenza e chiarezza	Etichettatura di prodotti e servizi Attività di <i>marketing</i>
Prevenzione della corruzione	Anticorruzione
Innovazione e sicurezza dei prodotti	Salute e sicurezza dei consumatori
<i>Customer Satisfaction</i> e servizio al cliente	Etichettatura di prodotti e servizi
Gestione dei reclami	<i>Privacy</i> del consumatore Attività di <i>marketing</i>
Rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori	Occupazione Lavoro/relazioni industriali Salute e sicurezza sul lavoro Formazione e istruzione Diversità e pari opportunità Parità di retribuzione per uomini e donne Valutazione dei fornitori sulla base delle politiche e condizioni di lavoro Meccanismi per i reclami in materia di condizioni di lavoro
Iniziative dedicate all'orientamento dei giovani nel mondo del lavoro	Comunità locali Impatti economici indiretti
Presenza della Banca nel territorio: Investimenti per la Comunità	Comunità locali Impatti economici indiretti
Formazione e sviluppo professionale dei collaboratori	Formazione e istruzione
Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro
Gestione delle diversità e Pari opportunità	Diversità e pari opportunità Parità di retribuzione per uomini e donne
Digitalizzazione bancaria (uso <i>web</i> , <i>smartphone</i> per operazioni Banca)	Prodotti e servizi
Minimizzazione degli impatti ambientali diretti	Materiali, Energia, Emissioni e Rifiuti
Riduzione/Abolizione di carta allo sportello	Materiali
Redditività dei prodotti	<i>Performance</i> economiche Portafoglio prodotti
Supporto a progetti imprenditoriali ad elevato impatto sociale	Portafoglio prodotti Comunità locali





**1<sup>a</sup>**

 BANCA ITALIANA PER  
 FIDUCIA\* CON 2,5 MLN  
 DI CLIENTI

**37.071** MLN  
 DI EURO

 CONTI CORRENTI E DEPOSITI  
 ALLA CLIENTELA

**63.916** MLN  
 DI EURO

 ATTIVITÀ FINANZIARIA  
 DELLA CLIENTELA

**1.982**

ATM SUL TERRITORIO

**8.000**

 CLIENTI CORPORATE  
 APPARTENENTI AL  
 TERZO SETTORE

**71** SU **100**

 INDICE GLOBALE MEDIO DI  
 SODDISFAZIONE  
 DELLA CLIENTELA

\*Fonte Ipsos 2014


**LA NOSTRA  
 RESPONSABILITÀ  
 ECONOMICA**
*Finanziare l'economia  
 in modo etico*

## RESPONSABILITÀ ECONOMICA

In questi ultimi anni, BNL ha dovuto navigare tra la recessione e alcuni cambiamenti strutturali in atto, i più rilevanti dei quali sono rappresentati dalle regole e dalla tecnologia. BNL ha continuato ad investire per adattarsi al nuovo scenario e una delle scelte più importanti in momenti così duri è stata quella di proteggere gli investimenti.

A fianco della rete fisica, che mantiene un ruolo centrale, c'è *Hello Bank!*, la banca interamente digitale per offrire ai Clienti un modello di servizio integrato, così che possano scegliere quello più adatto alle loro esigenze.

Nel 2014 c'è stata una grande evoluzione anche nel settore *Corporate* di BNL, disegnando una nuova forma organizzativa che si adatta ancora di più alle esigenze del cliente: un approccio settoriale che è partito dal *Luxury & Fashion*, *Pharma & Med Dev* e, dal 2015, avrà anche *Food & Beverage*, *Industrial Equipment e Machinery* che consentirà alla Banca una conoscenza a 360° del contesto entro cui si muove l'azienda cliente.

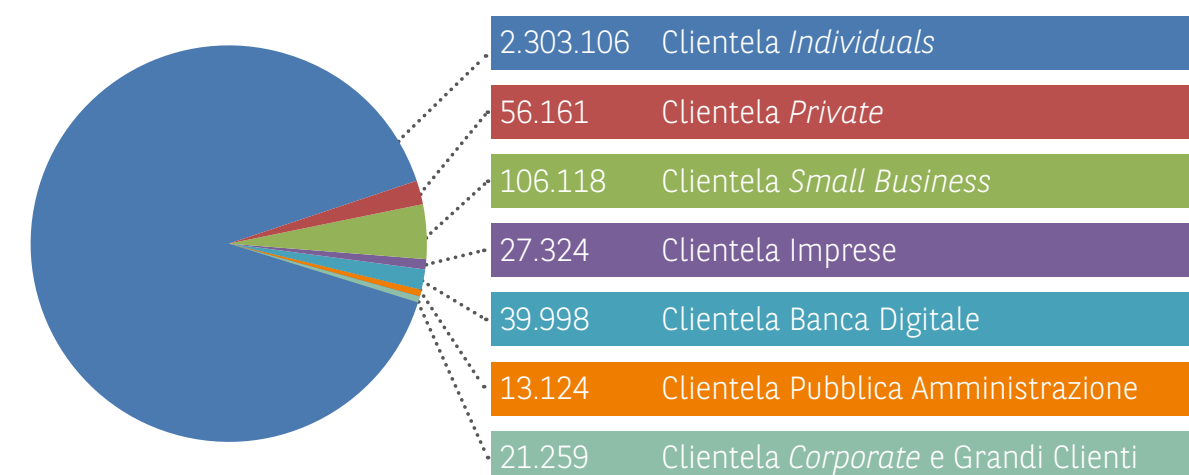
In questo modo è possibile per BNL anticipare le esigenze e condividere con il cliente i progetti di crescita e sviluppo. L'approccio si fonda sulle 4 "C" che rappresentano i punti di forza interni ed esterni della Banca: Consapevolezza, Competenza, Condivisione e Comunicazione Efficace nei *team* e fra i *team* e verso i clienti: l'ordine non è casuale.

ABBIAMO DETTO DI FARE		ABBIAMO FATTO
<b>FINANZIAMENTI GREEN</b>	 Rivisitazione dell'offerta finanziamenti <i>Green</i> per progetti di efficientamento energetico specifici per famiglie e aziende con la possibilità di richiedere a BNL un <i>check-up</i> gratuito e ricevere una consulenza tecnica e finanziaria.	Attivata la nuova gamma di servizi denominata "BNL <i>Green</i> " per individui, famiglie e imprese.
<b>INIZIATIVE PER FASCE PIÙ DEBOLI</b>	 Aderire alle iniziative governative a sostegno dell'economia e delle categorie più deboli.	"BNL InNovo conto <i>Start</i> " per giovani e migranti con 8.123 conti aperti nel 2014. <i>Plafond</i> dedicati a sostegno delle famiglie e imprese delle Regioni Liguria, Lazio, Marche e Veneto vittime delle catastrofi naturali del 2014. Proseguimento del Servizio di Agenam per gestire i clienti con difficoltà di rimborso dei finanziamenti.
<b>SVILUPPO PRODOTTI PER TARGET SPECIFICI</b>	 Sviluppare, per il <i>target</i> giovani, prodotti dedicati agli studenti per esigenze legate al finanziamento di un percorso di studi.	"BNL InNovo Conto Università" per giovani studenti universitari con 3.126 conti aperti nel 2014.
COSA FAREMO NEL 2015		
<b>1</b>	<b>PIANO DI TRASFORMAZIONE DELLA RETE 2014-2016</b> Prevede che il numero delle agenzie "Open" salirà a 115 su 890 distribuite su tutto il territorio.	
<b>2</b>	<b>TARGET GIOVANI</b> Rinnovare l'impegno di BNL per i prodotti dedicati ai giovani e al mondo universitario.	
<b>3</b>	<b>CUSTOMER SATISFACTION</b> Creazione di un nuovo ruolo organizzativo per la massimizzazione della qualità del servizio erogato e percepito da parte del cliente finale attraverso la promozione di iniziative finalizzate alla rimozione delle criticità o alla prevenzione dei disservizi.	
<b>4</b>	<b>SERVIZI INNOVATIVI</b> Ideazione e messa a terra del nuovo portale verticale di <i>HelloBank!</i> dedicato al mondo della casa, gestito da un <i>team</i> editoriale per consigli sulla ristrutturazione, arredamento e sgravi fiscali.	

## PRODOTTI E SERVIZI PER I NOSTRI CLIENTI

La consapevolezza del difficile contesto in cui continua ad operare il sistema produttivo ha rafforzato nella Banca la volontà di intensificare il dialogo con i propri *stakeholder*, per affrontare insieme la difficile fase congiunturale e le sfide che derivano da un mercato sempre più globalizzato. BNL interpreta la funzione di banca di sviluppo per il Territorio e risponde alle necessità economiche e sociali delle comunità locali: in linea con l'evoluzione del mercato, oltre a facilitare l'accesso al credito, offre una gamma completa di prodotti e servizi pensati per la realizzazione e la gestione dei grandi e piccoli progetti degli individui e delle imprese. In coerenza con i principi definiti dalla Capogruppo, nonché, con quanto stabilito dalle Istruzioni di Vigilanza a livello nazionale ed internazionale, BNL ha disciplinato il processo di validazione dei nuovi prodotti, servizi e transazioni eccezionali (TAC), istituendo uno specifico Comitato Prodotti e Servizi e predisponendo altresì appositi controlli per verificarne la corretta esecuzione. In questo quadro, BNL si muove su due direzioni: da un lato, affiancare le imprese e le famiglie in ogni momento, individuando gli strumenti più utili a fronteggiare le esigenze correnti; dall'altro, perseguire un'attività molto articolata anche di natura formativo-consulenziale finalizzata a indirizzare al meglio le famiglie e le imprese.

### COMPOSIZIONE DELLA CLIENTELA<sup>1</sup>



<sup>1</sup> **Individuals:** persone fisiche gestite per quanto attiene alla componente di bisogni legati alla sfera privata, familiare e personale.  
**Small Business:** aziende con fatturato annuo fino a 1,5 milioni di euro.  
**Imprese:** aziende con fatturato annuo compreso tra 1,5 e 7,5 milioni di euro (10 milioni di euro per le aziende di nuova acquisizione).  
**Private:** persone fisiche assegnate a specifici portafogli caratterizzati da gestione finanziaria ad elevata specializzazione.  
**Pubblica Amministrazione:** Enti pubblici centrali e locali, enti non *profit*.  
**Corporate e Grandi Clienti:** grandi e medie imprese con fatturato aziendale superiore a 7,5 mln (10 mln di € per le aziende di nuova acquisizione).

BNL in base alla conoscenza, acquisita negli anni, del territorio e dei suoi *stakeholder* ha messo a punto una gamma di servizi e prodotti per rispondere al meglio alle esigenze dei giovani, degli individui e famiglie e delle imprese.



## GIOVANI

Per i **giovani**, BNL ha ideato una serie di prodotti per seguire i ragazzi nelle tappe più importanti della loro vita, fino a vedere realizzati i loro progetti d'impresa.

### CONTO MINORI

**Programma di risparmio BNL Kids.** Conto corrente che consente al genitore di scegliere una soglia di disponibilità da mantenere sul conto corrente e di canalizzare tutta l'eventuale eccedenza rispetto a tale soglia sulla polizza assicurativa intestata al minore.  
**596 conti aperti al 2014. Carta prepagata In Novo You Pass intestata al minore.** Per imparare a gestire in autonomia i risparmi e le piccole spese. Coperto dal rischio di furto **51 prepagate nel 2014.**

Nato per avvicinare al mondo bancario i giovani e i migranti. Gratuità della carta *Bancomat* e dei prelievi presso tutti gli sportelli automatici del mondo. Il canone azzerato per giovani con età inferiore ai 27 anni.  
**30.683 conti in totale, 8.123 aperti nel 2014.**

### BNL IN NOVO CONTO START

### BNL IN NOVO CONTO UNIVERSITÀ

Conto per gestire i primi risparmi, pensato per i giovani studenti universitari che vogliono avviare con la banca un rapporto duraturo nel tempo, hanno familiarità con la tecnologia e vogliono poter accedere ai servizi della Banca in qualsiasi momento e ovunque.  
**3.241 conti in totale, 3.126 aperti nel 2014.**

BNL affianca l'Università Luiss Guido Carli in un accordo a sostegno di nuove iniziative imprenditoriali con un forte contenuto tecnologico. L'iniziativa BNL per le *Start Up* opera favorendo la connessione e la contaminazione con tre principali focus: **connessione con un Network virtuoso** che pone l'innovazione al centro del proprio ecosistema; **contaminazione con le Start Up**, per favorire l'esposizione della Banca al "pensiero fresco" e non condizionato delle nuove generazioni digitali; **contaminazione con i Clienti**, è di fondamentale importanza costruire una relazione evoluta con i Clienti e creare per loro Valore mettendo a disposizione nuove possibilità d'incontro, d'investimento e d'innovazione. Sono stati realizzati momenti di incontro tra la Banca e *Start Up* pre-selezionate in base alle tematiche di possibile interesse.

### BNL PER LE START UP

## INDIVIDUI E FAMIGLIE

Per gli **individui e famiglie**, il 2014 è stato un anno particolarmente complesso sia per la situazione di contrazione economica del Paese, sia per le calamità naturali che hanno colpito le abitazioni e le attività commerciali di alcune regioni italiane.

### PRESTITO ADOTTAMI



Finanziamento a tasso fisso agevolato che consente a chi ha avviato le pratiche per l'adozione internazionale di sostenere tutte le spese necessarie con la flessibilità del piano di rimborso e l'azzeramento delle spese di istruttoria. **921 prestiti in totale e nel 2014, 42 prestiti accordati.**

### AGENAM - AGENZIE DI NEGOZIAZIONE AMICHEVOLE



Il servizio **AGENAM, Agenzie di Negoziazione Amichevole**, di BNL ha l'obiettivo di gestire in modo personalizzato i clienti con difficoltà di rimborso dei finanziamenti concordando con loro un'eventuale rimodulazione del finanziamento con una rata più sostenibile e coerente con la propria situazione finanziaria.

### CALAMITÀ NATURALI



Per **le famiglie e le aziende colpite da calamità naturali** (terremoto, alluvioni, ecc.) BNL prevede la sospensione del pagamento delle rate, senza addebito di interessi e commissioni, per prestiti e mutui alle famiglie e per finanziamenti alle aziende, per periodi di 6 mesi. Vengono, inoltre, stanziati *plafond* dedicati per le esigenze di ricostruzione dell'abitazione o per riavviare la propria attività mediante un'offerta con soluzioni agevolate di finanziamento.

## IMPRESE

Per le **imprese**, BNL si impegna a sostenere la loro crescita a livello nazionale e internazionale. A livello nazionale, BNL promuove il fenomeno aggregativo tra le imprese italiane ed in particolare del segmento delle PMI. A livello internazionale, BNL insieme con SACE ha supportato progetti di internazionalizzazione delle imprese nell'operatività *Export Banca*, presenti in molteplici paesi del mondo, al fine di sostenere il sistema produttivo nazionale e di evitare impatti negativi, pure di natura occupazionale, derivanti dalla crisi globale.



BNL ha vinto il premio "Euromoney 2014" per la miglior banca italiana nel *cash management* e ha vinto il premio "Risk Italy 2014" come miglior banca sulle *Currencies*.

### RETI D'IMPRESA



Le **Reti d'Impresa** crescono in modo esponenziale: a fine 2014 si sono conclusi 1.884 contratti con 9.884 imprese aderenti. BNL rinforza costantemente la *partnership* con Retimpresa con un'intensa attività formativa/consulenziale per promuoverne la diffusione.

### CODICE ITALIANO PAGAMENTI RESPONSABILI



BNL ha aderito al **Codice Italiano Pagamenti Responsabili**, promosso da Assolombarda: modello etico di autoregolamentazione dei pagamenti tra imprese. BNL è la prima banca a sottoscrivere il Codice. BNL ne promuove l'applicazione realizzando un *panel* di prodotti dedicati a condizioni preferenziali indirizzati alle aziende che adottano queste *best practices*.

### BANCOPASS



BNL sostiene il "**Bancopass**", realizzato da Assolombarda per agevolare le imprese nel loro rapporto con le banche. Strumento con cui si predispongono le informazioni necessarie a richiedere finanziamenti o affidamenti e che, grazie al dettaglio del quadro informativo sulla singola azienda, favorisce tempi più brevi di risposta da parte delle banche.

In quest'ultimo anno inoltre, BNL ha accresciuto la propria vicinanza al Terzo Settore e sostenuto l'**imprenditorialità sociale** con azioni concrete, sviluppando prodotti e servizi destinati alle diverse realtà del mondo non-*profit* che perseguono i valori della solidarietà e del principio di sussidiarietà.

Per soddisfare le esigenze di una realtà così articolata, BNL ha creato, all'interno della Divisione *Corporate*, una struttura dedicata.

Tra i circa 8.000 clienti della Divisione *Corporate* appartenenti al Terzo Settore, **oltre 700 clienti hanno beneficiato del sostegno finanziario da parte di BNL** con linee di fido accordate per un importo complessivo, al 31 dicembre 2014, di oltre **600 Milioni di Euro**.

BNL ha deciso di accrescere in particolare la propria vicinanza ed il proprio sostegno all'Imprenditorialità Sociale, che costituisce il motore dell'innovazione sociale e del cambiamento per costruire un modello di sviluppo economico-sociale sostenibile.

A tale riguardo, tra l'altro, BNL ha aderito al **Progetto «Social Entrepreneurship»**: un progetto che si

fonda sulla volontà di BNL e del Gruppo BNP Paribas di voler incrementare il proprio sostegno alle imprese del Terzo Settore caratterizzate da un "modello di *business*" in cui la missione sociale prevale sull'obiettivo economico e che, nello svolgimento della loro attività, soddisfano un bisogno sociale o una necessità ambientale.

Nello specifico, sono tre i requisiti fondamentali che BNL e il Gruppo BNP Paribas hanno individuato per identificare l'Imprenditorialità Sociale:

1

Avere una "missione sociale" esplicita (compito prioritario è avere un impatto sociale quale ad esempio l'inclusione lavorativa di persone svantaggiate, la produzione in condizioni etiche che consentano lo sviluppo locale, ecc.)

2

Avere un modello di *business* sostenibile (almeno il 40% dei ricavi devono provenire dall'attività caratteristica di "produzioni di beni o prestazione di servizi");

3

Prevedere un'equa distribuzione dei profitti (almeno il 50% reinvestito nei progetti sociali dell'impresa).

La clientela del Gruppo BNP Paribas che possiede tali requisiti viene accompagnata nel proprio percorso di crescita e trova - in Italia, Francia, Belgio e Lussemburgo - interlocutori che comprendono le loro specifiche esigenze.

A seguito della mappatura effettuata sui 700 clienti, che considera i requisiti sopra citati, al **31 dicembre 2014**, il sostegno di BNL all'Imprenditorialità Sociale (in termini di linee di fido accordate) ammonta complessivamente a circa **50,8 Milioni di Euro** di affidamenti, a **favore 99 clienti che rispondono ai requisiti dell'Imprenditorialità Sociale**, registrando - rispetto al dato di Euro 39,2 Milioni del 2013 - una **crescita del 29,6%** del nostro concreto affiancamento all'Imprenditorialità Sociale.

## INNOVAZIONE E SICUREZZA DEI SERVIZI BANCARI

Essere un'azienda al passo con le nuove tecnologie significa anche saper rispondere in modo efficace ai bisogni delle persone nella loro relazione con la banca contribuendo a rendere la vita quotidiana più semplice attraverso strumenti accessibili a tutti.



BNL ha vinto il premio "Cerchio d'Oro dell'innovazione finanziaria dell'AFIN" aggiudicandosi il 2° posto per il premio speciale Intermediario finanziario più innovativo dell'anno.

L'innovazione porta sempre di più all'uso di strumenti elettronici, ai quali i clienti si rivolgono ancora con prudenza e in cui ci si sente poco tutelati. BNL pone la massima attenzione per garantire la sicurezza e la tutela dei clienti e per tale finalità utilizza le procedure e le tecnologie più avanzate. In particolare ha sviluppato un sistema di protezione in continua evoluzione e ai massimi standard internazionali che rende sicuri ed affidabili tutti i servizi *online*.

Come ulteriore elemento di protezione e sicurezza per i consumatori è stata inserita nella pagina di accesso all'Area Clienti Privati una nuova sezione chiamata "Navigare in sicurezza" nella quale vengono illustrate le principali regole che i clienti devono seguire per utilizzare il servizio in tutta tranquillità. In particolare è stato realizzato e messo a disposizione dei clienti il documento "Vademecum su virus e minacce informatiche" nel quale vengono illustrate le possibili problematiche e i suggerimenti su come comportarsi per prevenirle e risolverle.

### POLICY PRIVACY

Protezione dei dati personali in vigore.

**POLICY PER LA TUTELA DEL CLIENTE  
NELLE OPERAZIONI DI VENDITA.**

La Banca ha definito un Modello delle Responsabilità, in corso di aggiornamento, che individua ruoli e responsabilità inerenti la gestione delle operazioni di trattamento di dati personali effettuate nella corrente operatività aziendale e ha formalizzato le

relative linee guida e modalità applicative, anch'esse in corso di aggiornamento.

In tema di innovazione, l'offerta di BNL ha riguardato:

- **Carta prepagata con IBAN**
- **MINIBOND.** BNL ha curato l'emissione di questi titoli per alcuni clienti, consentendo loro di sfruttare opportunità finora a disposizione solo delle aziende di maggiore dimensione.
- **BNL Mobile Payment – YouPass.** BNL avvicina i servizi bancari alle esigenze del cliente, permettendogli di pagare in maniera semplice, rapida e sicura ovunque si trovi. **Circa 1.000 adesioni.**
- **MOBO** BNL offre soluzioni che consentono di trasformare dispositivi *Smartphone* o *Tablet* in un POS, per accettare pagamenti con Carte di Credito, debito e prepagate in mobilità. **951 attivazioni al 2014.**

## CUSTOMER SATISFACTION E GESTIONE DEI RECLAMI

Rilevare la *Customer Satisfaction* per un'azienda, significa attivare un orientamento verso il cliente e un orientamento verso il miglioramento della qualità dei servizi offerti. In BNL vengono effettuate due tipi di misurazione della soddisfazione, una per la Clientela *Corporate* e Pubblica Amministrazione e l'altra per la Clientela *Retail* con l'obiettivo di monitorare costantemente il livello di soddisfazione dei clienti e di fornire, a tutte le unità organizzative di Direzione e di Rete, informazioni che consentano di indirizzare e sintonizzare le decisioni operative verso le esigenze dei clienti stessi.

Per la prima, la **misurazione della Customer Satisfaction della Clientela Corporate e Pubblica Amministrazione**, avviene in modo sistematico, come per gli altri segmenti di mercato, e le indagini condotte ogni anno sono divenute lo strumento principale per monitorare a 360° l'andamento della relazione tra la banca e la sua clientela. Si registra per le imprese *Corporate* una stabilizzazione su elevati livelli della soglia di soddisfazione; tale indicatore assume valori superiori qualora BNL risulti essere una delle banche di riferimento dell'impresa cliente. L'indicatore principale di soddisfazione della clientela, su una scala di valutazione da 1-100, si è attestato su un valore medio di **71 per le imprese Corporate e di 71 per gli Enti della Pubblica Amministrazione**, in incremento rispetto al 2013.

