



**CSR:
LE BANCHE, IL TERRITORIO, I LEGAMI SOCIALI**

Gianna Zappi - CSR Manager ABI

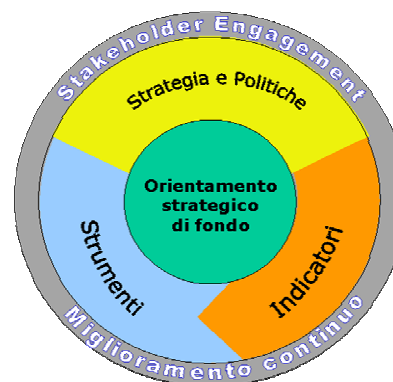
Milano, 4 luglio 2008

INDICE

- ✓ La creazione di valore attraverso l'integrazione della CSR nell'impresa
- ✓ La CSR in banca: nuove attività e modalità di gestione
- ✓ Innovazione di strategie, processi, prodotti
- ✓ La CSR e il territorio
- ✓ Le attività delle banche e di ABI

LA CREAZIONE DI VALORE ATTRAVERSO L'INTEGRAZIONE DELLA CSR NELL'IMPRESA

CSR: modalità di gestione strategica dell'impresa, orientata a sviluppare e valorizzare le relazioni con i diversi soggetti, gli stakeholder, con cui l'impresa bancaria ha relazioni continuative.



A cosa serve?:

- ✓ gestire vantaggiosamente le relazioni con i diversi interlocutori dell'impresa (azionisti, clienti, dipendenti, fornitori, istituzioni, rappresentanze della società civile, comunità locale..);
- ✓ creare valore sostenibile nel tempo
- ✓ innovare strategie, processi, prodotti
- ✓ gestire più efficacemente i "rischi"



LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELL'IMPRESA È UNA NOVITÀ?

- ✓ Molte imprese e soprattutto le banche in passato avevano un'impostazione analoga
- ✓ La novità sta nel rendere questo approccio ***un elemento intrinseco al management e alla gestione dell'impresa***, richiesto oggi da importanti interlocutori (le istituzioni, la clientela, i dipendenti, il mercato,)
- ✓ Un'altra novità sta nel non darlo per scontato: **ma nel renderlo esplicito e nel comunicarlo**

Principi per un'impresa socialmente responsabile

Trasparenza dell'informazione

Prospettiva strategica di lungo periodo

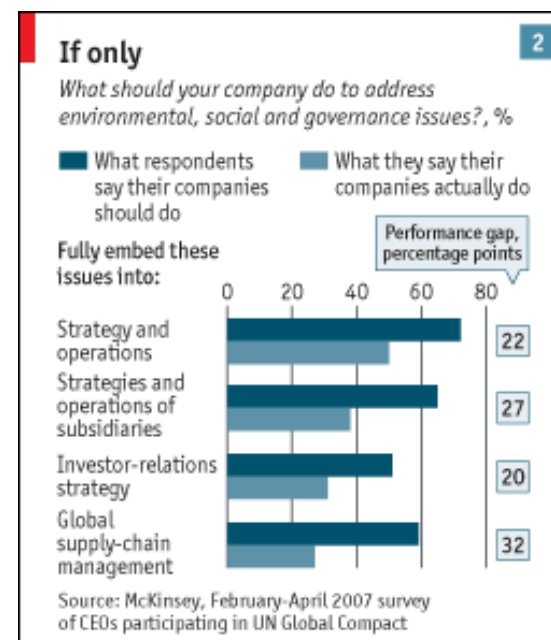
Modelli di gestione "aperti" alla relazione con gli stakeholder

Orientamento all'autovalutazione e al miglioramento continuo

IN UNA LOGICA DI PROCESSO

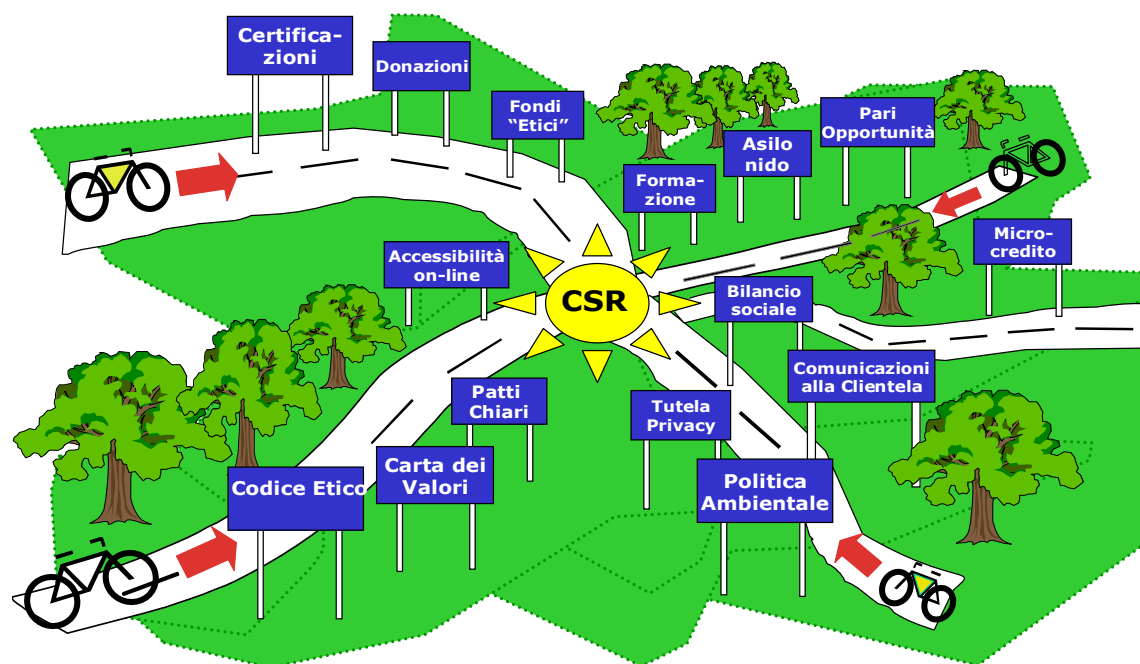
ATTENZIONE CRESCENTE PER LA CSR

La domanda che anima il dibattito sulla CSR non è più "Serve o non serve?" ma "Come si implementa?"



(Fonte: Economist, 17 gennaio 2008)

STRATEGIA CSR: PERCORSO MODULARE E FLESSIBILE



L'approccio delle banche
e di ABI

Fonte: ABI - Linee Guida sulla Responsabilità sociale d'impresa in banca. Creare valore ascoltando gli stakeholder: strategie, politiche e strumenti della CSR. Bancaria Editrice, 2005

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA: QUALE RILEVANZA PER LA BANCA?