Per la seconda, il **sistema di Customer Satisfaction della Clientela Retail** si basa su modelli e metodologie di rilevazione che consentono di misurare la qualità percepita per ogni canale di contatto del cliente con la Banca (Agenzie, Centri *Private*, *Call Center*, *Internet*), per ciascuno dei segmenti di clienti (*Individuals*, *Private* e *Business*) e per i principali prodotti offerti. Nel 2014 l'attività di ascolto ha coinvolto circa 160.000 clienti *Individuals*, *Private*, *Business* e Imprese. Dal 2007 il livello di soddisfazione dei clienti *Retail* è confrontato con quello dei clienti dei principali concorrenti ("Monitoraggio CS *Benchmark*"). In particolare, i risultati del confronto competitivo effettuato nel 2014 hanno evidenziato un livello di soddisfazione complessiva della Clientela *Individuals* BNL stabile e superiore rispetto alla media dei principali concorrenti monitorati (**71 su 100**). L'indice di *Customer Satisfaction* è uno degli obiettivi del sistema incentivante dei ruoli di Agenzia e dei ruoli commerciali della rete *Retail* e *Private*.





## GESTIONE DEI RECLAMI

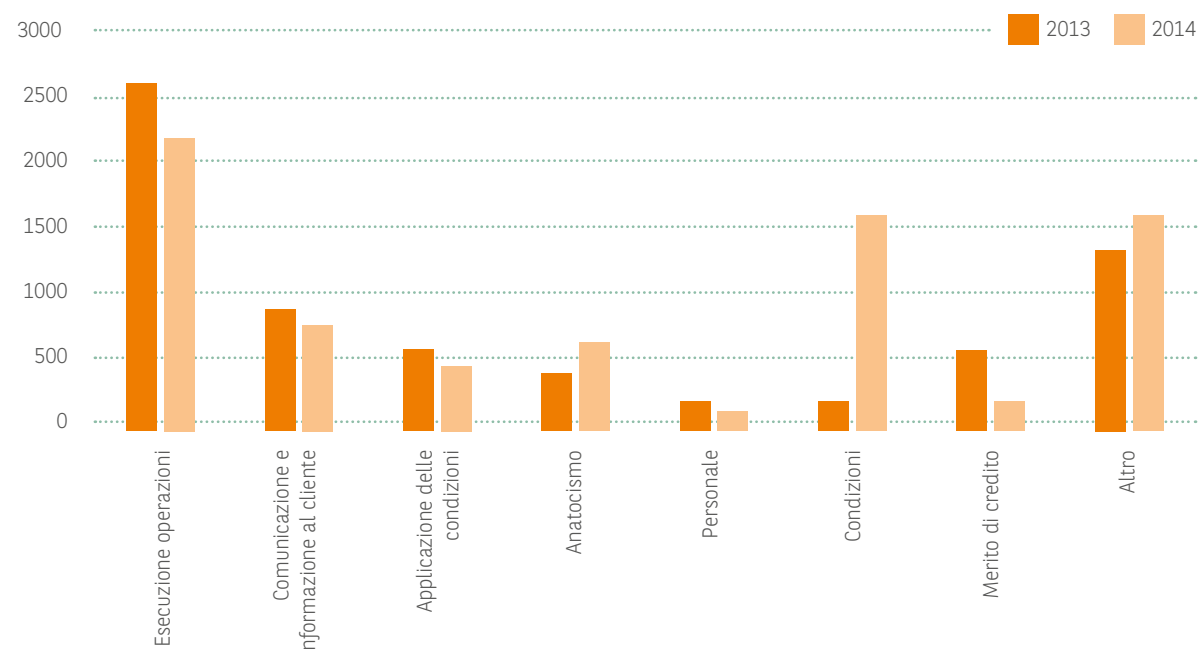
La gestione di tutti i reclami ricevuti da BNL è finalizzata a risolvere nell'immediato l'insoddisfazione del reclamante che ha percepito il disagio, salvaguardando il rapporto di fiducia esistente e l'immagine della Banca attraverso azioni che contribuiscono ad innalzare il livello di informazione e conoscenza finanziaria del cliente, in modo tale da prevenire possibili disagi.

In tale ottica BNL ha adottato un approccio per la gestione dei reclami del cliente che prevede:

- l'affermazione dell'Agenzia, Centro *Private Banking*, Filiale, CRC, quali snodi di riferimento nella gestione dell'insoddisfazione del cliente, in particolare per le attività di ricezione e presa in carico delle contestazioni del cliente, pervenute sotto forma di reclamo scritto o verbale, e di comunicazione al cliente fino alla soluzione e al superamento delle contestazioni stesse;
- la collocazione dell'Ufficio Reclami di BNL nella struttura Gestione Operativa della Divisione *Retail* e *Private*, in qualità di funzione indipendente dalle funzioni deputate alla commercializzazione dei prodotti.

Questo permette di velocizzare l'attività di gestione del reclamo attraverso l'attribuzione di autonomie decisionali alla Rete e di assistere il cliente in modo più efficace.

### CLASSIFICAZIONE DEI PRINCIPALI MOTIVI DI RECLAMO DELLA CLIENTELA CORPORATE E RETAIL



Nel 2014, sono pervenuti **800 tra reclami e mediazioni dalla Clientela Corporate e dal settore Pubblica Amministrazione**. La componente reclami è diminuita mentre in forte aumento è il numero delle mediazioni, che si attesta su circa 200 casi (a fronte dei 60 dello scorso anno). La ripartizione tra le diverse tipologie di prodotto oggetto di reclamo/mediazione non presenta invece particolari variazioni rispetto al passato, restando incentrata prevalentemente sulle tematiche riconducibili ai Conti Correnti (65%), mentre il restante 20% è relativo a Finanziamenti ed il 15% ai Prodotti Finanziari (Derivati OTC). La prevalenza delle segnalazioni, in termini di causale, è dovuta in generale all'“Esecuzione delle Operazioni”. In calo i reclami provenienti dal settore Pubblica Amministrazione.

Per la Clientela *Retail*, nel 2014 sono pervenute circa **6.700 contestazioni**, corrispondenti allo 0,3% del totale clienti. Circa il 42% delle contestazioni è relativo all'operatività sul conto corrente e servizi correlati. Il 38% si riferisce ai finanziamenti, in sensibile aumento rispetto al 27% dell'esercizio precedente, dovuto ai reclami sul presunto superamento del tasso soglia per effetto della sommatoria del tasso corrispettivo e del tasso di mora. Seguono, in termini di incidenza percentuale, i reclami connessi alla “monetica” (8%) e quelli riguardanti l'intermediazione finanziaria e le polizze ramo vita, pari a circa il 7%.

L'analisi per macro-causale evidenzia che circa il 33% dei reclami sono relativi a “Esecuzione delle Operazioni”, voce in sensibile diminuzione rispetto all'anno precedente, mentre aumentano le contestazioni sull'“Applicazione delle condizioni” che dall'8% aumentano al 26%, in quanto tale causale viene utilizzata per classificare le contestazioni relative all'applicazione dei tassi; la causale “Comunicazioni e Informazioni al cliente” scende dal 13 all'11%.

Nel 2014 il numero delle mediazioni è stato di circa 1.200, dopo che il decreto-legge 21 giugno 2013, n.69 ha ripristinato il procedimento di mediazione quale condizione di procedibilità della domanda giudiziale.



RICCHEZZA ECONOMICA  
GENERATA E DISTRIBUITA

(mln di euro)

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO	2014		2013	
Valore economico direttamente generato	1.689	100%	1.875	100%
Valore economico distribuito	1.821	107,8%	1.823	97,2%
Ai dipendenti	1.033	61,2%	1.077	57,5%
Ai fornitori	589	34,9%	559	29,8%
Al settore pubblico centrale e periferico	184	10,9%	171	9,1%
Alla collettività	15	0,9%	15	0,8%
Valore economico trattenuto	-82	-4,9%	52	2,8%

Il presente prospetto fa riferimento ai valori del Bilancio consolidato 2014 di BNL

La difficile situazione economica, con una decrescita del PIL reale anche nell’esercizio 2014, si è riflessa sull’attività bancaria determinando una flessione del **valore aggiunto economico direttamente generato** dall’operatività di intermediazione e dai servizi resi dal Gruppo BNL, che si è attestato a 1.689 milioni di euro, rispetto ai 1.875 milioni del 2013 (-11%).

Alle diverse categorie di *stakeholder* è stato distribuito un ammontare di 1.821 milioni, attingendo, per l’eccedenza rispetto al valore generato, alle risorse interne all’azienda.

La distribuzione di valore tra i diversi *stakeholder* è avvenuta nel modo seguente:

- 1.033 milioni (61,2%) al personale, sotto forma di retribuzioni, trattamento di fine rapporto lavoro, contributi sociali, nonché di accantonamenti stanziati sulla base del nuovo piano di riorganizzazione per il triennio 2014-2016;
- 589 milioni (34,9%) ai fornitori di beni e servizi per il sostegno dell’attività dell’impresa, principalmente con l’obiettivo di valorizzare l’infrastruttura tecnologica IT e per la trasformazione commerciale e logistica;
- 184 milioni (10,9%) al settore pubblico, tramite il pagamento di tasse e imposte, dirette e indirette, di pertinenza dello Stato e degli altri enti territoriali;
- 15 milioni (0,9%) a sostegno alla collettività, mediante la partecipazione a iniziative di natura sociale, culturale, sportiva e scientifica, oppure a tutela dell’ambiente e del territorio.

Per effetto degli eventi descritti, il Gruppo BNL ha distribuito ai diversi *stakeholder* il 107,8% del valore aggiunto generato nell’esercizio 2014 (rispetto al 97,2% del 2013). Sotto l’aspetto metodologico, la redazione del prospetto sulla determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto è stata effettuata in accordo al processo di rendicontazione definito dall’Associazione Bancaria Italiana (ABI).

SOSTENIBILITÀ  
NEGLI ACQUISTI

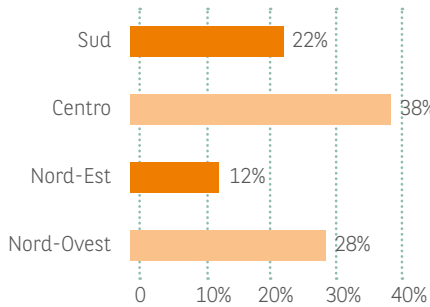
POLITICHE NEI RAPPORTI CON I FORNITORI

BNL considera strategico il rapporto con tutti i propri fornitori e si adopera per innalzare il livello complessivo di sostenibilità lungo tutta la catena di approvvigionamento. Oltre all’adozione di una specifica *Policy*, i fornitori sono tenuti a rispettare anche il Codice Etico di BNL che sottoscrivono all’atto del loro inserimento nell’Albo Fornitori e in sede di contrattualizzazione con la Banca. In aggiunta, ogni Fornitore, sottoscrivendo il contratto con BNL che contiene clausole vincolanti in tema di tutela dei diritti umani, si impegna a rispettare tutte le vigenti norme e convenzioni dell’Organizzazione Internazionale del Lavoro, per ciò che concerne l’età minima e il lavoro minorile, la libertà sindacale, il diritto di organizzazione e di negoziato collettivo, il lavoro forzato o obbligatorio, l’uguaglianza di remunerazione tra uomini e donne, la discriminazione nell’impiego, il tempo di lavoro così come il salario minimo.

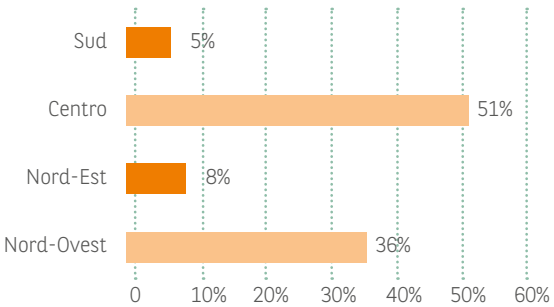
POLICY FORNITORI

Principi di carattere generale che tutti i collaboratori BNL sono tenuti ad adottare nei loro rapporti con i fornitori.

DISTRIBUZIONE TERRITORIALE  
DEI FORNITORI 2014



RIPARTIZIONE DELLA SPESA  
PER AREE TERRITORIALI 2014



SELEZIONE E VALUTAZIONE DEI FORNITORI

I Fornitori, con un fatturato annuo superiore a € 100.000 nei confronti di BNL, vengono inseriti nell’Albo Fornitori e sono soggetti all’acquisizione di una serie di informazioni di natura tecnica, economica, patrimoniale, nonché di certificazioni di qualità, ambientali e sociali; producono autocertificazioni di assenza di condanne e carichi pendenti ed, inoltre, sottoscrivono il rispetto del Codice Etico e delle Regole Deontologiche di BNL. A tale rispetto sono richiamati sia gli appaltatori che i subappaltatori. Le offerte presentate dai Fornitori, oltre ad avere un contenuto tecnico ed economico, prevedono una rendicontazione dei comportamenti che lo stesso fornitore ha in ambito di responsabilità sociale. La valutazione delle offerte viene effettuata considerando un peso del 5% sugli aspetti di responsabilità sociale che non si limita alla considerazione del possesso delle relative certificazioni, ma pondera anche le politiche e strategie che la società ha messo in atto nella propria gestione aziendale. Ad oggi non vi è stata alcuna interruzione di relazione per impatti ambientali.



**13.384**

LE NOSTRE PERSONE

**56%** **44%**  
UOMINI DONNE

**500** CIRCA  
ASSUNZIONI COMPRESSE  
LE ATTIVAZIONI DI TEMPI  
DETERMINATI

**47** ANNI  
ETÀ MEDIA

**100** STAGE  
ATTIVATI  
(+30% RISPETTO AL 2013)

**65.000**  
GIORNATE DI FORMAZIONE

**19** ACCORDI  
SOTTOSCRITTI CON  
LE OO.SS.

## RESPONSABILITÀ COME DATORE DI LAVORO

Il 2014 è stato un anno che ha visto un crescente e costante impegno verso l'*Employer Branding* con lo scopo di incrementare e rafforzare la presenza di BNL e del Gruppo BNL sul mercato del lavoro. La strategia



BNL ha ricevuto per il 4° anno consecutivo la certificazione "*Top Employers Italia 2014*". La certificazione valuta il livello di qualità nelle politiche di gestione risorse umane.

di *Employer Branding* è stata incentrata sulla valorizzazione delle persone e dell'innovazione. In tale ottica, si sono svolte 12 edizioni sull'iniziativa "OrientaMente by BNL" che hanno visto la partecipazione di circa 600 laureandi e neolaureati. Sulla scia del successo di OrientaMente by BNL e in risposta alla survey BNL *Generation Senior*, da cui è emersa l'esigenza delle persone di BNL di un servizio dedicato ad agevolare l'inserimento lavorativo dei propri figli, a febbraio 2014 è partita la prima edizione di *Talent Days BNL*, *workshop* di orientamento professionale dedicato ai figli laureati/laureandi del personale BNL. Svolte complessivamente 17 edizioni nelle quali sono stati coinvolti circa 300 ragazzi.









Sono proseguite inoltre, le iniziative dedicate ai giovani di BNL, in particolare per le persone del Programma *EnergyLab* coinvolte in attività e seminari su scenari e progetti di innovazione. Particolare attenzione è stata anche dedicata alla *Diversity* con il progetto "*Leadership al Femminile*", investendo nel 2014, attraverso progetti mirati, su 80 donne con alta potenzialità dando un contributo importante al *business* aziendale. Come ogni anno è stato garantito a tutte le persone il processo di gestione e sviluppo della *performance* attraverso lo strumento di Dialogo che contribuisce ad analizzare, valutare e sviluppare le prestazioni e le competenze professionali.



**LA NOSTRA  
RESPONSABILITÀ  
COME DATORE  
DI LAVORO**

*Elaborare una gestione equa  
e leale delle risorse umane*



ABBIAMO DETTO DI FARE		ABBIAMO FATTO
ASSUNZIONI	 Programmate circa 500 nuove assunzioni di cui il 58% donne.	Effettuate circa 500 nuove assunzioni comprensive di contratti a tempo determinato.
MOBILITÀ	 Esecuzione del piano di mobilità interna con circa 3.000 persone e 60 persone in mobilità da e verso le società del Gruppo.	La mobilità interna dei Poli BNL ha riguardato più di 2.900 persone e quella da e verso le Società del Gruppo ha coinvolto 62 persone.
COMMISSIONE PARI OPPORTUNITÀ	 Presentare i risultati delle indagini effettuate sul <i>part-time</i> e sulle riunioni fuori dall'orario di lavoro.	I risultati della CPO non sono stati pubblicati in quanto si sono interrotti, a dicembre 2014, i rapporti con le organizzazioni sindacali.
PIANO WELFARE	 Rinnovare il piano per i dipendenti.	Rinnovato anche per il 2014 il piano per i dipendenti.
ORIENTAMENTO PER I GIOVANI	 Proseguire con le iniziative di orientamento al lavoro dedicate ai giovani.	Effettuate iniziative come "Programma Ambassador", "Ti presento a BNL" e "Talent Day" dedicate all'orientamento dei giovani al lavoro. Vedi sezione Bilancio in Responsabilità Sociale.
FORMAZIONE	 Formare il personale che ha contatti con la clientela su tematiche degli embarghi e sanzioni internazionali.	Attivati corsi di formazione per il personale che ha contatti con la clientela su tematiche degli embarghi e sanzioni internazionali.
DIVERSITY	 Attenzione ai progetti dedicati agli <i>Over55</i> ; realizzazione di moduli formativi di sensibilizzazione alla Diversità in <i>e-learning</i> e in aula.	Realizzati 2 moduli formativi in modalità <i>e-learning</i> di sensibilizzazione alla <i>Diversity</i> destinati a tutti i dipendenti.
INTRANET AZIENDALE	 Realizzare nuove sezioni, dedicate ai dipendenti, per facilitarli nelle loro esigenze personali.	Realizzata nuova sezione per i dipendenti chiamata "HouseAdvisor" per condividere informazioni utili sulla ristrutturazione della propria casa.

COSA FAREMO NEL 2015	
1	<b>MOBILITÀ</b> Esecuzione del piano di mobilità interna con circa 2.600 persone e 90 persone in mobilità da e verso le Società del Gruppo. Organizzazione di alcune giornate formative nell'ambito dell'iniziativa di Gruppo "Mobility Days" volte a favorire la conoscenza delle Società del Gruppo BNP Paribas in Italia e dei relativi Mestieri.
2	<b>DIVERSITY</b> Riqualificazione ipo-non vedenti: proseguire con il progetto di estensione delle attività professionali in carico alle risorse che svolgono il ruolo di centralista dislocate in tutte le Direzioni Territoriali supportandoli con interventi formativi ad hoc. Continuare a sensibilizzare il tema della Diversità attraverso pillole formative, in <i>e-learning</i> , per tutti i dipendenti. Recepire la <i>Policy</i> sulla <i>Diversity</i> .
3	<b>STUDIO DI FATTIBILITÀ DI NUOVE MODALITÀ DI LAVORO</b> Esempio nuove modalità di lavoro innovative basate sulla flessibilità di orari e di sede come lo <i>Smartworking</i> .
4	<b>FORMAZIONE</b> Prevedere pillole di formazione per la gestione delle risorse umane destinate ai <i>neomanager</i> . Inoltre, verranno organizzati specifici corsi di formazione volti a sensibilizzare le risorse sull'importanza del presidio del rischio di frode e corruzione.

# TUTELA DELL'OCCUPAZIONE

BNL riconosce la centralità delle risorse umane e tutela l'integrità morale dei propri collaboratori, garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. In quest'ottica, anche la valutazione delle candidature e la selezione del personale, uguale per tutto il territorio nazionale, sono effettuate in base alle esigenze aziendali e riconoscendo pari opportunità per tutti i candidati.

**POLICY BNP PARIBAS SUL RECRUITMENT**  
In via di recepimento in BNL, prevede che la selezione avvenga solo su base meritocratica e attraverso un sistema trasparente.

## PROCESSO DI SELEZIONE IN BNL



L'attività di selezione avviene prevalentemente nelle principali sedi operative, fermo restando che BNL tende ad agevolare tutti quei candidati che per esigenze lavorative e/o personali manifestino difficoltà negli spostamenti, utilizzando sedi periferiche più vicine ai candidati.

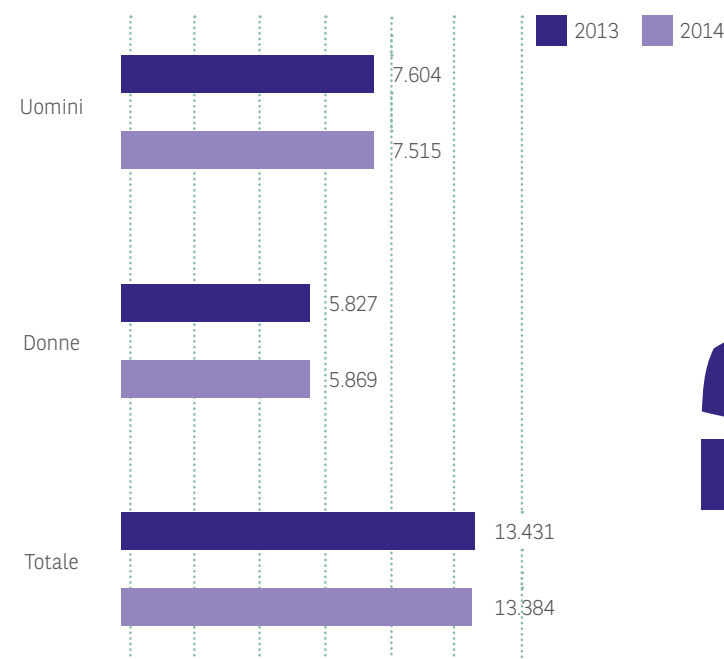
Nel corso del 2014 sono state effettuate circa 260 assunzioni a tempo indeterminato prevalentemente nell'ambito delle Divisioni commerciali e nelle strutture operative a loro diretto supporto (l'85%), per rafforzare ulteriormente le attività di gestione e sviluppo della clientela.

Le donne hanno registrato una prevalenza sul totale degli assunti (59%), mentre i giovani hanno rappresentato il 67% del totale. Sono stati attivati inoltre circa 100 *stage* (+30% rispetto al 2013). Con l'ingresso di BPI sono state gestite inoltre circa 75 ricerche di selezione per BNL e le Società del Gruppo di cui l'85% posizioni *junior* (*stage*, tempo determinato).

## ASSUNTI NEL 2014



## COMPOSIZIONE DEL PERSONALE



## RELAZIONI INDUSTRIALI

### APPROCCIO DELLE RELAZIONI INDUSTRIALI

Confronto aperto, continuo e costruttivo con le organizzazioni sindacali. Questo approccio ha consentito sino ad oggi di gestire numerosi e dedicati progetti di riorganizzazione aziendale e profonde ristrutturazioni in maniera equilibrata sia per le persone che per l'Azienda.

### LE RELAZIONI INDUSTRIALI COME STRUMENTO

Attraverso le politiche di gestione delle Relazioni Industriali si garantisce la corretta applicazione delle norme previste dalla contrattazione collettiva di riferimento e la realizzazione delle progettualità aziendali (riorganizzazioni, operazioni societarie, ecc.) per le quali la legge e/o il CCNL prevedono procedure formali di confronto sindacale. Inoltre è uno strumento attraverso il quale BNL garantisce e sviluppa il suo sistema di *welfare* aziendale.

### RISULTATI

Nel 2014 sono stati siglati 19 accordi. Tra i più importanti quelli di chiusura delle procedure relative alla costituzione di una nuova società del Gruppo BNL e quelli sulla Riorganizzazione della BNL in base a quanto previsto dal nuovo Piano 2014-2016.

Le leve previste per la realizzazione del Piano (campagne per i pensionamenti ed esodi, mobilità infragruppo tra le società BNP Paribas in Italia, introduzione della Solidarietà Generazionale) sono tali da garantire il necessario equilibrio sociale prevedendo sia interventi su diverse componenti di costo sia la riduzione degli organi della Banca.

# DIVERSITY E PARI OPPORTUNITÀ

Far parte di un grande Gruppo significa anche confrontarsi continuamente con aspetti legati alla *Diversity*, ovvero alle relazioni interpersonali alle quali ogni individuo risponde in forme differenti.

## APPROCCIO ALLA DIVERSITY

BNL tutela il valore della differenza e lo intende come un arricchimento di vedute, competenze, diritti, abilità, culture che ognuna delle persone può acquisire con la condivisione dell'esperienza dell'altro.

## STRUMENTI

BNL ha attivato dei canali di comunicazione attraverso i quali chiunque può segnalare eventuali casi di discriminazione o molestie.

## RISULTATI

### PROGRAMMA ENERGYLAB

Dedicato ai giovani con talento, di età media 30 anni. Obiettivo principale: acquisire maggiori competenze e comportamenti alla base dell'operatività bancaria. **187 giovani coinvolti nel 2014**

### PROGETTO D<sup>e</sup> DONNE AD ALTO POTENZIALE

Per accrescere la *leadership* al femminile attraverso programmi mirati a riconoscere, dare opportunità e rafforzare le capacità manageriali e la *Diversity*. **30 donne coinvolte nel 2014**

### BNL GENERATION SENIOR

Rivolto agli *over 55* per favorire il trasferimento di conoscenze e la diffusione di nuovi modelli manageriali. **3.500 persone coinvolte, di queste 468 hanno completato la formazione da giugno a dicembre 2014.** Inoltre è stata introdotta la figura del "Mentor" (14 persone) e del "Reverse Mentor" (14 persone).

### MOM@WORK

Attività formativa dedicata alle mamme rientrate dal congedo di maternità. Su un totale di 110 neo-mamme iscritte nel 2014, **76 donne hanno completato il corso.**

### PROGETTO SPERIMENTALE IPO-NON VEDENTI

Riqualificazione degli ipo-non vedenti verso attività amministrative/commerciali di supporto alle strutture di appartenenza. Nel 2014 fase pilota nella Direzione Territoriale Nord Est (**coinvolgimento di 18 persone**).

La Banca esige che nelle relazioni di lavoro, interne ed esterne, non siano ammessi atti di violenza psicologica, comportamenti discriminatori e/o lesivi della persona, delle sue convinzioni o condizioni.

Dal 2010, BNL ha istituito una Commissione Pari Opportunità con lo scopo di promuovere politiche e azioni concrete a sostegno delle pari dignità di genere e della piena integrazione di categorie professionali all'interno della Banca.

BNL si impegna costantemente a diffondere una cultura interna attenta ai temi della *Diversity* e pari opportunità attraverso moduli formativi fruibili da tutti i dipendenti.

12 diversi accordi siglati su temi collegati alla *diversità*, come: lavoratrici in stato di gravidanza, familiari con obblighi di cura e portatori di *handicap*, solidarietà generazionale. *Policy* sui Diritti Umani.

**DIVERSITÀ = VALORE**

BNL ha commissionato nel 2014 un'indagine interna per avere maggiore consapevolezza sullo stato dell'arte delle pari opportunità in azienda. Il campione di persone, circa 30, coinvolte nell'indagine sono state selezionate in base alla titolarità dei processi, al ruolo e alla rappresentatività territoriale. Il perimetro analizzato è riportato nello schema sottostante.

L'indagine ha permesso di realizzare una mappatura completa delle politiche, sistemi di gestione e iniziative in atto sul tema e di individuare alcune aree di miglioramento.

CATEGORIE	SISTEMA DI GESTIONE HR					
GENERE	Selezione	Formazione	Sviluppo professionale e mobilità	Condizioni di lavoro	Sistemi di remunerazione	Promozione del dialogo sociale
ETÀ						
STATO DI SALUTE HANDICAP W/L BALANCE						

## WELFARE AZIENDALE

BNL ha da sempre dimostrato attenzione nei confronti dei propri dipendenti, adottando, nel tempo, politiche finalizzate a remunerare non soltanto l'attività svolta, ma anche a rispondere tempestivamente ed efficacemente ad esigenze di carattere non economico offrendo servizi che rientrano solitamente nel *welfare* pubblico: sanità, pensione, istruzione.

Oggi, tutti i dipendenti possono contare su una previdenza complementare (Fondo Pensioni BNL), su un'assistenza sanitaria integrativa (Cassa Sanitaria BNL), su un'assicurazione vita e infortuni e sull'assistenza per i figli attraverso il riconoscimento di borse di studio per attività formative ed istruttive.

Dal 2013 è stato inoltre introdotto il Piano *Welfare* grazie al quale tutti i dipendenti possono scegliere di ricevere una quota del Premio Aziendale (c.d. *Credito Welfare*), sotto forma di benefici di natura socio-assistenziale riservati al dipendente e ai propri familiari. Circa 3.000 dipendenti hanno aderito al Piano *Welfare*.





### ASILO NIDO AZIENDALE



Situato a Roma, si sviluppa su due livelli per una superficie di 1.060 mq e accoglie 60 bambini da 0 a 3 anni. Periodicamente, BNL partecipa alle riunioni con i rappresentanti di classe per monitorare il corretto funzionamento delle attività all'interno del nido. Inoltre, nel 2014, BNL ha organizzato un **corso di disostruzione pediatrica** aperto a tutti i dipendenti e in particolare ai genitori e ai nonni dell'asilo.

### CIRCOLO SPORTIVO BNL



Situato a Roma in una zona immersa nel verde. I dipendenti hanno la possibilità durante tutto il periodo di chiusura estiva delle scuole, di iscrivere i propri figli (dai 3 ai 12 anni) alle attività ricreative e sportive del Circolo che seguono gli orari e i giorni lavorati dei genitori.

### CASSA SANITARIA BNL



Copertura delle spese mediche per i dipendenti e le loro famiglie. Assistenza al personale tramite telefono, *web* e in loco. **Nel 2014, 36.152 Iscritti; media di 2,05 componenti per nucleo familiare; oltre 15.700 contatti, di cui circa 4.500 di front office e oltre 11.000 di telefonate.**

### INFERMERIA E AMBULATORI



Nelle sedi di Roma e Milano, BNL dispone di un servizio infermieristico (1) e ambulatoriale (5), in cui in caso di necessità i dipendenti possono ricevere medicazioni, cure di primo soccorso e farmaci basici. Il servizio è attivo sempre nei giorni e negli orari lavorativi del personale.

### MENSA AZIENDALE



BNL dispone di **6 mense aziendali tra Roma e Milano**. I menu sono realizzati tenendo in considerazione le abitudini alimentari locali, l'utilizzo di prodotti biologici e tipici del territorio, le esigenze dietetico-salutistiche, etico-religiose, oltre a menu specifici per celiaci, vegetariani e vegani. È presente anche il "Menu a chilometri zero" che utilizza prodotti locali e di stagione in modo da ridurre l'impatto ambientale causato dai trasporti. Ciclicamente vengono effettuati dei controlli di qualità da una società esterna sulla qualità del cibo, sul personale e sugli stabili e ad oggi non si sono mai verificati casi di non conformità. Il gestore del servizio è chiamato a organizzare un piano di utilizzo dei pasti in eccedenza a favore di associazioni umanitarie locali, come il **Gruppo Banco Alimentare di Siticibo**, riponendo i prodotti in appositi contenitori, nel rispetto della normativa igienico-sanitaria. **Nel 2014, sono stati distribuiti 573.796 pasti.**

### HOUSEADVISOR DI BNL



Nuova sezione all'interno della *intranet* aziendale creata, prendendo l'ispirazione dal noto *format* «TripAdvisor», per dare la possibilità ai dipendenti di scambiarsi esperienze vissute, informazioni utili, riferimenti, lasciare o leggere commenti di altri colleghi che prima di loro si sono trovati, ad esempio, alle prese con la ristrutturazione di una casa.

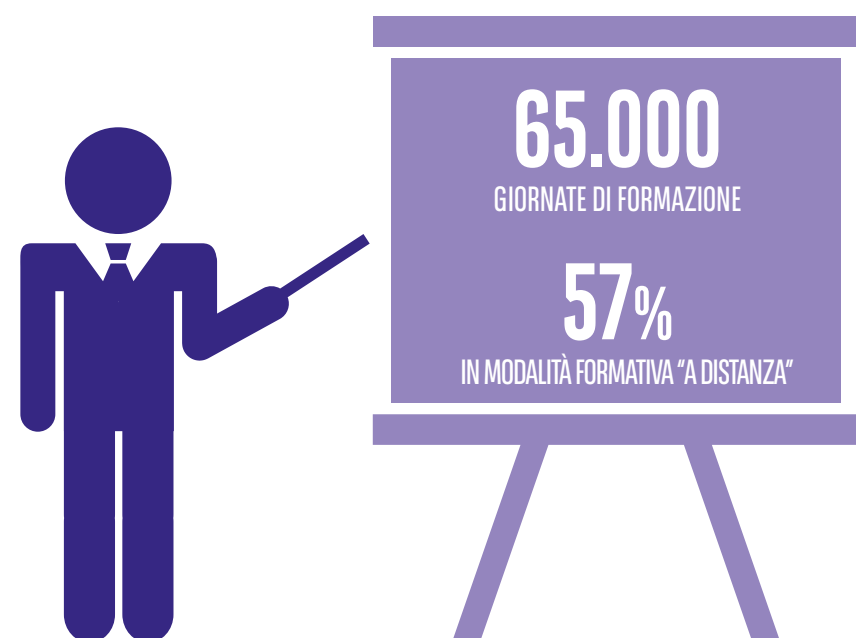
### FONDO PENSIONI



È un fondo di previdenza integrativa a cui possono aderire i dipendenti della BNL, delle Società del Gruppo BNL e del Gruppo BNP Paribas Italia e i loro familiari fiscalmente a carico. Il Fondo è alimentato dai contributi degli iscritti (**nel caso BNL 2% della base retributiva al fini della determinazione del TFR**), dal contributo del datore di lavoro (**nel caso BNL 4% della base retributiva ai fini della determinazione del TFR**) e dal TFR. Il CdA ha integrato le valutazioni tradizionali nella gestione del portafoglio investimenti con quelle dei parametri ESG (*Environment, Social, Governance*). A tale fine è stata incaricata la società specializzata Vigeo di verificare la qualità del portafoglio relativamente a 6 fattori: Clienti e Fornitori, Comunità Locali, Ambiente, Diritti Umani, *Corporate Governance* e Risorse Umane. **Nel 2014, gli aderenti al Fondo Pensioni sono 14.304.**

# FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE

Il capitale umano è una risorsa fondamentale per BNL, perché è il mezzo attraverso il quale la Banca traduce con atteggiamenti operativi le proprie scelte strategiche. È il denominatore comune per garantire qualità sul mercato e nella società.



BNL si impegna a promuovere la valorizzazione dei collaboratori offrendo opportunità di formazione e sviluppo professionale favorendo la crescita dei propri dipendenti, senza alcuna forma di discriminazione. Lo sviluppo delle persone è sostenuto sia da un percorso di carriera che da un sistema di valutazione sulle *performance* e sui comportamenti dei dipendenti.

Nello specifico, la rete dei Gestori Risorse Umane è incaricata di seguire i collaboratori dei propri portafogli per tutte le esigenze formative, sviluppo, mobilità ed altre specifiche istanze. Nel 2014, nell'ambito dell'iniziativa di Gruppo "*Mobility Days*" sono stati effettuati 4 incontri sul territorio nazionale al fine di promuovere "l'Orientamento ai Mestieri BNL" che ha visto coinvolti circa 240 dipendenti in tutta Italia. Sia per la rete che per la Direzione Centrale sono definiti dei percorsi di carriera, che prevedono la permanenza in ruoli di progressiva responsabilità.

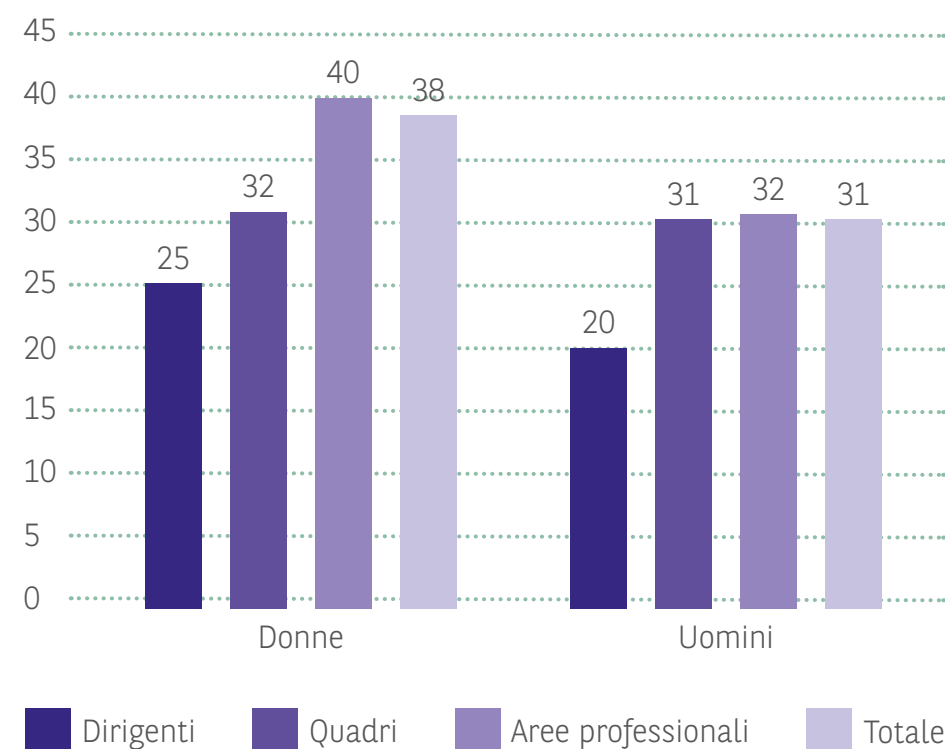
## PIANO DI FORMAZIONE



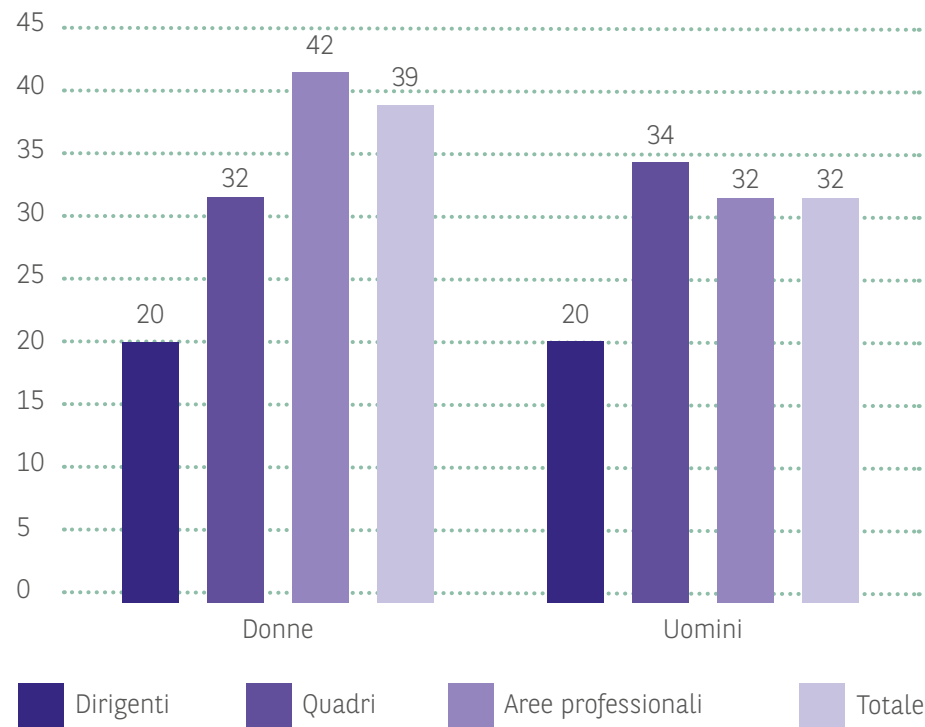
## MONITORAGGIO

I principali interventi hanno riguardato le nuove dimensioni che il *Business* sta assumendo in seguito alla crisi economica con l'obiettivo di supportare i dipendenti a lavorare meglio e a rafforzare le proprie competenze. In particolare si ricorda la certificazione delle competenze all'ingresso nei ruoli prioritari della Divisione *Retail* e *Private*; l'accrescimento delle competenze manageriali e di acquisizione del mercato imprese e *small business*; progettazione d'interventi formativi dedicati ai nuovi canali *Hello Bank!*, Centro Relazioni e Sviluppo Clientela (Crsc), *Life Banker*, e Protezione Danni; supportare le attività di dematerializzazione in atto, in linea con la politica della sostenibilità ambientale; i nuovi percorsi di *tutoring*, *mentoring* e *reverse mentoring* per rafforzare le competenze delle varie diversità di genere, età e diverse abilità presenti in azienda con l'obiettivo di creare inclusione e ricchezza collettiva.

## ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE 2013



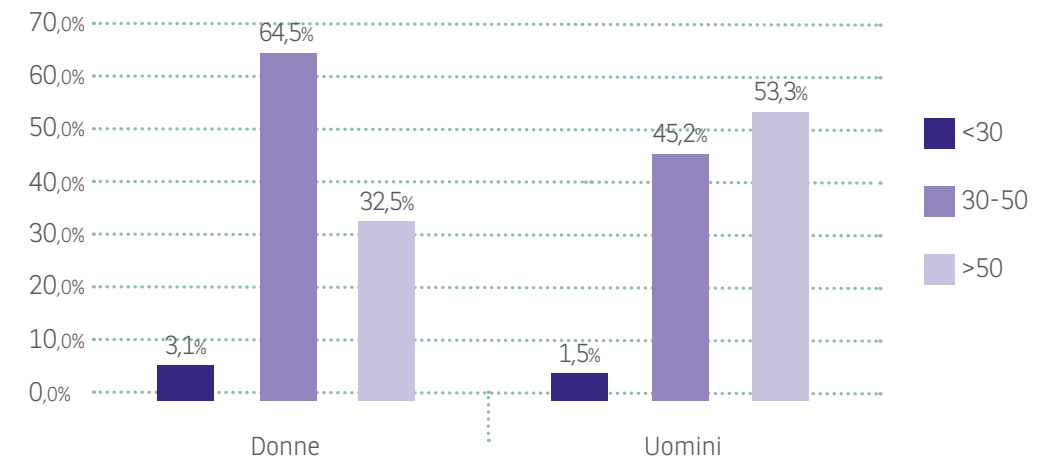
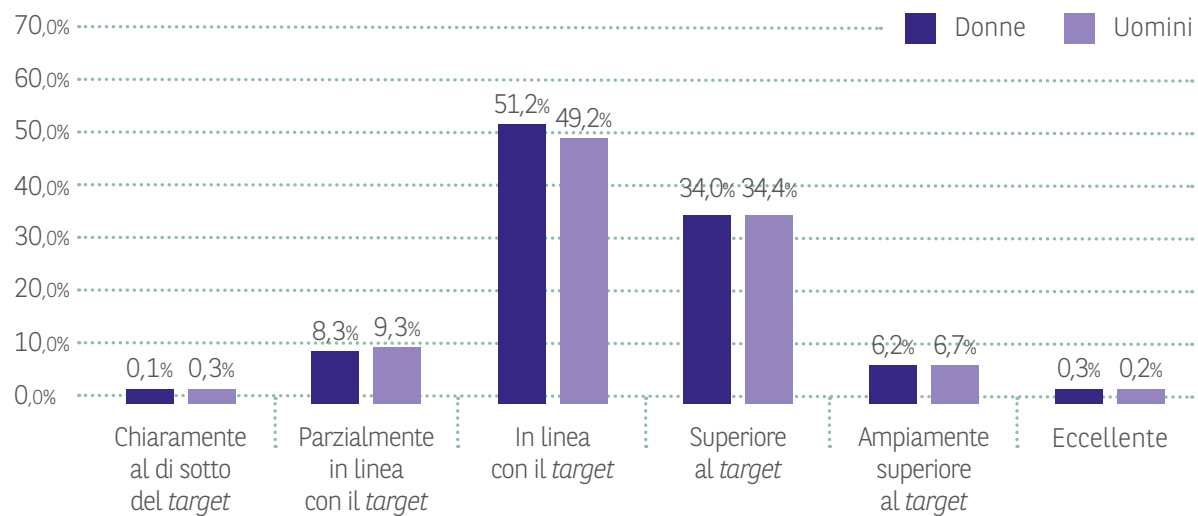
## ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE 2014



## VALUTAZIONE PROFESSIONALE

Il sistema di valutazione del personale, Dialogo, è finalizzato alla motivazione e crescita delle persone. Misura le *performance* del collaboratore in base ai risultati raggiunti e le modalità impiegate per raggiungerli. Nella valutazione del Personale, è stato introdotto un elemento in più nel 2014 ovvero, i responsabili devono valutare i propri collaboratori cercando di garantire di più la crescita del livello di competenze delle persone e della valorizzazione delle diversità. Tra i principi valutati e i relativi comportamenti agiti rientrano il *People Care* e il *Transversal Management*. Il numero dei valutati varia da quello di organico perché la numerosità delle valutazioni espresse non considera i neo-assunti in quanto questi condividono soltanto la pianificazione degli obiettivi e le persone assenti durante il periodo di valutazione. Per quest'ultime è previsto un *feedback* intermedio a metà anno.

### VALUTAZIONE PROFESSIONALE: DIPENDENTI COINVOLTI ED ESITI



## POLITICHE RETRIBUTIVE

Le politiche di remunerazione delle risorse umane, anche per il 2014, si confermano orientate a principi di pari opportunità, in coerenza con le politiche già definite e la normativa in essere. Le attività condotte nell'ambito del processo di *Compensation Review* evidenziano ancora una volta una maggiore equiparazione dello stipendio base e della remunerazione delle donne rispetto agli uomini a parità di categoria. La riduzione del divario nella remunerazione tra uomo - donna è più evidente tra le categorie dei quadri direttivi e delle aree professionali. L'obiettivo delle pari opportunità si riscontra anche nell'ambito delle promozioni dove le donne promosse risultano essere maggiori rispetto agli uomini.