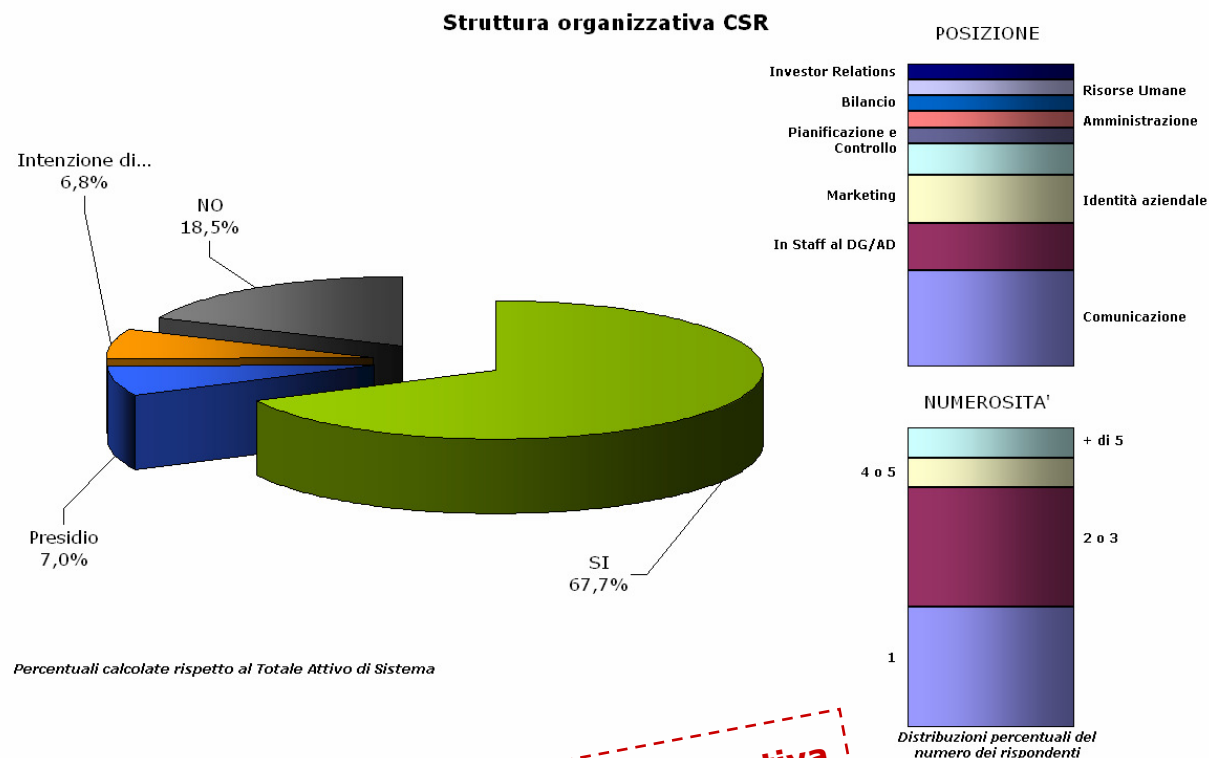
- ✓ Il ruolo di intermediazione tra l'offerta e la domanda di denaro ha di per sé un impatto significativo sulla società:
- ✓ le BANCHE sono in effetti un MOTORE DELL'ECONOMIA E DELLO SVILUPPO
- ✓ sono LE SOLE IMPRESE completamente "TRASVERSALI" che interagiscono con tutte le altre
- ✓ ruolo tipico delle banche fin dalle origini

LA CSR IN BANCA: ATTIVITÀ E MODALITÀ DI GESTIONE alcuni esempi *

• L'industria bancaria è tra i settori maggiormente attivi da anni in tema di CSR come dimostra anche l'alta percentuale di **strutture** dedicate all'interno delle banche che sono cresciute nel tempo fino a raggiungere, ad oggi, il **67,7%** del totale attivo di sistema.

Nel 7% dei casi esiste un presidio sul tema, ovvero una o più persone che lo seguono all'interno di funzioni o settori diversi.

Inoltre nel prossimo biennio il 6,8% intende creare un presidio o una struttura ad hoc.



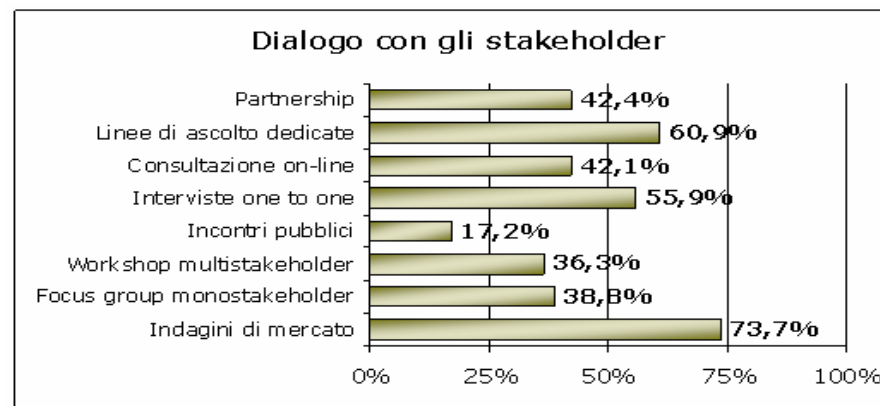
Innovazione organizzativa

* Fonte: laboratorio ABI CSR – dicembre 2007

LA CSR IN BANCA: ATTIVITÀ E MODALITÀ DI GESTIONE (2)