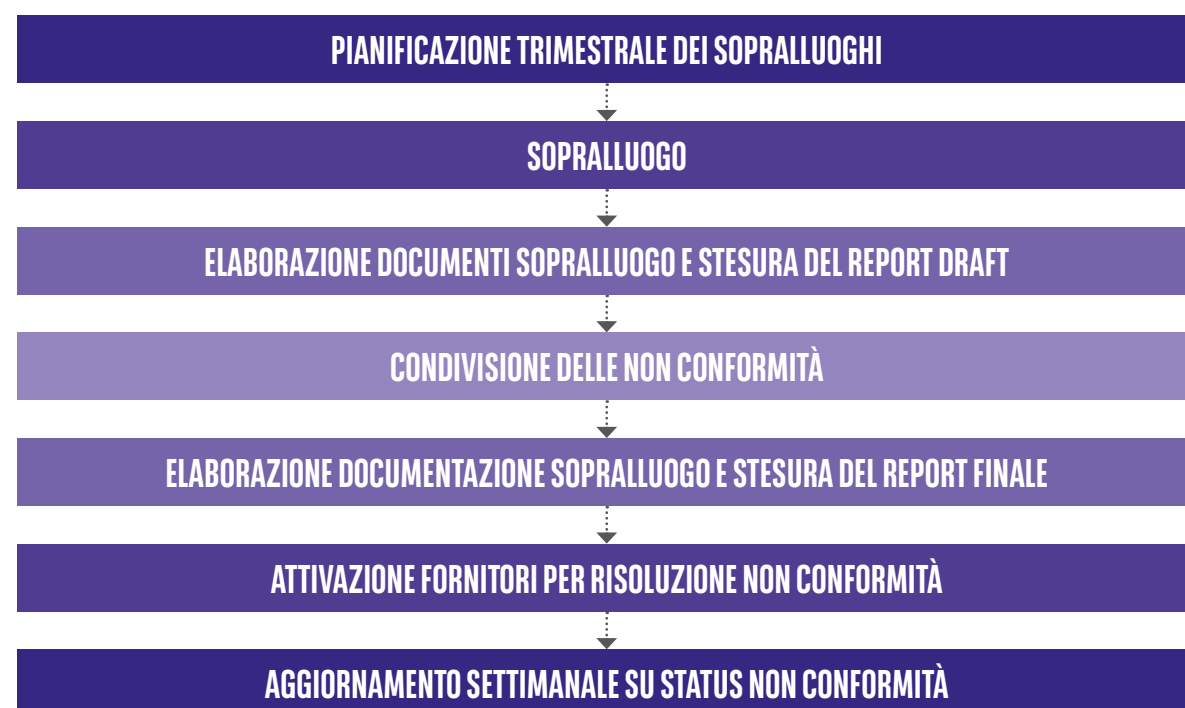


# SALUTE E SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO

Il tema della salute e sicurezza sul lavoro costituisce un impegno costante per una piena tutela della salute, dell'integrità e della dignità della persona in ogni ambiente di lavoro. BNL nel rispetto della normativa vigente, effettua la valutazione dei rischi e individua le misure per la sicurezza e la salubrità degli ambienti di lavoro, adotta misure preventive e protettive, elabora procedure di sicurezza e propone programmi d'informazione e formazione dei lavoratori.

BNL dispone di 18 figure professionali denominate RLS (Responsabile della Sicurezza locale) che monitorano lo stato delle agenzie relativamente alle misure di sicurezza. BNL conduce, in base ad una pianificazione annuale, il censimento delle fonti di rischio per la sicurezza e la salute dei lavoratori presenti nell'ambito dell'organizzazione aziendale, mediante sopralluoghi periodici.

## PROCESSO DI VALUTAZIONE E GESTIONE DEI RISCHI PER LA SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI



Si tratta di attività di valutazione globale e documentata di tutti i rischi per la salute e sicurezza dei lavoratori presenti nell'ambito dell'organizzazione in cui essi prestano la propria attività, finalizzata ad individuare le adeguate misure di prevenzione e di protezione e ad elaborare il programma delle misure atte a garantire il miglioramento nel tempo dei livelli di salute e sicurezza. A seguito delle attività di censimento e valutazione dei rischi, con frequenza annuale, BNL individua le misure di prevenzione e protezione e di miglioramento finalizzate alla mitigazione e/o eliminazione dei rischi suddetti.

Nel 2014 sono stati effettuati **270 sopralluoghi** su 257 pianificati **(+8% a fronte del pianificato)**. Inoltre, non sono state rilevate non conformità che determinino un pericolo grave o a rischio per le persone. Oltre agli obblighi di legge è in vigore dal 2008 un accordo con le Organizzazioni Sindacali. Tale accordo ha previsto l'applicazione del modello per la gestione del rischio degli eventi criminosi sulle dipendenze BNL per la tutela della salute del personale attraverso il quale la Banca ha impostato una nuova metodologia di valutazione e prevenzione dei rischi e in particolare del rischio rapina in ciascuna dipendenza.

## CENTRO DI ASCOLTO STRESS DA LAVORO CORRELATO

È un servizio di "primo contatto", con la possibilità di fruizione tramite *Skype*, telefono o in presenza, a disposizione di tutti i dipendenti, per le tematiche da *stress* emerse durante l'attività lavorativa e supporto psicologico e per disagi psicofisiologici riconducibili allo *stress* da lavoro correlato. Nel 2014 sono state condotte due analisi: una oggettiva, al fine di valutare i fattori stressogeni non ancora eliminati e l'altra soggettiva sulla percezione dei lavoratori sul tema da *stress* da lavoro correlato. La valutazione oggettiva è avvenuta tramite la raccolta dei cosiddetti eventi sentinella (es. numero di infortuni, giorni di ferie previsti ed effettivamente goduti, ecc.) e la somministrazione di un questionario attraverso l'intervista strutturata di gruppo. Il gruppo di lavoro (250 persone) è stato composto da DDL (Datore di Lavoro), dal SPP (Servizio di Prevenzione e Protezione) e dai Rappresentati dei Lavoratori per la Sicurezza. L'analisi soggettiva invece, ha coinvolto circa 6.000 lavoratori tramite *survey* sulla *intranet* aziendale. I risultati di tale indagine, hanno consentito di programmare azioni di miglioramento che saranno intraprese nel corso del 2015.

OLTRE 250  
INIZIATIVE SOCIALI  
SOSTENUTE NEL 2014  
PER OLTRE

**15** MLN  
DI EURO

**2.950**

FINANZIAMENTI DI MICROCREDITO  
EROGATI NEL 2014

**4.000**

INCONTRI EDUCARE ORGANIZZATI DAL 2008  
COINVOLGENDO CIRCA 80MILA PERSONE E 8MILA IMPRESE  
RACCOLTI PER TELETHON NEL 2014

**11.485** MLN  
DI EURO

+600 MILA EURO RISPETTO AL 2013

OLTRE

**5.000**

FILM FINANZIATI

**5.000**

OPERE NEL PATRIMONIO  
ARTISTICO DI BNL

OLTRE

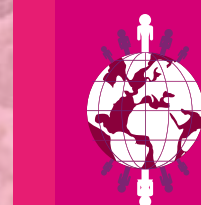
**1** MLN  
DI FAN

E

**70** MILA  
FOLLOWERS

SU FACEBOOK

SU TWITTER



## LA NOSTRA RESPONSABILITÀ SOCIALE

*Lottare contro l'esclusione  
sociale, promuovere  
l'istruzione e la cultura*

## LA NOSTRA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Con oltre 100 anni di storia, BNL è diventata nel tempo uno degli attori principali nelle sponsorizzazioni e nel sostegno alle iniziative sociali rivolte alla collettività. Questo perché è una Banca radicata nel proprio territorio, di cui ne riconosce i bisogni, le domande inesprese e le esigenze di sviluppo, proponendosi sempre in maniera attiva, qualificata e continuativa nel tempo.


Ne è un esempio il sostegno per la ricerca, da oltre 20 anni, alla Fondazione *Telethon* contribuendo alla scoperta di cure per alcune malattie genetiche rare. Ogni anno, BNL si impegna a trovare nuove modalità di raccolta fondi coinvolgendo tutto il personale della Banca e i suoi clienti.

BNL è anche molto attenta nel preservare il proprio patrimonio artistico che vanta circa 5.000 opere di arte classica, moderna e contemporanea, messe a disposizione della collettività attraverso prestiti a musei e enti in occasione di eventi specifici. Si riconosce inoltre, come punto di riferimento per il Cinema in quanto *main sponsor* dei *Festival* nazionali e internazionali di settore, come Banca per la Musica in qualità di socio fondatore dell'Accademia di Santa Cecilia e di Banca per lo Sport, come *title sponsor* degli Internazionali di Tennis d'Italia dal 2007.

Un altro punto che BNL non lascia in secondo piano è quello di favorire la diffusione dell'educazione finanziaria attraverso seminari di *EduCare*, completamente gratuiti aperti a tutti. La novità che ha contraddistinto il 2014, è stato il lancio di "*EduCare Scuola*", un'iniziativa pensata per le generazioni future, con l'obiettivo di insegnare anche ai più piccoli l'uso responsabile del denaro.

BNL lavora anche molto con il Terzo Settore, dal 2011 ha stretto una *partnership* importante con l'Associazione "Libera, nomi e numeri contro le mafie" di don Ciotti, realizzando insieme progetti dedicati a famiglie e individui vittime di tratta, emarginazione ed esclusione sociale, restituendo a molti di loro dignità e diritti.



ABBIAMO DETTO DI FARE		ABBIAMO FATTO	
EDUCARE		Realizzare eventi <i>EduCare</i> su temi e <i>target</i> specifici.	Sono stati lanciati due importanti progetti dedicati ai più giovani: <i>EduCare Campus</i> e <i>EduCare Scuola</i>
SITO INTERNET SULLA CSR		Realizzare un sito <i>internet</i> di BNL dedicato alla CSR	Lanciato il nuovo sito BNL dedicato alle iniziative di CSR della Banca
PROGETTI DI INCLUSIONE SOCIALE		Realizzare un nuovo progetto di inclusione sociale che moltiplichi il numero dei beneficiari finora coinvolti in questi progetti e che veda protagoniste le nuove famiglie italiane povere, colpite dalla forte crisi economica del Paese degli ultimi anni. Progetto "Dritti alla Méta" su Roma: terminare il percorso di inserimento lavorativo e sociale di 40 giovani <i>care leaver</i> .	Realizzato il progetto "Salva famiglie" in <i>partnership</i> con l'Associazione Libera e portato a termine il progetto "Dritti alla Méta" in <i>partnership</i> con l'Associazione Amici dei Bambini (Ai.Bi.) con l'inserimento sociale di 40 giovani <i>care leaver</i> .
TELETHON		Programmare nuove linee d'azione per la raccolta fondi.	La raccolta fondi nel 2014 ha avuto un incremento di oltre 600 mila euro rispetto a quella del 2013.
MICROCREDITO		Erogare circa 3.500 finanziamenti	Sono stati finanziati circa 3.000 progetti (2.400 nel 2013), di cui 450 per creare piccole iniziative imprenditoriali e 2.500 per iniziative relative alla salute, istruzione ed esigenze abitative.
COSA FAREMO NEL 2015			
1	MICROCREDITO	Sviluppo di un nuovo modello operativo per facilitare l'accesso al prodotto attraverso le Agenzie BNL.	
2	SPONSORIZZAZIONI ED EVENTI	Proseguire con l'impegno di sostenere le iniziative del territorio per la ricerca scientifica, culturali, artistiche e sportive.	
3	PROGETTI DI CSR	Monitorare costantemente i KPI dei progetti di Responsabilità Sociale in essere e valutare nuove proposte dal Terzo Settore.	
4	EDUCARE	Realizzare eventi <i>EduCare</i> su temi e <i>target</i> specifici.	

## EDUCAZIONE E INCLUSIONE FINANZIARIA

L'educazione finanziaria è un tema importante per migliorare la comprensibilità dei concetti di base dell'economia e innalzare il livello di consapevolezza e responsabilità di ciascuno. Inoltre, è fondamentale per avvicinare i cittadini al mondo economico, alle istituzioni, agli intermediari, al mondo dell'informazione. BNL è impegnata per la diffusione della cultura e della consapevolezza sui temi del risparmio, degli investimenti, ma anche sulle nuove tecnologie e su quanto possa essere utile conoscere per confrontarsi con un mondo in continua trasformazione. A tal fine, oltre agli abituali strumenti legati alla Trasparenza bancaria, fin dal 2008 ha promosso il progetto *EduCare* attraverso il quale vengono realizzati seminari gratuiti aperti a tutti sui principali temi dell'economia e finanza quotidiana. Il nome *EduCare* è costituito da un acronimo che unisce al concetto di educazione, il termine inglese "*care*", ovvero attenzione e cura. I seminari sono organizzati sia nelle Agenzie BNL dopo l'orario di apertura, sia presso le sedi di Associazioni di categoria (es. Confindustria, Confartigianato, Confesercenti) o direttamente presso le Aziende. **Nel corso del 2014 sono stati realizzati 527 seminari di educazione finanziaria "EduCare BNL", coinvolgendo circa 10.000 partecipanti.** In particolare, il 15 maggio 2014 si è tenuto un *EduCare Day* sul tema della previdenza, con **440 eventi in contemporanea e 6.355 partecipanti.** Invece, per i clienti *Corporate*, per i quali sono stati lanciati nel 2014 quattro nuovi *format* di coinvolgimento, gli incontri sono stati oltre 20 su tutto il territorio italiano a cui hanno partecipato circa **1.500 Clienti.** Nel corso dell'anno, inoltre, sono stati lanciati due importanti progetti dedicati ai più giovani: *EduCare Campus* e *EduCare Scuola*.

***EduCare Campus*** è un progetto per gli studenti universitari, con logo e campagna di comunicazione dedicata, che ha coinvolto più di 1.300 studenti nel corso di 7 incontri presso le principali Università italiane.

***EduCare Scuola*** è una campagna educativa lanciata in 24 province nel mese di novembre 2014, rivolta ai bambini della scuola primaria che ha previsto il coinvolgimento, in collaborazione con Giunti Editore, di circa 5.000 classi e più di 125.000 bambini. Il progetto ha previsto la distribuzione di 5.000 *kit* didattici, tra i quali un libro per bambini della classe intitolato "L'economia della famiglia Millesogni" che, attraverso un linguaggio semplice e divertente, permette anche ai più piccoli di far comprendere il mondo dell'economia e l'uso responsabile del denaro.





## MICROCREDITO

Negli ultimi anni si è assistito ad un evolversi delle esigenze finanziarie e di accesso al credito per diverse categorie di persone. Questo fenomeno ha portato BNL a sviluppare progetti, servizi e prodotti dedicati a coloro che hanno più difficoltà ad accedere ad un prestito come i giovani e gli stranieri. Nel dicembre 2011, BNL è entrata nel capitale di PerMicro, la prima società italiana specializzata nell'erogazione di microcredito. Insieme, BNL e PerMicro hanno sviluppato un particolare modello di servizio studiato per l'avvio di nuove micro-imprese e per il sostegno familiare, senza limiti derivanti dalla presenza di garanzie, del reddito fisso, o del paese d'origine.

PerMicro è presente attualmente in 13 città italiane e BNL ha aperto 5 PerMicro *Point* all'interno delle agenzie di Bari, Brescia, Catania, Napoli e Roma, con un modello di servizio in grado di soddisfare le esigenze più complesse.

Nel 2014, è stato attivato il prodotto "PerMicro famiglia" finalizzato per rispondere ad urgenti necessità di credito da parte di individui e famiglie come le spese legate alla famiglia, casa, salute, formazione e lavoro. Il luogo di utilizzo del prestito può anche essere il paese di origine.

**Nel 2014 sono stati finanziati circa 2.950 progetti** (2.400 nel 2013), di cui 450 per creare piccole iniziative imprenditoriali e 2.500 per iniziative relative alla salute, istruzione ed esigenze abitative.

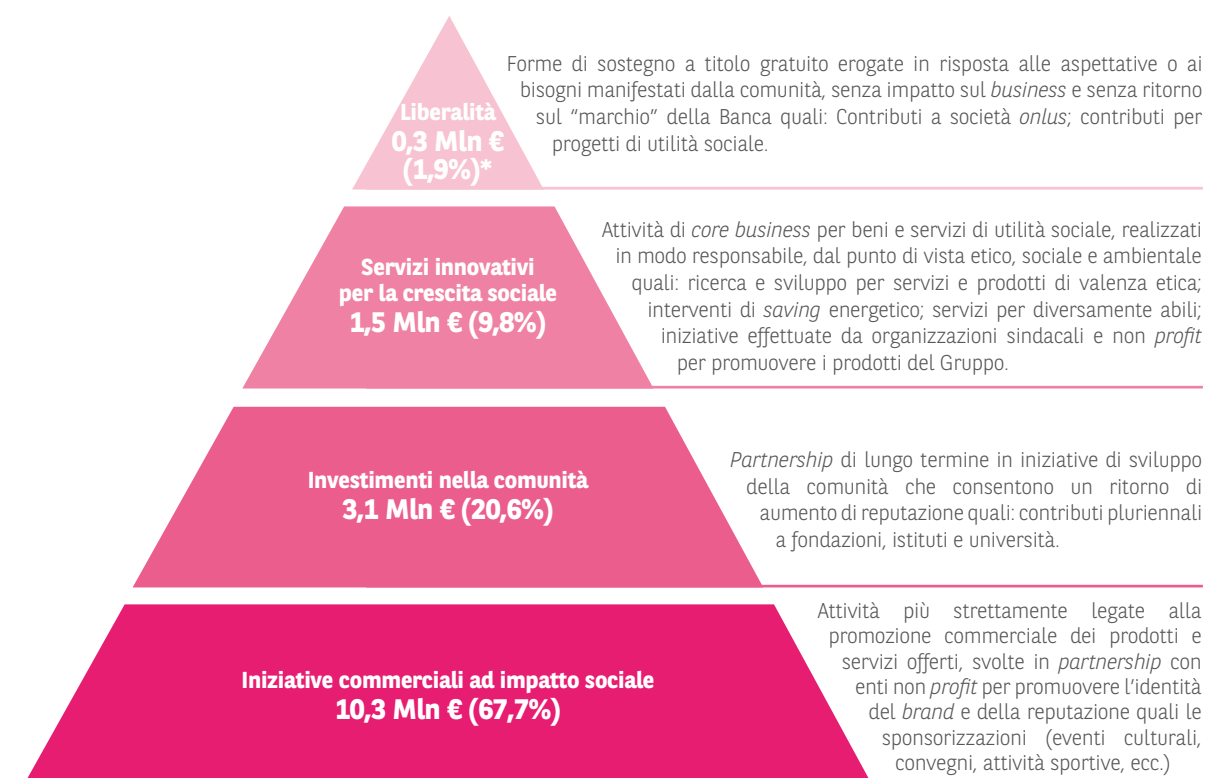


## PRESENZA DELLA BANCA NEL TERRITORIO: INVESTIMENTI PER LA COMUNITÀ

Per BNL gli investimenti nella collettività rappresentano un'importante modalità di dialogo con il territorio e consentono di contribuire alla crescita della comunità in cui opera. BNL è consapevole di essere un attore strategico nello sviluppo dell'economia e nella valorizzazione della relazione con i diversi attori in gioco, anche attraverso la promozione/sponsorizzazione di iniziative e progetti di ricerca, culturali e di educazione finanziaria. In questi ambiti si collocano le iniziative storiche che BNL sostiene continuamente e che sono entrate a far parte del DNA dell'azienda. Le più significative sono: *Telethon*, *EduCare*, e le iniziative in campo sportivo, culturale e musicale. Queste, consentono di creare valore sostenibile andando oltre la propria *mission* quotidiana, oltre i propri pacchetti di offerta per rispondere ai bisogni della collettività. Il supporto economico, il *know how* che la Banca fornisce è sempre amplificato dal coinvolgimento diretto del personale della Banca che partecipa ogni anno alle iniziative sociali.

### NEL 2014, IL GRUPPO BNL HA SOSTENUTO 263 INIZIATIVE PER UN TOTALE DI 15.270.489 €

BNL ha adottato il modello di rendicontazione proposto dal *London Benchmarking Group* (LBG), un'associazione internazionale con sede a Londra cui aderiscono grandi aziende di diversi comparti produttivi e nazionalità. Il modello, schematizzabile sotto forma di piramide, consente di misurare i benefici e i ritorni di *business* derivanti dalle diverse attività: alla base della piramide si trovano le attività direttamente connesse al *core business*, all'apice della stessa quelle legate maggiormente alle iniziative filantropiche e di solidarietà sociale.



\* Compresi i contributi delle altre società del Gruppo.

## BNL PER LA SOLIDARIETÀ

### TELETHON

BNL è *main partner* della Fondazione *Telethon* dal 1992 con l'obiettivo di promuovere la raccolta di fondi per sostenere la ricerca scientifica per la cura delle malattie genetiche. **In 23 anni BNL ha raccolto oltre 256 milioni di euro** (11,5 milioni raccolti nel 2014) grazie all'impegno dei 20.000 dipendenti del Gruppo in Italia nell'organizzazione di oltre 1.000 eventi all'anno e alla generosità di oltre 8.000 aziende clienti. BNL ha così contribuito a finanziare 2.532 progetti di ricerca con 1.547 ricercatori coinvolti che hanno permesso di studiare 450 malattie genetiche. Tra le novità 2014, le campagne di raccolta in *partnership* con Caffarel: a Pasqua nelle agenzie BNL sono stati offerti sacchetti con campanelle di cioccolato in cambio di donazioni per *Telethon* e a dicembre cuori di cioccolato. Il canale ATM è stato protagonista dell'iniziativa "donare è un viaggio bellissimo" in *partnership* con NTV (Nuovo Trasporto Viaggiatori). Tutti i clienti BNL in possesso di una carta *Bancomat*, che hanno effettuato una donazione attraverso gli sportelli automatici della Banca, hanno ricevuto un *voucher* Italo da 10 euro.



### PROGETTO SALVA FAMIGLIE

Nel 2014, BNL insieme all'Associazione "Libera-Nomi e numeri contro le mafie" di don Ciotti ha ideato e lanciato il Progetto "Salva Famiglie" per i nuclei familiari nel Sud Ovest Milanese, territorio dove si registra un progressivo aumento della povertà, delle difficoltà familiari, della disoccupazione e della resa a meccanismi malavitosi. L'obiettivo di "Salva Famiglie" è semplificare l'accesso al sistema di *welfare* territoriale, creando sinergie tra le associazioni, le cooperative sociali, gli enti e le istituzioni in grado di coprire i bisogni delle persone che vivono situazioni di disagio o condizione di esclusione e povertà. Nello specifico questa iniziativa, attraverso attività di ascolto e sostegno, punta ad individuare le soluzioni per risolvere o alleggerire problemi di tipo economico e sociale come, ad esempio, il sostegno allo studio attraverso la mediazione con strutture scolastiche e di accoglienza, ma anche l'accesso a diversi servizi pubblici come nell'individuazione delle comunità alloggio, assistenza h24, l'organizzazione del tempo libero oltre all'organizzazione di servizi di banco alimentare e formazione professionale. Il progetto è stato strutturato, in questa prima fase, su una **durata di 3 anni**, con l'obiettivo di **sostenere a termine circa 800 persone**.



## BNL PER LO SPORT

### TENNIS - INTERNAZIONALI BNL D'ITALIA 2014

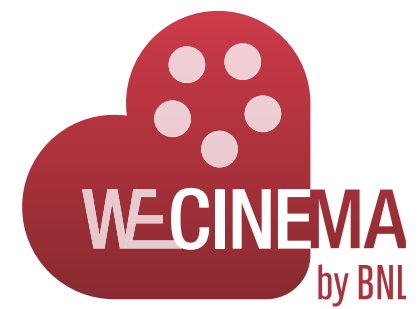
BNL ha consolidato il proprio impegno a favore del tennis, sostenendone lo sviluppo sia a livello locale che internazionale. In tal modo, si coniuga la passione per il gioco all'impegno sociale e si creano occasioni di contatto con la clientela *prospect* di tutto il mondo. Ogni anno nella cornice del Foro Italico di Roma si svolgono gli Internazionali BNL d'Italia, manifestazione tennistica, inserita all'interno del circuito *ATP World Tour Master 1000*, di cui BNL è *Title Sponsor* dal 2007. Inoltre, BNL sostiene il **Wheelchair Tennis** sponsorizzando gli Internazionali BNL d'Italia Mondiali *Wheelchair*, uno dei tornei del Comitato Paraolimpico Italiano, che ha visto giocare i migliori atleti a livello internazionale. Nel mese di giugno, presso il centro sportivo BNL, si è svolta l'ottava edizione del *Master Wheelchair* Trofeo BNL, alla quale hanno partecipato i migliori tennisti diversamente abili in Italia.



## BNL PER LA CULTURA

### CINEMA

L'industria cinematografica vede BNL storicamente impegnata a sostenere l'interafiliera delle produzioni nazionali, dal finanziamento alla realizzazione e distribuzione dei prodotti audiovisivi per il grande e piccolo schermo. Nel 2014, BNL è stata *main sponsor* del Festival internazionale del Film di Roma, delle due sezioni autoriali della Mostra Internazionale del Cinema di Venezia e di "Rendez-vous, appuntamento con il nuovo cinema francese". La Banca è stata *sponsor* istituzionale anche per il 2014 dei **Premi David di Donatello** **PRIMA E DOPO IL FILM.** & dei **Nastri d'Argento** che ogni anno premiano l'eccellenza nei diversi settori del cinema italiano.



### MUSICA

In qualità di socio fondatore dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia, BNL è vicina alle più antiche e autorevoli istituzioni culturali del nostro Paese, promuovendole e sostenendole nell'opera di formazione di nuovi talenti e nella diffusione della tradizione musicale italiana nel mondo. Il 7 marzo 2014 la Banca ha sponsorizzato a titolo gratuito il concerto di musica da camera del pianista Denis Matsuev che si è esibito su musiche di Čajkovskij, Liszt e Prokof'ev.

### ARTE

BNL vanta un patrimonio artistico di circa **5.000 opere** d'arte classica, moderna e contemporanea che sono messe a disposizione della collettività attraverso prestiti a musei e enti in occasione di mostre ed esposizioni. La Banca è impegnata inoltre a promuovere la diffusione della cultura sostenendo in qualità di *main sponsor* mostre e manifestazioni di richiamo internazionale, tra le quali nel 2014, si ricordano la mostra fotografica "The sea is my land", *main sponsor* del MIA - Milan Image Art Fair, e XIIIª edizione di



Invito a Palazzo. Dal 2014, BNL aderisce ad un progetto dell'ABI denominato "Festival della Cultura Creativa" organizzato nei musei, scuole e banche sul tutto il territorio nazionale, con classi di scuole elementari e medie. BNL inoltre, sostiene le attività dell'associazione non *profit* Mus-e Roma, associazione che si occupa dell'educazione all'arte per i bambini in età scolare che vivono in condizioni disagiate, in quartieri degradati, ad alto tasso di immigrazione e gravi rischi di contatto con criminalità e tossicodipendenza.

## FONDAZIONE BNL

BNL è socio fondatore della Fondazione BNL. Dal 2006, la Fondazione BNL persegue la sua missione di sostegno, promozione e sviluppo in favore dei più deboli attraverso le *onlus* e le associazioni di volontariato sparse su tutto il territorio nazionale. **Nel 2014 la Fondazione ha deliberato contributi per quasi 1.000.000 di euro in favore di 25 progetti.**

In particolare, vanno ricordati gli interventi a favore delle Associazioni Ali di Scorta, LAD *Onlus* e Andrea Tudisco per il sostegno ai bambini ricoverati e dimessi e alle loro famiglie, oltre ai progetti di ristrutturazione del laboratorio di falegnameria e tappezzeria per gli ospiti di Itaca ed alla realizzazione di una nuova area polifunzionale del Centro di *Dynamo Camp* a Pistoia.

Il Progetto Mano Amica, progetto storico della Fondazione, sostiene ogni anno le iniziative di solidarietà in favore delle *onlus* alle quali i dipendenti della Banca e del Gruppo dedicano volontariamente il proprio tempo e le proprie risorse al di fuori della loro attività professionale. I contributi sono assegnati a iniziative di interesse generale nell'ambito sociale e/o sanitario da realizzarsi in Italia o all'estero (per esempio a favore dei malati e dei diversamente abili, o per la lotta all'emarginazione, alla povertà, alla precarietà, ecc.). **Nelle prime 7 edizioni sono stati finanziati circa 300 progetti per un totale di 1.200.000 euro.**



Nel 2014 sono state raccolte quasi **80 richieste di contributo per le proprie associazioni di volontariato.**

## ORIENTAMENTO DEI GIOVANI AL MONDO DEL LAVORO

BNL si conferma per il secondo anno consecutivo tra le prime 5 aziende in Italia più attraenti per i giovani laureati, secondo un'indagine condotta annualmente sulle imprese più ambite dai neolaureati. BNL, inoltre, risulta la prima



**BNL è la 1ª banca nella classifica  
"Best Employer of choice 2014".**

azienda in assoluto se si considerano le preferenze dei soli laureati e laureandi in materie economico-statistiche; per le discipline umanistico-giuridiche la Banca si posiziona al terzo posto, evidenziando così un'attrattività trasversale e ampia per i giovani.

Il raggiungimento di questo traguardo è stato possibile anche grazie al costante impegno nel supportare i giovani nella ricerca del primo impiego, promuovendo **iniziative di orientamento al lavoro.**

BNL ha deciso di offrire un vero e proprio servizio di supporto ai giovani per accompagnarli nel sempre più difficile e delicato inserimento nel mercato del lavoro. Quello che BNL intende offrire ai giovani è una guida pratica per individuare, prendere consapevolezza e valorizzare i propri talenti nella ricerca di un'occupazione. In BNL esistono diversi mestieri: dall'operatore di sportello alle risorse umane, alla comunicazione, dalla gestione delle esigenze finanziarie delle grandi aziende, a quelle dei privati e delle famiglie e ancora altro come *l'information technology*. Tutto questo significa poter scegliere di intraprendere percorsi di carriera diversificati pur restando nella stessa azienda e giungere così ad arricchire la propria esperienza professionale e sviluppare competenze trasversali.





## ORIENTAMENTE BY BNL



Lanciata nel 2011, è una giornata di orientamento, di confronto e di crescita, in cui i neolaureati e gli studenti vivono un'esperienza nuova: incontrare gli esperti della Selezione e avere un confronto insieme su diversi temi che possono essere da guida nei primi contatti con le aziende.

**Nel 2014 sono stati realizzati 12 eventi per un totale di 600 ragazzi incontrati.**

## TALENT DAY



Giornate di orientamento dedicate ai figli laureati/laureandi dei dipendenti BNL in *partnership* con HRC (una *community* internazionale del settore Risorse Umane). L'obiettivo è quello di sostenere le famiglie delle persone di BNL proprio in uno dei momenti più delicati della vita di un figlio, l'inserimento nel mondo del lavoro. **Nel 2014 le edizioni sono state 17 e i ragazzi coinvolti sono stati 300.**

## PROGRAMMA AMBASSADOR



Per far conoscere meglio il mondo bancario e BNL, i dipendenti della Banca parlano con gli studenti e rispondono alle loro domande incontrandoli nelle differenti Università del territorio. Veri "Ambasciatori", le persone di BNL sono ex alunni delle Università in cui partecipano. L'obiettivo è quello di essere sempre più vicini agli studenti. **Nel 2014 sono stati coinvolti 85 dipendenti.**

## JOB.BNL.IT



Principale canale utilizzato dai candidati con l'introduzione di nuovi video profili (*private banker*, assistente commerciale *Corporate e Business Analyst IT*). **22.000 follower su LinkedIn.**

## TI PRESENTO A BNL



Iniziativa che ha dato la possibilità ai dipendenti di presentare persone di valore coerenti con le posizioni oggetto di ricerca. **Nel 2014, 400 candidature ricevute.**

## RECRUITING DAY



Iniziativa dedicata alla selezione di giovani laureati. **Nel 2014 2.600 candidature pervenute.**

## DIVERSITÀLAVORO



Iniziativa che promuove l'inclusione lavorativa nel mondo del lavoro delle persone appartenenti a categorie protette. **Nel 2014 BNL ha partecipato a 2 job meeting di DiversitàLavoro a Roma e a Milano.**

## BNL FINANCIAL ADVISOR DAY



Giornata in cui gli specialisti BNL selezionano laureati *under 30* in materie economiche e giuridiche da avviare alla professione di promotore finanziario.

# COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E WEB COMMUNITY

BNL è sempre più impegnata nello sviluppare, con tutti i suoi *stakeholder*, una comunicazione di qualità attraverso un sistema di ascolto aperto e di condivisione su canali innovativi dando spazio così a diversi territori culturali.

BNL, oltre che sui tradizionali canali di comunicazione, è

particolarmente attiva sul *web* e nei *social network*, dove è presente con diversi *account* dedicati: dal mondo del lavoro e del *recruiting* (BNL JOB) alle imprese (BNL Mestiere Imprese), dalle iniziative di *education* (BNL EduCare) al sociale e alla solidarietà (BNL per *Telethon*), senza tralasciare l'impegno per il mondo del cinema e del tennis, comune alla Banca e al Gruppo BNP Paribas (con i canali *welovecinema* e *wearetennis*). Nel 2014, BNL ha diffuso

**83 comunicati stampa** su tematiche istituzionali, di *business*, eventi e sponsorizzazioni. Di questi, **il 60% è stato**

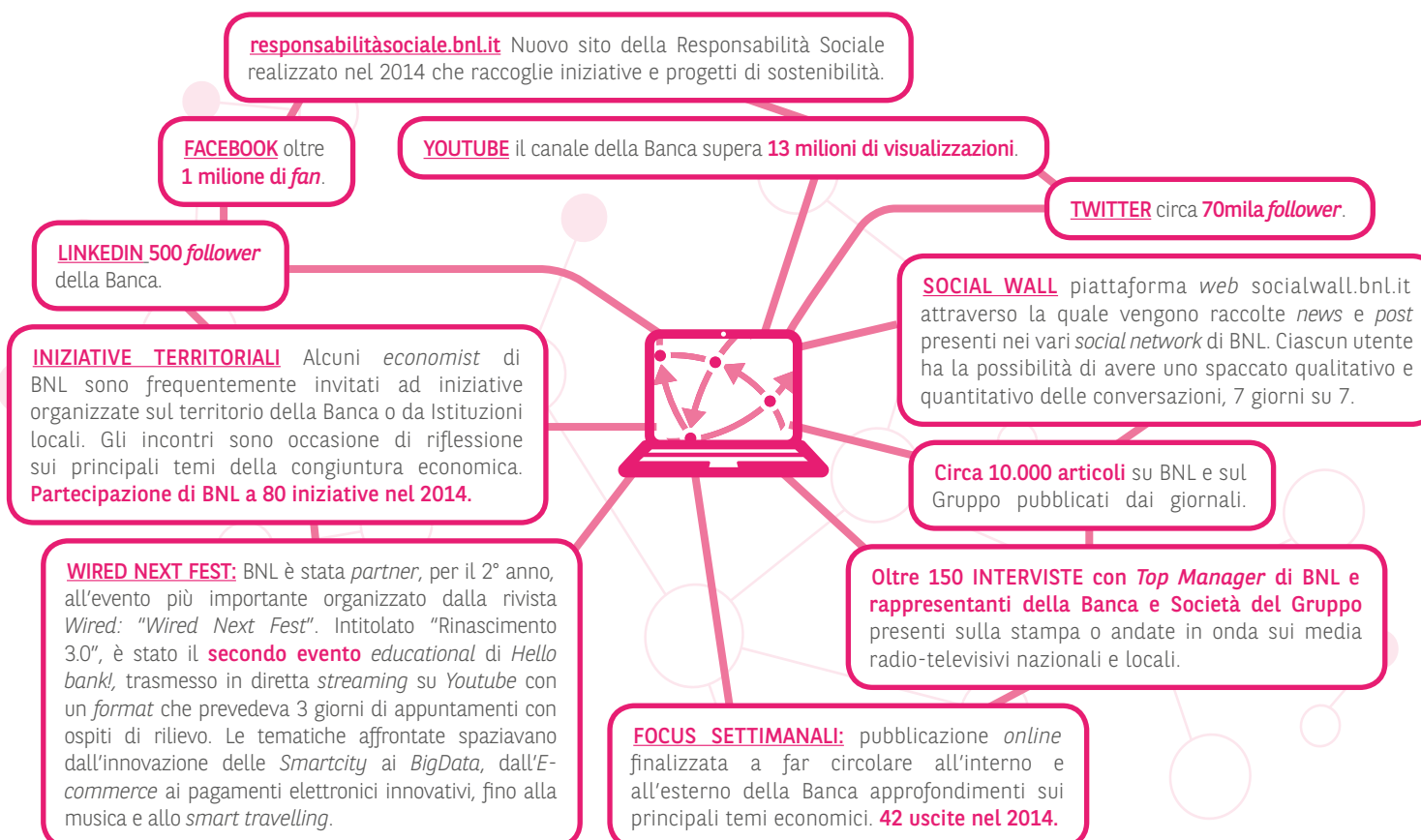
**dedicato a temi legati alla Responsabilità Sociale** e, in quest'ambito, **un terzo** ha riguardato specificatamente **iniziative benefiche e di solidarietà**. Inoltre, circa il 25% del totale dei comunicati stampa è catalogabile nella

categoria **Responsabilità Economica** riguardando, nello specifico, attività di *business* della Banca e del Gruppo a supporto delle imprese e a sostegno dell'innovazione nell'offerta di soluzioni e servizi per le persone. La restante

parte è relativa alle categorie **Responsabilità Ambientale** e **Responsabilità come datore di lavoro**.



BNL ha vinto il "Premio Nazionale per l'innovazione 2014" con il progetto **Comunicazione 3.0, dall'era della visibilità all'era della credibilità**. Inoltre, BNL ha vinto anche il "Premio ABI per l'innovazione 2014" nella categoria **Innovare per comunicare**.



# 88%

DI TONER  
RIGENERATI  
ACQUISTATI

# 11.790 MWh

DI ENERGIA ELETTRICA RISPARMIATA

# 1.390 MWh

DI ENERGIA ELETTRICA PRODOTTA  
DA PANNELLI FOTOVOLTAICI

# 100%

DI ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATATA  
PRODOTTA DA FONTI RINNOVABILI  
SENZA PRODUZIONE DI CO<sub>2</sub>

# 87.636 lt

DI GASOLIO PER IL RISCALDAMENTO  
RISPARMIATI

# 333.145 MC

DI GAS NATURALE PER IL  
RISCALDAMENTO  
RISPARMIATI



## LA NOSTRA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

*Agire contro i  
cambiamenti climatici*

## LA NOSTRA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Per BNL proteggere l'ambiente non significa solo rispondere agli obblighi di legge, ma adottare comportamenti responsabili tra i suoi dipendenti e promuovere attività interne di sostenibilità per sensibilizzare al massimo una cultura aziendale volta alla tutela dell'ambiente e del risparmio energetico. Attraverso i propri prodotti *green*, inoltre, la Banca può agevolare lo sviluppo di forme di *business* responsabili verso l'ambiente presso i propri clienti.

Nella gestione degli acquisti sono stati inseriti elementi di Responsabilità Sociale al fine di ridurre il consumo di carta e *toner*, ridurre il consumo di energia elettrica, acquistare energia proveniente da fonti rinnovabili, produrre energia con impianti a basse emissioni di CO<sub>2</sub> nell'ambiente, scegliere preferibilmente fornitori che rispettano i principi eco-sostenibili e che hanno introdotto nei loro sistemi di produzione tali politiche, e non meno importante, prestare attenzione allo smaltimento dei rifiuti.

Nel corso del 2014 sono state realizzate inoltre, diverse iniziative di sviluppo tecnologico volte al miglioramento dell'efficienza dei processi di vendita e di riduzione degli impatti ambientali.

All'interno del programma Banca *Paperless* sono stati resi più funzionali i processi di *Back Office* e, in ambito *End to End*, è stata realizzata l'infrastruttura che abilita la vendita in modalità *paperless* di alcuni prodotti, quali strumenti finanziari e fondi, sottoscrivibili tramite firma biometrica da diversi canali. Al fine di incrementare la funzionalità delle comunicazioni alla clientela si è conclusa l'iniziativa che ha esteso la dematerializzazione dei documenti e unificato l'invio dei documenti di carte di credito, debito e prepagate.



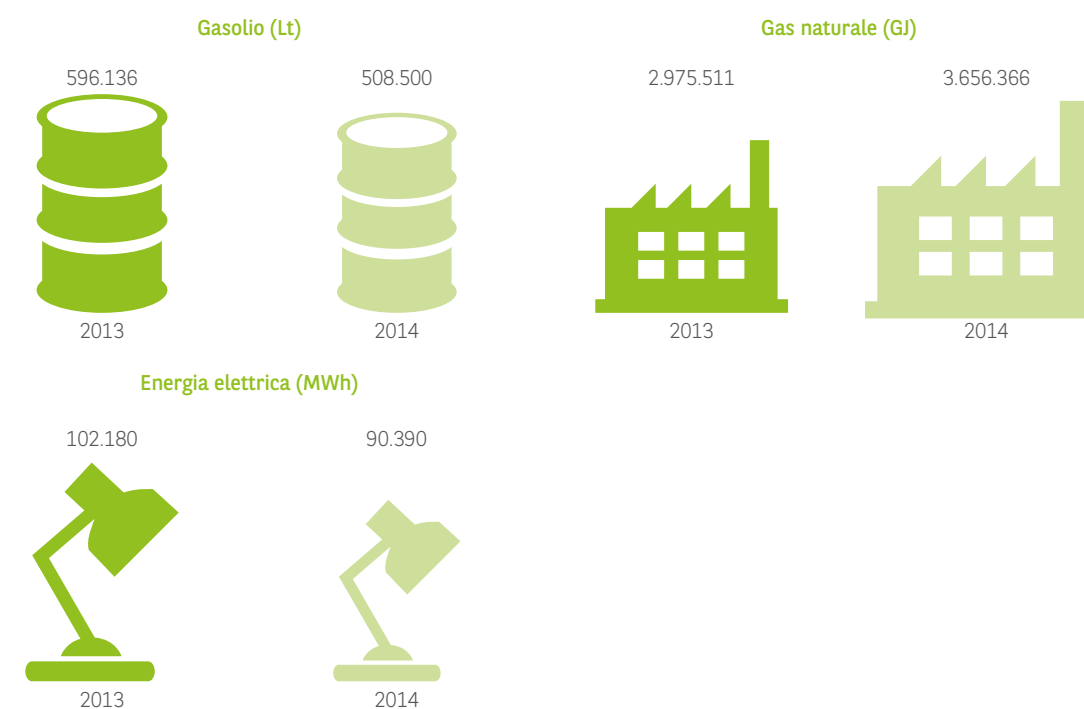
ABBIAMO DETTO DI FARE		ABBIAMO FATTO
<b>RICICLO MATERIALI</b>		Donare circa 100 pc al Terzo Settore. Consegnare circa 1.000 pezzi di mobilio ai soggetti risultati aggiudicatari del bando.
<b>CANCELLERIA GREEN</b>		Incrementare il numero di prodotti <i>green</i> presenti nel catalogo di cancelleria.
<b>CARTA</b>		Utilizzare carta certificata FSC proveniente da foreste dove sono rispettati rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.
<b>STAMPANTI</b>		Rinnovare 1.000 stampanti di rete e installare 988 nuovi <i>device</i> multifunzione a basso consumo energetico e certificati "Energy Star".
<b>DEMATERIALIZZAZIONE</b>		Introdurre nuovi strumenti allo sportello per la dematerializzazione dei documenti cartacei: firma digitale, servizio di <i>fax server</i> , <i>scanning</i> su multifunzioni. Sostituire i buoni pasto cartacei per i dipendenti con quelli elettronici.
<b>CONSUMI ENERGETICI</b>		Lavori di riqualificazione degli impianti sugli edifici BNL per il contenimento dei consumi energetici e riduzione delle emissioni di CO <sub>2</sub> nell'ambiente.
<b>TRIGENERAZIONE</b>		Realizzazione del progetto di installazione del Trigeneratore nella sede di Roma.
COSÌ FAREMO NEL 2015		
<b>1</b>	<b>MOBILITY</b>	Introduzione di strumenti di <i>web collaboration</i> (es. <i>remote advisory</i> , <i>same times</i> ) per minimizzare gli spostamenti tra le varie sedi di lavoro.
<b>2</b>	<b>SMART OFFICE</b>	Introduzione di postazioni di lavoro condivisibili con una postazione di lavoro mobile e con <i>docking monitor</i> per ottenere un risparmio del 50% del consumo energetico rispetto ad una postazione tradizionale.
<b>3</b>	<b>DEMATERIALIZZAZIONE</b>	Consegna di 3.600 <i>Sign-Pad</i> ai gestori commerciali e sperimentazione su <i>eFax</i> con conseguente dematerializzazione del <i>fax</i> da fisico a elettrico.
<b>4</b>	<b>DONAZIONE DISPOSITIVI RECUPERATI</b>	<i>Blackberry</i> a seguito dei rollout su <i>iPhone</i> e 50 <i>personal computer</i> in dismissione dalla Banca ad associazioni non profit.
<b>5</b>	<b>MONITORAGGIO CONSUMI</b>	Migliorare ulteriormente i consumi dei materiali individuando azioni per la loro riduzione, incrementare l'acquisto di carta riciclata.

## RIDUZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI DIRETTI

La salvaguardia dell'ambiente si concretizza per BNL attraverso l'utilizzo di tecnologie più pulite, il risparmio energetico e la riduzione di carta e altri materiali. BNL dedica alla gestione di tali aspetti figure professionali specializzate quali l'*Energy Manager* e il *Mobility Manager*.

In merito alle tecnologie pulite, BNL ha introdotto l'utilizzo di gruppi frigo senza CFC (cloro fluoro carboni) ancor prima che ciò divenisse un obbligo di legge e prosegue nella graduale e continuativa sostituzione di impianti di riscaldamento alimentati a gasolio con moderni gruppi a metano (a parità di rendimento termico, l'emissione di CO<sub>2</sub> in ambiente diminuisce del 26%). BNL ha inoltre implementato diversi impianti solari, fotovoltaici ed eolici per la produzione di energia elettrica. Tra questi, si ricorda l'impianto fotovoltaico nella sede di Pratica di Mare a Roma (921 kWp).

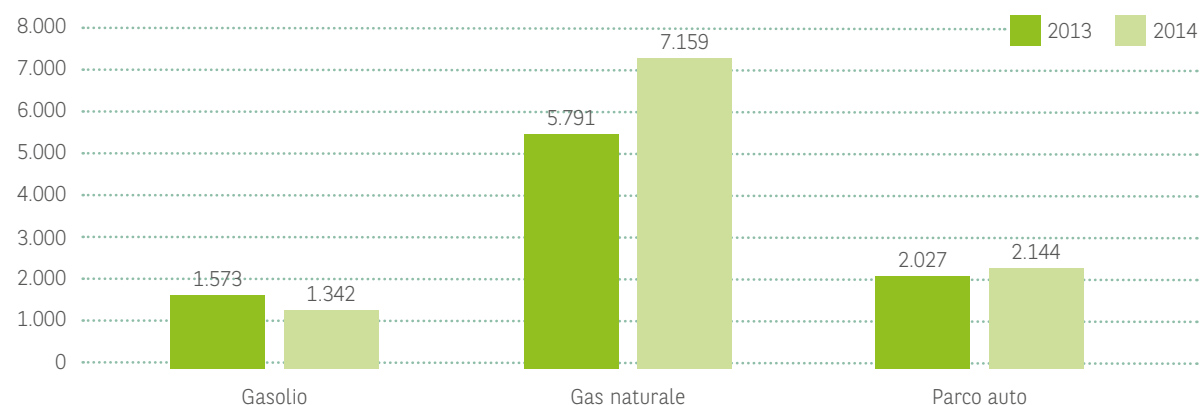
### CONSUMI ENERGETICI SUDDIVISI PER FONTE



In merito al risparmio energetico, BNL ha introdotto una politica improntata al miglioramento continuo. Nel 2014, per il secondo anno consecutivo, il consumo di energia elettrica è diminuito del 12% rispetto all'anno precedente, con un conseguente *saving* di circa 11.790 MWh a cui si si aggiungono i risparmi ottenuti nell'utilizzo di gasolio (-87.636 lt) che permettono di ottenere una mancata emissione in ambiente di circa 230 tonnellate di CO<sub>2</sub>. BNL inoltre acquista energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili che non determina emissioni di CO<sub>2</sub> nell'ambiente.



## EMISSIONI DI CO<sub>2</sub> SUDDIVISI PER FONTE (TON CO<sub>2</sub>)



Per ottenere questo risultato sono state intraprese iniziative a livello locale e nazionale quali:

- **Green desktop:** spegnimento centralizzato delle postazioni di lavoro negli orari non lavorativi, acquisizione di apparati certificati *green* a basso consumo e con basso impatto ambientale, rimozione di stampanti obsolete;
- **Printing Optimization Model (POM):** è stato ridotto il numero delle stampanti e ne sono stati introdotti modelli più efficienti con l'utilizzo del fronte retro della stampa. Questo ha portato ad un significativo risparmio sia energetico che di carta;
- **Energia pulita:** è stato rinnovato il contratto per l'acquisto dell'energia elettrica proveniente totalmente da fonti rinnovabili certificate.

Inoltre, nel 2014 è stata ultimata l'installazione di un trigeneratore nella sede di Roma di via Aldobrandeschi. Il trigeneratore è un motore che brucia metano e produce energia ed è capace di produrre contestualmente energia elettrica, caldo e freddo.

L'impianto permetterà ogni anno di risparmiare fino a 4.000 Ton/CO<sub>2</sub> che equivalgono al rimboschimento di circa 133.000 alberi l'anno.

### POLICY DISPOSITIVI DI STAMPA Sul consumo di carta.

Negli ultimi anni in BNL è stata avviata un'importante azione di contenimento di carta e *toner* in un'ottica di sostenibilità ambientale, intervenendo su più fronti

che vanno dal monitoraggio puntuale dei consumi, all'utilizzo di carta *"green"* con marchio Ecolabel e certificazioni FSC (ovvero una carta che proviene da foreste dove sono rispettati dei rigorosi standard ambientali, sociali ed economici), fino all'estensione della gestione *paperless* e all'incremento nei processi di *"smaterializzazione"* relativo, in particolare, alle comunicazioni inviate alla clientela.

## DIGITALIZZAZIONE BANCARIA

Grazie all'uso delle più recenti tecnologie, BNL sta rendendo i suoi processi sempre più veloci, snelli e rispettosi dell'ambiente. Dal 2010 infatti ha avviato un processo di dematerializzazione per ridurre al minimo l'utilizzo di carta nei contratti di conto corrente, eliminando la copia cartacea della Banca e archiviando tutto su supporto informatico. Il servizio di Documentazione *online* consente ai clienti la visualizzazione dei documenti inviati dalla Banca (ad esempio l'estratto conto) in formato elettronico e la possibilità di stampa e/o di salvataggio degli stessi su supporti durevoli (pc, *hard disk* esterni, ecc.).

### DEMATERIALIZZAZIONE



BNL ha messo in atto diversi strumenti di comunicazione digitale con i propri clienti, ne è un esempio il portale [www.mestiereimpresa.it](http://www.mestiereimpresa.it), un luogo digitale dove costruire una relazione privilegiata tra l'utente e la Banca. In Mestiere Impresa gli imprenditori possono raccontare le proprie esperienze, approfondire le necessità di *business* attraverso esperti dedicati ed essere informati sugli argomenti più interessanti. Al 2014, sono oltre 2.000 gli utenti registrati e 35.000 gli utenti iscritti alla pagina *Facebook* dedicata. BNL ha realizzato *"In Novo Conto Pratico web"*, un conto *online* completamente *paperless*, in quanto non prevede la produzione di alcuna documentazione cartacea. **Al 2014 i conti aperti erano 2.400.**

### HELLO BANK!

Rappresenta un nuovo modello di servizio, lanciato a novembre 2013, dedicato ai clienti *"digital addicted"*. Il processo di entrata e di vendita per *Hello Bank!* è completamente *paperless* e a distanza e prevede una nuova modalità di identificazione via *webcam*: un servizio lanciato per primo da *Hello Bank!* nel settore bancario italiano, particolarmente apprezzato dai giovani. **Nel 2014, BNL ha registrato 42.356 clienti *digital*.** Tra i diversi servizi che la banca digitale offre, si trovano:

- **Hello! Talk:** ciclo di incontri *educational* per sensibilizzare ed avvicinare le persone ai temi dell'era digitale, in coerenza con il tradizionale impegno di BNL sul fronte dell'educazione economico-finanziaria.
- **Hello! Saving:** strumento innovativo per il risparmio finalizzato alla realizzazione di un progetto a cui possono partecipare amici e familiari del titolare del conto.
- **Hello! Personal:** strumento per la gestione del bilancio personale.



BNL ha vinto il premio "Cerchio d'Oro dell'innovazione finanziaria dell'AFIN" aggiudicandosi il **1° posto con Hello Bank!** per i servizi via *webcam*, *Hello Talk*, *Hello Saving* e *Hello Personal*.

BNL ha vinto il premio "MF Innovation Award" categoria conti privati per il prodotto "Conto Hello Bank!"

## MOBILITÀ SOSTENIBILE

### BUSINESS TRAVEL POLICY

Norme per il miglioramento del livello di servizio offerto ai dipendenti durante le trasferte e per la riduzione dei costi e degli sprechi.

Il grande aumento della mobilità delle merci e delle persone che interessa sempre più le moderne società ha una serie di effetti che hanno portato BNL a riflettere sulla necessità di una nuova mobilità più "sostenibile". Con questo termine la Banca identifica un approccio col quale riuscire a minimizzare, attraverso comportamenti responsabili, gli effetti negativi della mobilità come l'inquinamento atmosferico e acustico, i cambiamenti climatici dovuti all'emissione di CO<sub>2</sub>, i rischi connessi al traffico, ecc.. BNL negli ultimi anni ha promosso al suo interno diverse iniziative di sensibilizzazione su questo fronte. Nel 2014, BNL ha aderito alla settimana europea della mobilità sostenibile ospitando, presso il Circolo Sportivo di BNL, l'evento di chiusura ufficiale della settimana per la città di Roma. L'obiettivo di questa manifestazione è stato quello di sensibilizzare i cittadini sull'impatto dei trasporti, sulla qualità dell'aria e incoraggiarli ad usare mezzi alternativi all'auto.

### LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI BNL



#### AUTO ELETTRICHE

L'installazione di colonnine di ricarica su Roma, Firenze, Milano e Pratica di Mare ha consentito di arricchire la flotta aziendale con vetture a più basse emissioni di CO<sub>2</sub> e con motore ibrido.



#### TAXI MOVING TOGETHER

L'iniziativa BNL prevede l'utilizzo condiviso del taxi per gli spostamenti di lavoro.



#### ABBONAMENTI METREBUS

Per i dipendenti della Regione Lazio, e in particolare di Roma, vengono applicate delle tariffe scontate sugli abbonamenti annuali dell'ATAC.



#### VIAGGI IN TRENO CON LA FAMIGLIA

BNL ha sottoscritto una convenzione con Italo, la nuova compagnia ferroviaria, dando l'opportunità a tutti i suoi dipendenti e ai familiari che viaggiano con loro, di avere uno sconto dell'8% sul costo del biglietto per viaggi di piacere.

## FINANZIAMENTI E SERVIZI GREEN

BNL ha sviluppato una nuova offerta per raggiungere un posizionamento distintivo per sostenere soluzioni ecosostenibili e favorire lo sviluppo di energie rinnovabili. Nel 2014, BNL ha lanciato "BNL Green",



BNL ha vinto il premio "Green Globe Banking Award 2014" con il prodotto BNL Green.

un modello di servizio innovativo per famiglie, imprese e condomini, con strutture dedicate, dotate di competenze specialistiche in tema *green*, in grado di offrire un servizio di consulenza per supportare il cliente nella scelta della soluzione tecnica e finanziaria in ambito energetico. Le aziende possono quantificare il vantaggio economico ed ambientale tramite l'offerta di consulenza e di un *audit* energetico da parte di *partner* specializzati nell'analisi dei consumi energetici e nella definizione del *business plan*, mentre le famiglie hanno a disposizione un *check-up* energetico gratuito.

### FINANZIAMENTI BNL GREEN

#### FINANZIAMENTO BNL GREEN FAMIGLIE

Le famiglie hanno a disposizione un finanziamento fino al 100% della spesa sostenuta per l'efficientamento dell'abitazione, godendo, inoltre, di un *check-up* energetico gratuito, con tecnici specializzati presso il domicilio del cliente.

#### FINANZIAMENTO BNL GREEN CONDOMINI

I condomini possono avvalersi di un finanziamento fino al 100% della spesa sostenuta per l'efficientamento del condominio. Anche in questo caso vi è la possibilità di usufruire di un *check-up* energetico gratuito.

#### FINANZIAMENTO BNL GREEN AZIENDE

Per le aziende, infine, BNL finanzia fino all'80% dell'investimento in impianti di produzione d'energia da fonti rinnovabili ed efficientamento energetico con un servizio di consulenza di Desk Energie.



## BNP Paribas: la nostra mission, la nostra responsabilità

Il Gruppo BNP Paribas nasce da un percorso di integrazioni di banche che hanno lasciato il segno nella storia economica europea fin dal XIX secolo. Fedele a una forte tradizione di servizio alla clientela – famiglie e imprese – e profondamente radicata nei propri territori d'origine, BNP Paribas è al tempo stesso la Banca per un mondo che cambia. Costruita nel corso del tempo, la fiducia che i nostri clienti ripongono in noi è il capitale primario di BNP Paribas. Noi, come management, guidiamo e orientiamo il Gruppo secondo questi impegni fondativi, essenziali per meritare questa considerazione e fiducia.

### Rimanere fedeli alla nostra mission primaria: un approccio di lungo termine nel servizio ai nostri clienti

La mission primaria di BNP Paribas è essere al servizio dei propri clienti, creando relazioni di lunga durata e aiutandoli a realizzare i loro progetti personali e professionali. Da una parte la Banca assiste i privati nella gestione quotidiana delle loro finanze e del loro risparmio e, dall'altra, è un partner di primo piano per le imprese di ogni dimensione e per i clienti istituzionali. BNP Paribas si articola in tre principali rami d'attività. Le nostre persone, in queste tre aree, lavorano ogni giorno, insieme, per un obiettivo comune: il successo dei propri clienti.

- **Il Retail Banking**, che rappresenta oltre il 50% delle attività del Gruppo, fornisce servizi bancari vicini al cliente attraverso reti multicanale – che comprendono Agenzie, Internet e Mobile banking – saldamente radicate nei mercati locali e le cui persone conoscono profondamente la cultura e l'economia del proprio territorio. La divisione Retail Banking destina tutti i fondi raccolti, depositati dai propri clienti, al credito rivolto a persone, imprese, associazioni non-profit e ad altri organismi.

Il Gruppo fornisce inoltre una serie di servizi specializzati di retail banking per il supporto del commercio e dell'industria: credito al consumo, leasing di beni o attrezzature e di flotte aziendali.

- **Il Corporate and Investment Banking (CIB)**, che rappresenta circa 1/3 delle attività del Gruppo, è presente in tutto il mondo. La mission della divisione è porsi al servizio dei propri clienti (grandi imprese, PMI, compagnie di assicurazione, istituzioni, banche e investitori) sostenendone, in qualità di partner strategico di lungo periodo, la strategia di sviluppo e la gestione quotidiana dei flussi di liquidità. La nostra divisione CIB lavora con i clienti sia nella gestione quotidiana della finanza e dei flussi di cassa sia su strategie di lungo termine e su piani di sviluppo. Il CIB offre una risposta concreta – anche attraverso il ricorso ai mercati di capitali – alle necessità di finanziamento, di investimento e di gestione dei rischi, oltre a fornire un servizio di consulenza verso i propri clienti.

- **Investment Solutions** è presente in circa sessanta Paesi ed è composta da linee di business complementari attive nei settori delle assicurazioni, della gestione dei patrimoni, dei servizi immobiliari e dei servizi tecnici agli investitori. La divisione Investment Solutions sviluppa prodotti e servizi innovativi per i clienti delle altre linee di business del Gruppo, ma possiede anche propri canali di distribuzione.

Fra il 2009 e il 2012, per essere in grado di attuare queste diverse mission in un contesto regolamentare che impone requisiti di capitale sempre più stringenti, BNP Paribas ha raddoppiato i fondi propri. BNP Paribas ha continuato a retribuire regolarmente gli azionisti reinvestendo nel contempo ogni anno la maggior parte degli utili per rafforzare la propria già solida posizione finanziaria e aumentare la propria capacità di soddisfare la richiesta di credito dei clienti.

### Esser pronti ad assumere dei rischi, assicurando un rigoroso controllo del rischio

Finanziare l'economia, sostenere i progetti, aiutare i clienti a gestire la propria esposizione verso cambi o tassi d'interesse: tutto questo significa accettare un certo livello di rischio. Uno dei grandi punti di forza di BNP Paribas è proprio la competenza nella gestione del rischio. Il Gruppo ritiene che un rigoroso controllo del rischio rappresenti una propria responsabilità precisa, sia nei confronti dei clienti sia verso il sistema finanziario nel suo insieme. Le decisioni della Banca sui propri impegni sono raggiunte al termine di un processo rigoroso e concertato, basato su una forte cultura del rischio condivisa a tutti i livelli della Banca. Questo vale sia per i rischi legati all'attività di credito, per cui i prestiti sono concessi solo dopo un'analisi approfondita della situazione dei richiedenti e dei loro progetti, sia per i rischi di mercato derivanti da operazioni con i clienti: rischi che vengono valutati ogni giorno, testati nell'ambito di scenari di stress e di un preciso sistema di limiti.

Essendo un Gruppo fortemente diversificato, sia su base geografica sia per tipologia di business, BNP Paribas è in grado di bilanciare i rischi e le loro conseguenze non appena si manifestano. Il Gruppo è organizzato e gestito in modo che le eventuali difficoltà di una delle linee di business non mettano in pericolo le altre attività della Banca.

### Seguire una rigorosa etica di business

La lealtà nei confronti dei clienti è un principio essenziale per BNP Paribas. Ogni singolo collaboratore del Gruppo si impegna pienamente per aiutare i propri clienti nella realizzazione dei loro progetti, prendendosi cura dei loro interessi e, al tempo stesso, tutelando quelli della Banca. Risparmio, credito, assicurazioni, sistemi di pagamento: qualunque sia il prodotto, nessuna persona di BNP Paribas offrirà mai a un cliente un'operazione sapendo che non risponde al suo reale interesse.

BNP Paribas farà un "passo in più" fornendo ai propri clienti, se dovessero trovarsi in difficoltà, un supporto e un'attenzione particolari, guardando verso il futuro oltre l'attuale crisi. Il Gruppo ha un ruolo importante nell'economia di diversi Paesi, ed è cosciente di rivestire un ruolo speciale nei propri mercati "domestici": Francia, Belgio, Italia e Lussemburgo.

Il Gruppo misura la soddisfazione dei clienti in ogni linea di business e noi adattiamo regolarmente la nostra politica della Qualità per assicurare che i nostri rating rimangano alti in questo ambito. Tuttavia, sbagliare è umano. Una Banca è fatta di uomini e donne che si sforzano di fare il proprio lavoro nel miglior modo possibile ma che a volte possono sbagliare. Quando questo accade, BNP Paribas riconosce i propri errori e fa di tutto per ovviare alle conseguenze negative sui clienti.

L'etica BNP Paribas nel business è dimostrata anche dal nostro rifiuto di lavorare con qualsiasi cliente o organizzazione coinvolta in frodi, corruzione o commerci illeciti. Di conseguenza, BNP Paribas si è ritirata da ogni Paese indicato come paradiso fiscale dall'OCSE.

### Essere una Banca responsabile

In tutti i territori in cui opera, il Gruppo è pienamente coinvolto nella comunità di cui è parte integrante. BNP Paribas si impegna innanzitutto in termini di **responsabilità economica**, come già sottolineato, lavorando per finanziare i progetti dei propri clienti.

BNP Paribas è inoltre responsabile in altre tre aree:

- **Responsabilità come datore di lavoro**: questo vuol dire coinvolgere i 190.000 collaboratori del Gruppo in maniera leale e corretta e impegnarsi in un dialogo serio e significativo con le organizzazioni sindacali. BNP Paribas seleziona e forma inoltre varie decine di migliaia di nuovi collaboratori ogni anno, di cui varie migliaia in Francia. Il Gruppo ha assunto una forte e consapevole decisione di promuovere la diversità in tutte le sue forme, compresa l'individuazione di obiettivi precisi per le donne. Le politiche di impiego di BNP Paribas danno priorità alla mobilità interna e alla formazione. Abbiamo una responsabilità particolare all'interno dei nostri quattro mercati "domestici", dove le nostre dimensioni, la varietà delle nostre attività e la gestione innovativa delle relazioni sindacali hanno sempre permesso di evitare gli esuberanti forzati.

- **Responsabilità civica**: contribuire a combattere l'esclusione sociale e promuovere l'istruzione e la cultura. Il Gruppo ha una forte partecipazione nella società, attraverso progetti e iniziative che travalicano la normale attività bancaria: aiuti alle comunità e alle aree urbane svantaggiate, microcredito, sostegno alle associazioni e alle imprese dell'economia sociale. Il nostro impegno civile si traduce anche nelle iniziative filantropiche della Fondazione BNP Paribas nei settori della solidarietà, dell'istruzione, della cultura e della salute pubblica. Ogni anno viene stanziato per queste attività un budget globale di oltre 25 milioni di euro, dedicato almeno per metà alla solidarietà e all'istruzione.

- **Responsabilità ambientale**: ovunque nel mondo, BNP Paribas vigila sull'impatto ambientale della propria attività bancaria. Il Gruppo ha definito e applicato dettagliate politiche relative al proprio funzionamento quotidiano e ai campi sensibili della sua attività e sostiene, attraverso la Fondazione BNP Paribas, iniziative ambientali.

Motivati dai valori di impegno, ambizione, creatività e reattività, diretti da un insieme chiaro di principi manageriali - Centralità del Cliente, Imprenditorialità nella Consapevolezza dei Rischi, Attenzione per le Persone, Dare l'Esempio – e ispirati dalla più alta etica di business attraverso il Codice di condotta del Gruppo, le persone di BNP Paribas si impegnano ogni giorno per assicurare risultati di successo a tutti coloro che hanno riposto la loro fiducia nella Banca e per il bene della società. Siamo orgogliosi di essere una Banca responsabile e siamo fieri del nostro mestiere. Questa è la nostra vision per la Banca.

Baudouin Prot  
Presidente  
BNP Paribas

Jean-Laurent Bonnafé  
Amministratore Delegato  
BNP Paribas

Fabio Gallia  
Amministratore Delegato  
BNL gruppo BNP Paribas

**BNP PARIBAS** | La banca per un mondo che cambia



LE NOSTRE TAVOLE NUMERICHE  
DI SOSTENIBILITÀ

CLIENTELA

Portafoglio clienti Pubblica Amministrazione per area geografica:

	2013		2014	
	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	2.215	16,4%	2.340	17,8%
Nord-Est	2.228	16,5%	2.057	15,7%
Centro	5.121	37,9%	4.800	36,6%
Sud	3.961	29,3%	3.927	29,9%
TOTALE	13.525	100%	13.124	100%

Portafoglio clientela Corporate e Grandi Clienti per area geografica:

	2013		2014	
	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	7.775	33,3%	6.959	32,7%
Nord-Est	5.930	25,4%	5.468	25,7%
Centro	6.568	28,1%	6.048	28,4%
Sud	3.068	13,1%	2.784	13,1%
TOTALE	23.341	100%	21.259	100%

Ripartizione clientela imprese per settore di attività:

	AGRICOLTURA, CACCIA, PESCA E ALTRI SERVIZI		COMMERCIO		SERVIZI PUBBLICI E PRIVATI		INDUSTRIA	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	314	281	1.422	1.273	2.952	2.642	3.079	2.756
Nord-Est	398	367	1.043	962	1.937	1.786	2.547	2.349
Centro	542	499	1.208	1.112	3.334	3.070	1.502	1.383
Sud	249	226	901	818	1.343	1.219	570	517
TOTALE	1.503	1.373	4.574	4.164	9.566	8.717	7.698	7.005

Ripartizione % clientela imprese per settore di attività:

	AGRICOLTURA, CACCIA, PESCA E ALTRI SERVIZI		COMMERCIO		SERVIZI PUBBLICI E PRIVATI		INDUSTRIA	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Nord-Ovest	21%	20%	31%	31%	31%	30%	40%	39%
Nord-Est	26%	27%	23%	23%	20%	20%	33%	34%
Centro	36%	36%	26%	27%	35%	35%	20%	20%
Sud	17%	16%	20%	20%	14%	14%	7%	7%
TOTALE*	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

\* In assenza di decimali i dati sono arrotondati.

Portafoglio controparti:

CONTROPARTI	N. RAPPORTI	
	2013	2014
Enti Centrali	1.588	1.574
Enti Previdenziali	195	202
Enti Locali	859	549
Aziende di Servizio	621	641
Istituzioni Sanitarie	56	58
Istituzioni Militari	418	489
Istituzioni Scolastiche	786	822
Rappresentanze Estere	218	232
Associazioni	6.570	6.172
Istituzioni Sindacali	1.578	1.697
Enti Religiosi	635	688

Ripartizione reclami per prodotto:

PRODOTTO	2013		2014	
	N.	%	N.	%
CC/DR e servizi correlati	3.262	50%	3.258	44%
Monetica	585	9%	509	7%
Finanziamenti	1.743	27%	2.720	37%
Intermediazione finanziaria e polizze ramo vita	580	9%	544	7%
Altro	389	6%	310	4%
TOTALE	6.559	100%	7.341	100%

CC/DR: Conti Correnti/Depositi a Risparmio.  
I dati correlati si riferiscono alla clientela *Retail* e *Corporate*.

Ripartizione reclami per area di *business*:

PRODOTTO	2013		2014	
	N.	%	N.	%
Privati	4.389	67%	4.819	66%
Small business	982	15%	1.143	16%
Corporate	1.047	16%	1.213	17%
Non clienti	141	2%	166	2%
TOTALE	6.559	100%	7.341	100%

PRATICHE DI CUSTOMER SATISFACTION

Clienti esterni *Corporate*:

Tipologia di Ricerca	Campione	Metodologia	Frequenza
Customer Satisfaction Corporate	1.700 imprese Corporate	Interviste telefoniche	Annuale
Customer Satisfaction Pubblica Amministrazione	955 enti della PPAA	Interviste telefoniche	Annuale
Customer Satisfaction Servizio Assistenza Corporate	1.000 clienti tra gli utilizzatori del SAC	Interviste telefoniche	Annuale

Clienti interni *Corporate*:

Tipologia di Ricerca	Campione	Metodologia	Frequenza
Customer Satisfaction Rete Corporate	930 risorse commerciali	Questionari o web	Annuale

Clienti esterni *Retail e Private*:

Tipologia di Ricerca	Campione	Metodologia	Frequenza
Customer Satisfaction Agenzia	122.000 interviste tra Clientela <i>Individuals</i> e <i>Small Business</i> per singola Agenzia	Interviste telefoniche	Settimanale
Customer Satisfaction Impresa	5.050 interviste in quote proporzionali tra Imprese <i>Retail</i> affidate per singolo Centro Creo	Interviste telefoniche	Trimestrale
Customer Satisfaction Private	1.655 interviste	Interviste telefoniche	Semestrale
Customer Satisfaction Benchmark	8.000 interviste Clienti correntisti <i>Individuals</i> (non <i>Private</i> ) e 8.000 interviste Clienti correntisti <i>Business</i>	Interviste telefoniche	Trimestrale
Customer Satisfaction CRSC	2.280 Clienti <i>Individuals</i> e 480 Clienti <i>Business</i>	Interviste telefoniche	Bimestrale
Customer Satisfaction Internet	8.636 interviste Clienti <i>Individuals</i>	Interviste online	Continua
Customer Satisfaction Reclami	1.200 interviste	Interviste telefoniche	Trimestrale
Customer Satisfaction Hello Bank!	2.400 interviste	Interviste telefoniche	Trimestrale

Clienti interni *Retail e Private*:

Tipologia di Ricerca	Campione	Metodologia	Frequenza
Cliente Interno Ruoli Commerciali Rete Retail e Private	5.600 ruoli intervistati	Metodologia CAWI	Semestrale

PERSONE

Numero totale dei dipendenti suddiviso per tipologia professionale, tipologia contrattuale e genere:

2013	UOMINI			DONNE			TOTALE
	Full Time	Part Time	Tot. Uomini	Full Time	Part Time	Tot. Donne	
Tempo Indeterminato	7.384	75	7.459	4.528	1.062	5.590	13.049
Tempo Determinato	35	0	35	25	0	25	60
Apprendistato	93	0	93	173	1	174	267
Contratto Inserimento	17	0	17	38	0	38	55
TOTALE	7.529	75	7.604	4.764	1.063	5.827	13.431

2014	UOMINI			DONNE			TOTALE
	Full Time	Part Time	Tot. Uomini	Full Time	Part Time	Tot. Donne	
Tempo Indeterminato	7.294	84	7.378	4.465	1.137	5.602	12.980
Tempo Determinato	14	2	16	23	2	25	41
Apprendistato	99	0	99	197	0	197	296
Contratto Inserimento	22	0	22	45	0	45	67
TOTALE	7.429	86	7.515	4.730	1.139	5.869	13.384

Collaboratori:

	2013			2014		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Contratto di somministrazione	1	3	4	0	3	3
Contratto a progetto	10	0	10	4	2	6
Stage e rapporti di agenzia	9	21	30	20	29	49
Rappresentanza commerciale	0	0	0	0	0	0
TOTALE	20	24	44	24	34	58

Ripartizione del personale per inquadramento e genere:

	DONNE		UOMINI	
	2013	2014	2013	2014
Dirigenti centrali	0	0	6	5
Dirigenti	51	57	283	282
Quadri	1.796	1.845	3.882	3.935
Aree professionali	3.980	3.967	3.433	3.293
TOTALE	5.827	5.869	7.604	7.515

Ripartizione del personale per inquadramento, età e genere:

2013	%		
	<30	30-50	>50
Uomini			
Dirigenti Centrali	0%	0%	0,14%
Dirigenti	0%	4,09%	3,59%
Quadri	2,84%	53,28%	51,34%
Aree Professionali	97,16%	42,63%	44,93%
Donne			
Dirigenti Centrali	0%	0%	0%
Dirigenti	0%	0,86%	1,04%
Quadri	0,34%	28,43%	40,05%
Aree Professionali	99,66%	70,71%	58,91%

2014	%		
	<30	30-50	>50
Uomini			
Dirigenti Centrali	0%	0%	0,12%
Dirigenti	0%	3,83%	3,81%
Quadri	6,30%	53,55%	52,86%
Aree Professionali	93,70%	42,62%	43,22%
Donne			
Dirigenti Centrali	0%	0%	0%
Dirigenti	0%	0,99%	1,04%
Quadri	0,50%	28,38%	39,98%
Aree Professionali	99,50%	70,64%	58,98%

Ripartizione del personale per genere e area geografica:

	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Nord-Ovest	1.247	1.261	1.400	1.406	2.647	2.667
Nord-Est	843	836	1.100	1.068	1.943	1.904
Centro	2.916	2.934	3.818	3.780	6.734	6.714
Sud	821	838	1.286	1.261	2.107	2.099
TOTALE	5.827	5.869	7.604	7.515	13.431	13.384

Ripartizione del personale per titolo di studio e genere:

	DONNE		UOMINI	
	2013	2014	2013	2014
Titolo <i>post laurea</i>	40	47	54	61
Laurea specialistica	2.652	2.693	2.915	2.904
Laurea triennale	193	200	121	125
Diploma	2.605	2.630	3.693	3.644
Licenza media inferiore	336	300	810	773
Altro	0	0	11	8

Ripartizione del personale per fasce d'età e genere:

	DONNE		UOMINI	
	2013	2014	2013	2014
<30 anni	298	199	176	127
30-50 anni	3.609	3.644	3.277	3.158
>50 anni	1.920	2.026	4.151	4.230

Ripartizione del personale per anzianità di servizio e genere:

	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
0-10 anni	2.472	2.363	2.440	2.199	4.912	4.562
11-20 anni	1.104	1.282	1.014	1.295	2.118	2.577
21-30 anni	1.007	940	1.541	1.295	2.548	2.235
>30 anni	1.244	1.284	2.609	2.726	3.853	4.010

Numero totale di nuovi assunti e *turnover* per area geografica:

	ASSUNZIONI		TURNOVER	
	2013	2014	2013	2014
Uomini				
Nord-Ovest	38	30	3%	2%
Nord-Est	36	28	3%	3%
Centro	151	137	4%	4%
Sud	20	33	2%	3%
Donne				
Nord-Ovest	25	31	2%	2%
Nord-Est	22	27	3%	3%
Centro	187	207	6%	7%
Sud	22	47	3%	6%
TOTALE NORD-OVEST	63	61	2%	2%
TOTALE NORD-EST	58	55	3%	3%
TOTALE CENTRO	338	344	5%	5%
TOTALE SUD	42	80	2%	4%
TOTALE	501	540	4%	4%

Il tasso di *turnover* è calcolato come segue: (numero dipendenti assunti per area geografica e sesso nel 2014/dipendenti per area geografica e sesso alla fine del 2014) \* 100.



Numero totale di cessati e turnover per area geografica:

	CESSAZIONI		TURNOVER	
	2013	2014	2013	2014
Uomini				
Nord-Ovest	100	55	7%	4%
Nord-Est	84	57	8%	5%
Centro	240	223	6%	6%
Sud	47	64	4%	5%
Donne				
Nord-Ovest	55	64	4%	5%
Nord-Est	44	36	5%	4%
Centro	212	210	7%	7%
Sud	29	49	4%	6%
TOTALE NORD-OVEST	155	119	6%	4%
TOTALE NORD-EST	128	93	7%	5%
TOTALE CENTRO	452	433	7%	6%
TOTALE SUD	76	113	4%	5%
TOTALE	811	758	6%	6%

Il tasso di turnover è calcolato come segue: (dipendenti che hanno lasciato BNL per area geografica e sesso nel 2014/dipendenti per area geografica e sesso alla fine del 2014) \* 100.

Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce d'età:

	ASSUNZIONI		TURNOVER	
	2013	2014	2013	2014
Uomini				
<30 anni	122	129	69%	102%
30-50 anni	111	78	3%	2%
>50 anni	12	21	0%	0%
Donne				
<30 anni	172	228	58%	115%
30-50 anni	79	79	2%	2%
>50 anni	5	5	0%	0%
TOTALE	501	540	4%	4%
TOTALE <30 ANNI	294	357	62%	110%
TOTALE 30-50 ANNI	190	157	3%	2%
TOTALE >50 ANNI	17	26	0%	0%

Il tasso di turnover è calcolato come segue: (numero dipendenti assunti per fascia d'età e sesso nel 2014/dipendenti per fascia d'età e sesso alla fine del 2014) \* 100.

Numero totale di cessati e turnover per fasce d'età:

	CESSAZIONI		TURNOVER	
	2013	2014	2013	2014
Uomini				
<30 anni	103	113	59%	89%
30-50 anni	69	73	2%	2%
>50 anni	299	213	7%	5%
Donne				
<30 anni	142	186	48%	93%
30-50 anni	57	79	2%	2%
>50 anni	141	94	7%	5%
TOTALE	811	758	6%	6%
TOTALE <30 ANNI	245	299	52%	92%
TOTALE 30-50 ANNI	126	152	2%	2%
TOTALE >50 ANNI	440	307	7%	5%

Il tasso di turnover è calcolato come segue: (dipendenti che hanno lasciato BNL per fascia d'età e sesso nel 2014/dipendenti per fascia d'età e sesso alla fine del 2014) \* 100.

Numero totale di assunti e cessati per inquadramento:

	ASSUNZIONI		CESSAZIONI	
	2013	2014	2013	2014
Uomini				
Dirigenti	8	10	19	13
Quadri	62	39	156	113
Aree professionali	175	179	296	273
Donne				
Dirigenti	3	4	2	0
Quadri	20	27	69	51
Aree professionali	233	281	269	308
TOTALE	501	540	811	758

Rapporto dello stipendio base e della remunerazione delle donne rispetto a quello degli uomini a parità di categoria:

Salario lordo\*

	2013			2014		
	Donne	Uomini	Donne/Uomini	Donne	Uomini	Donne/Uomini
Dirigenti	121.829 €	138.003 €	88%	121.144 €	139.926 €	87%
Quadri direttivi	51.921 €	59.668 €	87%	53.018 €	60.785 €	87%
Aree professionali	33.237 €	37.135 €	90%	34.123 €	38.139 €	89%

\* Importo annuale lordo fisso, pagato al dipendente sulla base della propria mansione o per incarichi specifici.

Retribuzione complessiva €\*

salario lordo €*	2013			2014		
	Donne	Uomini	Donne/Uomini	Donne	Uomini	Donne/Uomini
Dirigenti	146.546 €	172.671 €	85%	147.617 €	171.756 €	86%
Quadri direttivi	53.898 €	62.082 €	87%	55.242 €	63.469 €	87%
Aree professionali	33.776 €	37.622 €	90%	34.610 €	38.555 €	90%

\* Salario lordo al quale vengono aggiunti importi variabili annualmente, ad esempio *bonus* in denaro ed azioni disponibili legati alla *performance* individuale e/o alla produttività aziendale e tutti gli elementi addizionali al salario aventi carattere di non estemporaneità.

Numero e percentuale di promozioni scomposto per genere:

DONNE		UOMINI		TOTALE	
2013	2014	2013	2014	2013	2014
784	662	617	552	1.401	1.214

	2013	2014
Donne	56%	55%
Uomini	44%	45%

Composizione degli organi di governo dell’impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria professionale, sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità.

Composizione per fascia d’età:

	2013			2014		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Consiglio di Amministrazione	0	1	13	0	1	10
Collegio Sindacale	0	1	2	0	1	2
Comitato per il Controllo Interno e Rischi	0	0	5	0	0	4
Comitato Remunerazione e Nomine	0	0	3	0	0	3

	DONNE							
	Dirigenti		Quadri		Aree Professionali		Totale	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Invalidi per servizio	0	0	0	0	0	0	0	0
Invalidi del lavoro	0	0	0	0	1	1	1	1
Invalidi civili	0	0	17	18	168	172	185	190
Sordi	0	0	0	0	3	3	3	3
Centralinisti ciechi	0	0	0	0	21	20	21	20
Profughi	0	0	0	0	4	3	4	3
TOTALE	0	0	17	18	197	199	214	217

Nelle categorie protette non sono incluse le vedove e gli orfani.

	UOMINI							
	Dirigenti		Quadri		Aree Professionali		Totale	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Invalidi per servizio	0	0	2	2	6	6	8	8
Invalidi del lavoro	0	0	0	0	5	4	5	4
Invalidi civili	3	3	49	53	192	192	244	248
Sordi	0	0	0	0	2	2	2	2
Centralinisti ciechi	0	0	0	0	34	33	34	33
Profughi	0	0	5	5	8	7	13	12
TOTALE	3	3	56	60	247	244	306	307

Nelle categorie protette non sono incluse le vedove e gli orfani.

Ripartizione del personale per categoria protetta e genere:

	DONNE		UOMINI		TOTALI	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Invalidi per servizio	0	0	8	8	8	8
Invalidi del lavoro	1	1	5	4	6	5
Invalidi civili	185	190	244	248	429	438
Sordi	3	3	2	2	5	5
Centralinisti ciechi	21	20	34	33	55	53
Profughi	4	3	13	12	17	15
TOTALE	214 1,59%	217 1,62%	306 2,28%	307 2,29%	520 3,87%	524 3,92%

Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per regione e per genere (dipendenti e collaboratori):

2014								
	Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Infortuni sul lavoro	4	2	7	14	17	31	3	10
Infortuni in itinere	14	16	7	7	76	66	23	14
TOTALE	18	18	14	21	93	97	26	24
Tasso di infortunio**	0,92%	0,92%	0,72%	1,07%	4,76%	4,96%	1,33%	1,23%
Indice di gravità***	0,001	0,001	0,000	0,001	0,002	0,002	0,001	0,001

2013								
	Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Infortuni sul lavoro	13	6	4	12	46	58	4	9
Infortuni in itinere	59	38	28	23	106	108	25	51
TOTALE	72	44	32	35	152	166	29	60
Tasso di infortunio**	4%	2%	2%	2%	8%	9%	2%	3%
Indice di gravità***	0,002	0,001	0,002	0,001	0,002	0,002	0,001	0,002

Nord-Ovest: Valle D'Aosta; Piemonte; Lombardia; Liguria  
Nord-Est: Friuli Venezia Giulia; Trentino Alto Adige; Veneto; Emilia Romagna  
Centro: Toscana; Marche; Umbria; Abruzzo; Lazio e Sardegna  
Sud: Campania; Puglia; Basilicata; Molise; Calabria; Sicilia  
\*\* - Numero di casi di infortunio sul totale delle ore lavorative in un anno  
\*\*\* - Ore perse procapite a causa di infortunio sul totale delle ore lavorative in un anno

	Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Tasso di assenteismo (%) 2014	1,91%	2,51%	2,18%	2,40%	2,45%	2,68%	2,24%	2,71%
Tasso di assenteismo (%) 2013	2,03%	2,65%	2,41%	2,24%	2,50%	2,78%	2,27%	2,50%
Tasso di malattia (frequenza) 2014	1,55%	2,09%	1,03%	1,22%	7,37%	7,81%	1,87%	1,84%
Tasso di malattia (frequenza) 2013	1,65%	2,23%	1,24%	1,38%	7,45%	7,95%	2,12%	1,85%
Tasso di micro-malattia (%) 2014	0,69%	1,07%	0,56%	0,86%	1,03%	1,49%	0,93%	1,41%
Tasso di micro-malattia (%) 2013	0,76%	1,15%	0,64%	0,97%	1,11%	1,66%	1,06%	1,60%

Giorni di assenza scomposti per motivazione (dipendenti e collaboratori):

Motivazioni Assenza	2014							
	Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia	8.076	10.473	7.081	6.489	37.530	35.397	9.762	8.771
Infortunio	468	247	128	283	2.335	1.763	305	213
Totale	8.544	10.720	7.210	6.772	39.865	37.160	10.067	8.985

Motivazioni Assenza	2013							
	Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia	8.209	10.551	7.636	6.456	36.203	34.106	10.035	7.712
Infortunio	684	398	422	270	2.264	1.635	287	514
Totale	8.894	10.950	8.059	6.726	38.467	35.741	10.322	8.227

Ritorno al lavoro e tassi di mantenimento dopo il congedo parentale, per genere:

	Tasso di ritorno dopo il congedo	
	2013	2014
Uomini	93,62%	98%
Donne	91,94%	91%
TOTALE	92,06%	91%

	Tasso di mantenimento del lavoro	
	2013	2014
Uomini	93,62%	97,92%
Donne	91,45%	90,58%
TOTALE	91,60%	91,11%

	2013			2014		
	Donne	Uomini	Totali	Donne	Uomini	Totali
N°dipendenti che godevano del diritto al congedo parentale	2.091	1.728	3.819	1.603	1.448	3.051
N°dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	608	47	655	616	48	664
N°dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo	559	44	603	558	47	605
N°dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo e che erano ancora impiegati 12 mesi dopo il loro ritorno	556	44	600	558	47	605

Il tasso di ritorno dopo il congedo è stato calcolato sul numero di dipendenti tornati al lavoro alla conclusione del congedo a distanza di 1 mese dal termine del congedo stesso.  
Il tasso di mantenimento del lavoro è stato calcolato sul numero di dipendenti tornati al lavoro alla conclusione del congedo e che erano ancora impiegati 12 mesi dopo il loro ritorno.  
Per conteggio del n. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo, BNL ha effettuato l'estrazione a 1 mese di distanza dal termine del congedo stesso, tenendo in considerazione lo stato attivo del dipendente (a prescindere dal fatto che il dipendente abbia richiesto nello stesso periodo ferie, banca ore, aspettativa, ecc.)



Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno; ma non per i lavoratori *part time* e a termine, suddivisi per sedi operative più significative:

	T. Indeterminato	T. Determinato	Apprendistato	Full Time	Part Time
Assicurazione sulla vita (1)	✓			✓	✓
Copertura Assicurativa per disabilità/invalidità (2)	✓			✓	✓
Congedo parentale	✓	✓	✓	✓	✓
Congedo di maternità/paternità	✓	✓	✓	✓	✓
Contributi pensionistici (3)	✓	✓	✓	✓	✓
Polizza infortuni	✓	✓	✓	✓	✓
Cassa sanitaria	✓	✓	✓	✓	✓

(1) Polizza Rischio Morte: prevista solo per Amministratore Delegato/Dirigenza Generale + Dirigenti Centrali + tutti i Dirigenti;  
(2) Polizza IPM (Invalidità Permanente di Malattia): prevista solo per Amministratore Delegato/Dirigenza Generale + Dirigenti Centrali + Dirigenti a Diretto Riporto Amministratore Delegato (1° livello);  
(3) Fondo Pensione BNL.

CONDIZIONI AGEVOLATE SU:	ALTRI BENEFIT:
Conti Correnti	Ticket pasto giornalieri a tutti i dipendenti
Carte di Credito e di Debito	Borse di studio e attività formative per i figli dei dipendenti
Prestiti Personali	Premio 25° anno di Banca
Mutui	Assegno per figli portatori di <i>handicap</i>
Prodotti di Investimento	Assegni familiari
	Premio diploma e laurea

Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle *performance* e dello sviluppo della propria carriera, suddivisi per genere e per categoria professionale:

	2013		2014	
	N.	%	N.	%
Uomini	7.371	57	7.275	57
Donne	5.514	43	5.549	43
TOTALE	12.885	100	12.824	100

	2013		2014	
	N.	%	N.	%
Dirigenti	292	2	307	2
Quadri	5.507	43	5.594	44
Aree Professionali	7.086	55	6.923	54
TOTALE	12.885	100	12.824	100

La numerosità di valutazioni espresse non considera i neo-assunti in quanto questi condividono soltanto la pianificazione degli obiettivi e le persone assenti durante il periodo di *appraisal*. Per quest'ultime è previsto un *feedback* intermedio a metà anno.

Risultati delle valutazioni delle *performance* per genere:

	2013				
	N.		Totale	%	
	Donne	Uomini		Donne	Uomini
Chiaramente al di sotto del <i>target</i>	5	32	37	0,1	0,4
Parzialmente in linea con il <i>target</i>	477	777	1.254	8,7	10,5
In linea con il <i>target</i>	2.980	3.821	6.801	54,0	51,8
Superiore al <i>target</i>	1.726	2.287	4.013	31,3	31,0
Ampiamente superiore al <i>target</i>	319	441	760	5,8	6,0
Eccellente	7	13	20	0,1	0,2
TOTALE	5.514	7.371	12.885	100	100

	2014				
	N.		Totale	%	
	Donne	Uomini		Donne	Uomini
Chiaramente al di sotto del <i>target</i>	4	25	29	0,1	0,3
Parzialmente in linea con il <i>target</i>	459	678	1.137	8,3	9,3
In linea con il <i>target</i>	2.842	3.577	6.419	51,2	49,2
Superiore al <i>target</i>	1.888	2.499	4.387	34,0	34,4
Ampiamente superiore al <i>target</i>	342	485	827	6,2	6,7
Eccellente	14	11	25	0,3	0,2
TOTALE	5.549	7.275	12.824	100	100

Totale ore di formazione per categoria professionale e genere:

	DONNE		UOMINI	
	2013	2014	2013	2014
Dirigenti	952	1.065	4.506	5.208
Quadri	50.189	59.480	110.834	133.586
Aree Professionali	154.715	171.437	102.691	106.123
TOTALE	205.856	231.982	218.031	244.918

Numero totale di partecipanti ai corsi di formazione per categoria e genere:

	DONNE		UOMINI	
	2013	2014	2013	2014
Dirigenti	38	50	231	263
Quadri	1.591	1.747	3.545	3.737
Aree Professionali	3.894	4.075	3.282	3.326
TOTALE	5.523	5.872	7.058	7.326

Contenuto formazione	Giorni di formazione erogati nell'anno	N. partecipanti Dirigenti	N. partecipanti Quadri Direttivi	N. partecipanti aree professionali
Antiriciclaggio (elearning) (*)	764	73	1.539	2.355
Antiriciclaggio (aula)	349	1	462	193
D. Lgs. 31/2001 (elearning) (*)	172	10	102	211
D. Lgs.231/2001 (aula - Conforme-mente business)	7	1	15	1

\* I dati sono riferiti ad un periodo di tempo più ampio dell'anno solare a partire dalla messa online dei corsi.

Contenuto formazione	N. partecipanti	Giorni di formazione erogati nell'anno	Formazione erogata in aula %	Formazione erogata a distanza %
Manageriale	785	1.695	100	0
Sicurezza	4.683	2.526	61	39
Informatica	623	1.846	100	0
Normativa	7.133	27.200	10	90
Tecnico specialistica	10.103	24.600	98	2
Neoassunti	152	376	100	0

FORNITORI

Numero di fornitori suddiviso per fatturato e tipologia di fornitura:

IMPORTO FATTURATO	2013		2014	
	N° Fornitori	%	N° Fornitori	%
Fino a 100.000 €	10.194	93	9.106	93
Da 100.001 a 500.000 €	521	5	460	5
Da 500.001 a 1.000.000 €	91	1	89	1
Oltre 1.000.000 €	121	1	128	1
TOTALE	10.927	100%	9.783	100
TIPOLOGIA	2013		2014	
	N° Fornitori	Fatturato*	N° Fornitori	Fatturato*
Spese Immobiliari	3.187	229.060.222	2.588	209.062.850
Tecnologie	142	113.290.606	141	100.346.218
Altri Servizi	5.735	363.347.843	6.667	357.057.388
Altro**	3.762	166.817.953	2.370	172.210.825
TOTALE***	12.826	872.516.624	11.766	838.677.281

\* M€ IVA incl.  
\*\* Acquisto Oro, competenze anno, oneri vari, etc.  
\*\*\* La somma dei fornitori appartenenti alle varie tipologie potrebbe risultare superiore al numero complessivo dei fornitori in quanto alcuni fornitori appartengono a più tipologie.

Numero di fornitori suddiviso per area geografica:

	2013		2014	
	N°	% sul totale	N°	% sul totale
Fornitori locali	10.319	94	12.700	96
Fornitori esteri	608	6	594	4
TOTALE	10.927	100	13.294	100
AREA GEOGRAFICA	2013		2014	
	N° Fornitori	Fatturato*	N° Fornitori	Fatturato*
Fornitori locali:				
Nord-Ovest	2.555	355.360.221	3.519	257.451.106
Nord-Est	1.371	65.536.073	1.529	56.046.843
Centro	3.777	373.386.711	4.809	359.685.592
Sud	2.616	37.261.226	2.843	38.611.483
TOTALE FORNITORI LOCALI	10.319	831.544.231	12.700	711.795.025
Estero	608	40.972.393	594	126.882.256
TOTALE ESTERO	608	40.972.393	594	126.882.256
TOTALE	10.927	872.516.624	13.294	838.677.281

\* M€ IVA incl.

AMBIENTE

CONSUMO DI MATERIE PRIME:

Carta:

	2013	2014
Carta totale (Kg)	1.083.535	1.114.380
Carta per dipendente (Kg)	81	83
- di cui riciclata	790.588	788.304
% su carta acquistata	73%	71%
Q.tà carta utilizzata dagli <i>outsourcer</i> (Kg)	447.275	457.295
Carta riciclata per dipendente (Kg)	59	59

Il dato del 2014 relativo al consumo di carta è in aumento in quanto è stato fatto un reintegro di scorte a scopo prudenziale per evitare eventuali interruzioni operative dovute al fatto che la nuova società consortile BPI, dovendo utilizzare un nuovo gestionale, avrebbe potuto riscontrare problemi di approvvigionamento.

	2013		2014	
	Kg	% su tot carta acquistata	Kg	% su tot carta acquistata
Provenienza FSC	241.188	22	326.076	29
Marchio Ecolabel	1.083.535	100	1.114.380	100

Il 100% della carta in uso dalla Banca presenta il marchio Ecolabel. Di questa, il 71% è anche carta riciclata e il 29% è di provenienza FSC.

Toner:

	2013	2014
Q.tà totale <i>toner</i> (Kg)	21.363	19.194
Q.tà <i>toner</i> per dipendente (Kg)	1,59	1,43
- di cui rigenerati	19.768	16.948
% <i>toner</i> rigenerati	93%	88%
Q.tà <i>toner</i> rigenerati per dipendente (Kg)	1,47	1,27
Q.tà <i>toner</i> utilizzati dagli <i>outsourcer</i> (Kg)	8.323	6.574

Consumo di energia ed emissioni di *gas* ad effetto serra:

	2013	2014
Gasolio per riscaldamento (lt)	596.136	508.500
Gasolio per riscaldamento (GJ)	21.342,15	18.204,71
Emissioni CO <sub>2</sub> (tonn) - gasolio	1.572,87	1.341,65
Emissioni CH <sub>4</sub> (tonn) - gasolio	0,15	0,13
Emissioni N <sub>2</sub> O (tonn) - gasolio	0,04	0,04
Consumo di gasolio per dipendente (lt/anno)	44	38
Gas naturale per riscaldamento (mc)	2.957.511	3.656.366
Gas naturale per riscaldamento (GJ)	101.383	125.340
Emissioni CO <sub>2</sub> (tonn) - <i>gas</i>	5.791	7.159
Emissioni CH <sub>4</sub> (tonn) - <i>gas</i>	0,253	0,313
Emissioni N <sub>2</sub> O (tonn) - <i>gas</i>	0,101	0,125
Consumo di <i>gas</i> naturale per dipendente (m³/anno)	220	273

	2013	2014
Consumo Energia Elettrica acquistata (KWh)	101.500.000	89.000.000
Consumo Energia Elettrica acquistata (GJ)	365.400	320.400
Da fonte rinnovabile (GJ)	365.400	320.400
Consumo di energia da pannelli fotovoltaici (KWh)	680.000	1.390.000
Consumo di energia da pannelli fotovoltaici (GJ)	2.448	5.004
Consumo totale di energia elettrica (KWh)	102.180.000	90.390.000
Emissioni CO <sub>2</sub> (tonn)	0	0
Emissioni CH <sub>4</sub> (tonn)	1,70	1,49
Emissioni N <sub>2</sub> O (tonn)	0,41	0,36
Consumo di energia elettrica per dipendente (KWh/anno)	7.776	6.7545
Consumo calorie tramite teleriscaldamento (KWh)	1.538.471	1.548.512
Consumo calorie tramite teleriscaldamento (GJ)	5.538	5.575



	2013	2014
Benzina per flotte auto (tonn)	645,86	683,09
Benzina per flotte auto (GJ)	27.700,80	29.297,54
Emissioni CO <sub>2</sub> (tonn) - benzina	2.026,70	2.143,52
Emissioni CH <sub>4</sub> (tonn) - benzina	0,03	0,03
Emissioni N <sub>2</sub> O (tonn) - benzina	0,06	0,06
Per dipendente (lt/anno)	57,06	60,76

Emissioni totale di gas ad effetto serra:

	2013	2014
Emissioni totali dirette di gas ad effetto serra (tonn equivalenti di CO <sub>2</sub> )	9.462,3	10.723,61
Emissioni totali indirette di gas ad effetto serra	163,4	143,25
Emissioni di CO <sub>2</sub> in atmosfera	9.390,37	10.644,33

I valori delle emissioni totali del 2013 e del 2014 sono stati ricalcolati escludendo le emissioni indirette di CO<sub>2</sub> da consumo di energia elettrica in quanto derivanti da fonte rinnovabile.

Prelievi e scarichi idrici per destinazione:

	2013	2014
Q.tà totale acqua (m³)	605.000	602.000
Q.tà acqua per dipendente	45,05	44,97

	2013	2014
% su volume tot acqua prelevata	% su volume tot acqua prelevata	% su volume tot acqua prelevata
Acque fornite da acquedotti pubblici o da altre società di gestione dei servizi idrici	100%	100%

Peso totale dei rifiuti per tipologia e metodi di smaltimento:

	2013	2014
Rifiuti totali (kg)	764.750	1.142.513
Rifiuti pro capite (kg)	57	85
Destinati al recupero (tonn)	756	752
Destinati allo smaltimento (tonn)	9	391

Rifiuti per metodo di smaltimento o recupero (tonn, non %)

Riciclaggio	756	752
Discarica	9	391

# LA TAVOLA DI RIEPILOGO DEGLI INDICATORI GRI-G4

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		PAG.	OMISSION	EXTERNAL ASSURANCE
STRATEGIA E ANALISI				
G4-1	Dichiarazione dell'Amministratore Delegato	3 - 4		✓
G4-2	Principali impatti, rischi ed opportunità	10 - 12		
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE				
G4-3	Nome dell'organizzazione	7 - 8		✓
G4-4	Marchi, prodotti e servizi	7 - 8		✓
G4-5	Sede principale	2		✓
G4-6	Numero di paesi in cui l'organizzazione opera	7 - 8		✓
G4-7	Assetto proprietario e forma legale	10 - 11		✓
G4-8	Mercati serviti	7 - 8		✓
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	7 - 8, 9		✓
G4-10	Caratteristiche della forza lavoro	46, 86 - 96		✓
G4-11	Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	Il 100% dei dipendenti è coperto da CCNL		✓
G4-12	Descrizione della catena di fornitura	44, 98		✓
G4-13	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario o nella catena di fornitura avvenuti nel periodo di rendicontazione	3 - 4, 5 - 6, 14 - 15		✓
G4-14	Approccio prudenziale	11 - 13		✓
G4-15	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	16 - 20		✓
G4-16	Partecipazioni ad associazioni o organizzazioni	18 - 19		✓

GENERAL STANDARD DISCLOSURES

PAG.

OMISSION

EXTERNAL  
ASSURANCE

MATERIALITÀ E PERIMETRO DEL REPORT

G4-17	Entità incluse nel Bilancio	5 - 6		✓
G4-18	Principi per la definizione dei contenuti	5 - 6		✓
G4-19	Aspetti materiali identificati nella definizione dei contenuti	5 - 6		✓
G4-20	Aspetti materiali interni all'organizzazione	5 - 6		✓
G4-21	Aspetti materiali esterni all'organizzazione	5 - 6		✓
G4-22	Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei <i>report</i> precedenti e relative motivazioni	5 - 6		✓
G4-23	Cambiamenti significativi di obiettivo o perimetro rispetto al precedente bilancio	5 - 6		✓

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

G4-24	Gruppi di <i>stakeholder</i> coinvolti dall'organizzazione	21 - 29		✓
G4-25	Identificazione e selezione degli <i>stakeholder</i> da coinvolgere	21 - 29		✓
G4-26	Approccio al coinvolgimento degli <i>stakeholder</i>	21 - 29		✓
G4-27	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli <i>stakeholder</i>	21 - 29		✓

PROFILO DEL REPORT

G4-28	Periodo di rendicontazione	5 - 6		✓
G4-29	Data di pubblicazione del precedente <i>report</i>	Il Bilancio di Sostenibilità viene pubblicato con frequenza annuale		✓
G4-30	Periodicità di rendicontazione	Il Bilancio di Sostenibilità viene pubblicato con frequenza annuale		✓
G4-31	Contatti e indirizzi per informazioni sul bilancio	5 - 6		✓
G4-32	Indice dei contenuti GRI e indicazione dell'opzione " <i>In accordance</i> "	5 - 6		✓
G4-33	Attestazione esterna	111 - 112		✓

GOVERNANCE

G4-34	Struttura di governo	7, 10 - 11		✓
G4-35	Processo di delega per le tematiche economiche, ambientali e sociali	16 - 20		✓
G4-36	Posizioni con responsabilità per le tematiche economiche, ambientali e sociali		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	
G4-37	Consultazione tra gli <i>stakeholder</i> e i più alti organi di governo su tematiche economiche, ambientali e sociali		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	

GENERAL STANDARD DISCLOSURES

PAG.

OMISSION

EXTERNAL  
ASSURANCE

G4-38	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	10 - 11		
G4-39	Indicare se il Presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo	10 - 11		✓
G4-40	Processo di nomina e selezione del più alto organo di governo	10 - 11		✓
G4-41	Processi volti ad impedire conflitti di interesse	10 - 12		✓
G4-42	Ruolo del più alto organo di governo e dei dirigenti nello sviluppo, nell'approvazione e nell'aggiornamento delle <i>Mission</i> , delle Strategie, delle Politiche e degli obiettivi connessi agli impatti economici, ambientali e sociali	16 - 20		
G4-43	Misure adottate per sviluppare e migliorare la conoscenza da parte dell'organo di governo più elevato sulle tematiche economiche, ambientali e sociali		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	
G4-44	Valutazione delle <i>performance</i> del CdA	10 - 12		
G4-45	Ruolo dei più alti organi di governo nell'identificazione e gestione degli impatti dei rischi e delle opportunità legate ad aspetti economici, ambientali e sociali	10 - 12		
G4-46	Ruolo dei più alti organi di governo nella revisione dell'efficacia dei processi di gestione dei rischi dell'organizzazione in ambito economico, ambientale e sociale	10 - 12		
G4-47	Frequenza della revisione da parte dei più alti organi di governo degli impatti dei rischi e delle opportunità legate ad aspetti economici, ambientali e sociali		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	
G4-48	Comitato o posizione di grado più elevato che rivede e approva formalmente il Bilancio di Sostenibilità dell'organizzazione	Il Bilancio di Sostenibilità viene approvato dal Consiglio di Amministrazione		✓
G4-49	Comunicazione delle criticità ai più alti organi di governo	10 - 12		
G4-50	Criticità comunicate ai più alti organi di governo e meccanismi per risolverle		Il dato non è comunicato in quanto ritenuto riservato e sensibile	
G4-51	Politiche per la remunerazione dei più alti organi di governo e dei dirigenti <i>senior</i>	10 - 11		
G4-52	Principi per determinare la remunerazione	10 - 11		✓
G4-53	Valutazione del parere degli <i>stakeholder</i> in materia di remunerazione	BNL è interamente controllata dall'Azionista unico BNP Paribas. E' assolta quindi in "re ipsa" l'esigenza di informare l'Azionista della Banca circa le scelte in materia di remunerazione di competenza dell'Assemblea diretta espressione dello stesso Azionista. Il modello di Governance prevede l'istituzione di un Comitato Remunerazione e Nomine costituito in seno al CDA.		✓

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		PAG.	OMISSION	EXTERNAL ASSURANCE
G4-54	Analisi delle retribuzioni annuali all'interno dell'organizzazione		Non pubblicato per questioni di riservatezza	
G4-55	Analisi dell'aumento percentuale della retribuzione all'interno dell'organizzazione		Non pubblicato per questioni di riservatezza	
ETICA ED INTEGRITÀ				
G4-56	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	7 - 8, 16 - 20		✓
G4-57	Meccanismi interni ed esterni per richiedere consigli in materia di comportamento etico e conforme alle leggi e su temi connessi all'integrità dell'organizzazione	12		
G4-58	Meccanismi interni ed esterni per la comunicazione di criticità in materia di comportamento contrario all'etica, alle leggi e all'integrità dell'organizzazione	12		✓

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

ASPETTI MATERIALI		PAG.	OMISSION	EXTERNAL ASSURANCE
CATEGORIA: ECONOMICA				
PERFORMANCE ECONOMICHE				
DMA		La nostra responsabilità economica - introduzione		
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	43		✓
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità connesse con i cambiamenti climatici		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	
EC3	Copertura dei piani pensionistici definiti dall'organizzazione	52 - 54		✓
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	
IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI				
DMA		La nostra responsabilità economica - introduzione		
EC7	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi	66 - 69		✓
EC8	Principali impatti economici indiretti		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	

ASPETTI MATERIALI		PAG.	OMISSION	EXTERNAL ASSURANCE
CATEGORIA: AMBIENTE				
MATERIALI				
DMA		La nostra responsabilità ambientale - introduzione		
EN1	Materiali utilizzati	99 - 101		✓
EN2	Materiali utilizzati che derivano da materiale riciclato	99 - 101		✓
ENERGIA				
DMA		-		
EN3	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	100		✓
EN4	Consumi di energia all'esterno dell'organizzazione		Per il tipo di attività svolta da BNL il tema risulta al momento non applicabile	
EN5	Intensità energetica	100		✓
EN6	Riduzione del consumo di energia	76 - 77		✓
EN7	Riduzione del fabbisogno energetico per prodotti e servizi		Per il tipo di attività svolta da BNL il tema risulta al momento non applicabile	
EMISSIONI				
DMA		Riduzione degli impatti indiretti		
EN15	Emissioni dirette di <i>gas</i> a effetto serra (GHG) (Scopo 1)	100 - 101		
EN16	Emissioni indirette di <i>gas</i> a effetto serra (GHG) (Scopo 2)	100 - 101		
EN17	Altre emissioni di <i>gas</i> serra indirette (scopo 3)	100 - 101		
EN18	Intensità delle emissioni di <i>gas</i> effetto serra	100 - 101		
EN19	Riduzione delle emissioni di <i>gas</i> serra	100 - 101		
EN20	Emissioni di sostanze che danneggiano l'ozono per peso	100 - 101		
EN21	NO, SO, e altre emissioni significative	100 - 101		



ASPETTI MATERIALI

PAG.

OMISSION

EXTERNAL  
ASSURANCE

SCARICHI E RIFIUTI

DMA

La nostra responsabilità ambientale - introduzione

EN22	Scarichi totali di acqua per qualità e destinazione		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	
EN23	Peso totale dei rifiuti per tipo e modalità di smaltimento	101		
EN24	Numero totale e volume delle perdite accidentali significative	Nel corso dell'anno e in virtù dell'attività svolta dalla Società non ci sono stati sversamenti significativi		
EN25	Rifiuti pericolosi		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	
EN26	Biodiversità e <i>habitat</i> colpiti dagli scarichi dell'organizzazione	Per il tipo di attività caratteristica e luoghi in cui la Società svolge la propria attività l'indicatore non è al momento applicabile		

PRODOTTI E SERVIZI

DMA

-

EN27	Mitigazione degli impatti di prodotti e servizi sull'ambiente	78		
EN28	Percentuali dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato	Per il tipo di attività svolta da BNL l'indicatore al momento non è applicabile		

CATEGORIA: SOCIALE

OCCUPAZIONE

DMA

La nostra responsabilità come datore di lavoro - introduzione - Tutela dell'occupazione

LA1	Numero e tasso di nuove assunzioni e <i>turnover</i> del personale	88 - 90		✓
LA2	<i>Benefit</i> previsti per i lavoratori a tempo pieno ma non per i lavoratori <i>part time</i> e a termine	95		✓
LA3	Tassi di rientro e mantenimento del lavoro dopo il congedo parentale, per genere	94		✓

LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI

DMA

Relazioni industriali

LA4	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative	Nel caso di modifiche organizzative che si rendono necessarie per la migliore gestione delle attività vengono rispettate le indicazioni presenti nel CCNL		✓
-----	---	---	--	---

ASPETTI MATERIALI

PAG.

OMISSION

EXTERNAL  
ASSURANCE

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

DMA

Salute e sicurezza sul posto di lavoro

LA5	Percentuale lavoratori rappresentati nel comitato per la salute e sicurezza	59 - 60 La gestione della sicurezza in BNL prevede il coinvolgimento delle varie figure preposte in base a quanto previsto dalla normativa italiana		
LA6	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi	93		✓
LA7	Lavoratori con elevata incidenza o rischio di malattie occupazionali	60 Per la tipologia di lavoro svolto dai dipendenti di BNL non esistono particolari rischi legati all'occupazione		
LA8	Accordi con sindacati in tema di salute e sicurezza	59 - 60		✓

FORMAZIONI E ISTRUZIONE

DMA

La nostra responsabilità come datore di lavoro - introduzione - formazione e sviluppo professionale

LA9	Formazione del personale	55 - 57, 97		✓
LA10	Programmi per lo sviluppo delle competenze e avanzamenti di carriera	55 - 58		✓
LA11	Percentuale di dipendenti valutati sulle <i>performance</i> e sullo sviluppo della carriera	57 - 58, 96		✓

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

DMA

Diversità e pari opportunità

LA12	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione del personale per indicatori di diversità	91		✓
------	--	----	--	---

PARITÀ DI RETRIBUZIONE PER UOMINI E DONNE

DMA

Politiche retributive - Diversità e pari opportunità

LA13	Rapporto tra lo stipendio base delle donne e quello degli uomini	90 - 91		
------	--	---------	--	--

VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DELLE POLITICHE E CONDIZIONI DI LAVORO

DMA

Sostenibilità negli acquisti

LA14	Valutazione dei fornitori sulla base di criteri legati a politiche e condizioni di lavoro	44		
LA15	Impatti negativi, effettivi e potenziali, delle condizioni di lavoro nella catena di fornitura e azioni implementate		BNL si impegna a rendicontare il dato dal prossimo Bilancio	

ASPETTI MATERIALI

PAG.

OMISSION

EXTERNAL  
ASSURANCE

MECCANISMI PER I RECLAMI IN MATERIA DI CONDIZIONI DI LAVORO

DMA		Customer satisfaction e gestione dei reclami		
LA16	Reclami sulle condizioni di lavoro depositati, analizzati e risolti	Rivendicazioni giudiziali connesse al rapporto di lavoro: 37/37 depositati e affrontati; 43 risolti (compresi ricorsi presentati in periodi antecedenti al 2014)		

CATEGORIA: SOCIETÀ

COMUNITÀ LOCALI

DMA		La nostra responsabilità sociale - introduzione		
S01	Operazioni che coinvolgono la comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	66 - 69		
S02	Operazioni con impatti negativi, potenziali o effettivi, sulle comunità locali	66 -69		
FS13	Accesso in aree scarsamente popolate o economicamente svantaggiate	34 - 38, 64 - 65		
FS14	Iniziative per favorire l'accesso ai servizi finanziari da parte di persone in condizioni svantaggiate	34 - 38, 64 - 65		✓

ANTI CORRUZIONE

DMA		Politiche di anticorruzione		
S03	Operazioni valutate sulla base dei rischi connessi alla corruzione	12		✓
S04	Comunicazioni e formazione sulle politiche e procedure di anti-corruzione	97		✓
S05	Casi di corruzione e azioni intraprese	Nel corso dell'anno non si sono verificati casi di corruzione		✓

SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI

DMA		Prodotti e servizi per i nostri clienti		
PR1	Categorie di prodotti e servizi oggetto di valutazioni a fini migliorativi per salute e sicurezza	34 - 39		✓
PR2	Casi di non conformità a regolamenti in materia di salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita	Per il tipo di attività svolta dalla Società l'indicatore è ritenuto al momento non applicabile		

ASPETTI MATERIALI

PAG.

OMISSION

EXTERNAL  
ASSURANCE

ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI

DMA		Comunicazione istituzionale e <i>web community</i> Educazione ed inclusione finanziaria		
PR3	Informazioni su prodotti e servizi		BNL si impegna a rendicontare le informazioni mancanti dal prossimo Bilancio	
PR4	Casi di non conformità a regolamenti in materia di informazioni ed etichettatura dei prodotti e servizi	50 cause passive in materia di trasparenza e servizi di investimenti		✓
PR5	Risultati dei sondaggi sulla soddisfazione dei clienti	40 - 42, 85		✓

ATTIVITÀ DI MARKETING

DMA		Prodotti e servizi per i nostri clienti		
PR6	Vendita di prodotti vietati o oggetto di contenzioso	34 - 38 Non sono messi in vendita prodotti vietati o oggetto di contenziosi		✓
PR7	Casi di non conformità a regolamenti riferiti ad attività di <i>marketing</i>	Nel 2014 non sono stati avviati provvedimenti dall'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) contro la Banca		✓

PRIVACY DEL CONSUMATORE

DMA		Innovazione e sicurezza dei servizi bancari		
PR8	Reclami documentati su violazioni della <i>privacy</i> e perdita di dati dei clienti	Nel corso dell'anno si sono verificati 4 casi di violazioni		✓

PORTAFOGLIO PRODOTTI

DMA		La nostra responsabilità economica – introduzione Prodotti e servizi per i nostri clienti		
FS6	Portafoglio clienti	34 - 38, 83 - 85		✓
FS7	Prodotti e servizi con finalità sociali	34 - 38		✓
FS8	Prodotti e servizi con finalità ambientali	80		✓

Photo credits

1° di copertina, Paolo Cipriani/iStockphoto, cod.44928564  
p.30, Simone Tossini

# IL PARERE PROFESSIONALE

**Deloitte.**

Deloitte & Touche S.p.A.  
Via della Camilluccia, 589/A  
00135 Roma  
Italia  
Tel: +39 06 367491  
Fax: +39 06 36749282  
www.deloitte.it

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Al Consiglio di Amministrazione della  
Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.

Abbiamo svolto un esame limitato (*"limited assurance engagement"*) del bilancio di sostenibilità della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (di seguito la "Banca" o "BNL") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014.

### 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"* definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "La premessa 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, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

### Responsabilità del revisore

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 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"* (*"ISAE 3000"*), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi. Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio di sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova  
Palermo Parma Roma Torino Treviso 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

2

Le procedure svolte sul bilancio di sostenibilità hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del bilancio di sostenibilità, nei quali si articolano le *"G4 Sustainability Reporting Guidelines"*, e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Ricchezza economica generata e distribuita" del bilancio di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo BNL al 31 dicembre 2014, sul quale abbiamo emesso la nostra relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39, in data 3 aprile 2015;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile, inerenti la strategia e l'operatività della Banca;
- 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 della Direzione della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. e con il personale di Business Partner Italia S.C.p.A., 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 di controllo interno 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 funzionamento del sistema di controllo interno per il 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 dall'Amministratore Delegato della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., sulla conformità del bilancio di sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

I dati e le informazioni oggetto dell'esame limitato sono riportati, come previsto dalle *"G4 Sustainability Reporting Guidelines"*, nella tabella "La tavola di riepilogo degli indicatori GRI-G4" del bilancio di sostenibilità.



Il nostro esame ha comportato un'estensione del lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'ISAE 3000 (*"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 della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. al 31 dicembre 2014 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida *"G4 Sustainability Reporting Guidelines"* definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, come descritto nel paragrafo *"La premessa metodologica"* del bilancio di sostenibilità.

Roma, 29 maggio 2015

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



Vittorio Fiore  
Socio



PER INFO VISITA:

[responsabilitasociale.bnl.it](http://responsabilitasociale.bnl.it)

[responsabilitasociale.bnlmail.com](mailto:responsabilitasociale.bnlmail.com)



**BNL**  
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca  
per un mondo  
che cambia