Integrazione di strumenti tradizionali e innovativi

- ✓ Importanti le **strategie di "ASCOLTO"** degli stakeholder, che contribuiscono a stabilire un clima di fiducia e di disponibilità a collaborare, per cogliere aspettative legittime, monitorarle nel tempo, verificare la possibilità di integrarle nelle strategie aziendali.



Le banche sempre più dialogano con i propri stakeholder di riferimento utilizzando però strumenti e modalità differenti.

Alcune banche stanno ora iniziando ad approcciare il tema.

Si va quindi dalle indagini di mercato (73,7%) per arrivare a iniziative più innovative come la creazione di partnership (42,4%) tra la banca e gli stakeholder (ad esempio un'organizzazione del terzo settore, in grado di apportare valore all'iniziativa comune con competenze ed esperienza specifiche proprie).

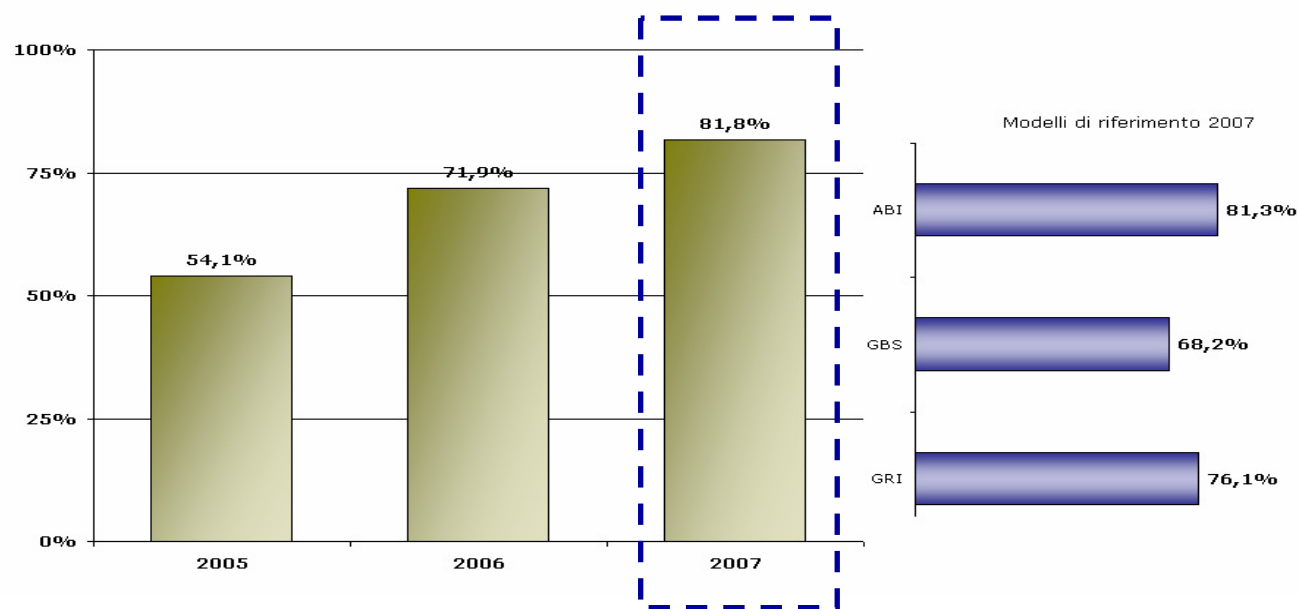
Innovazione di strumenti

* Fonte: laboratorio ABI CSR – dicembre 2007

ATTIVITÀ E MODALITÀ DI GESTIONE (3)

Banche "leader" nella rendicontazione

La Rendicontazione agli stakeholder 2005 - 2007

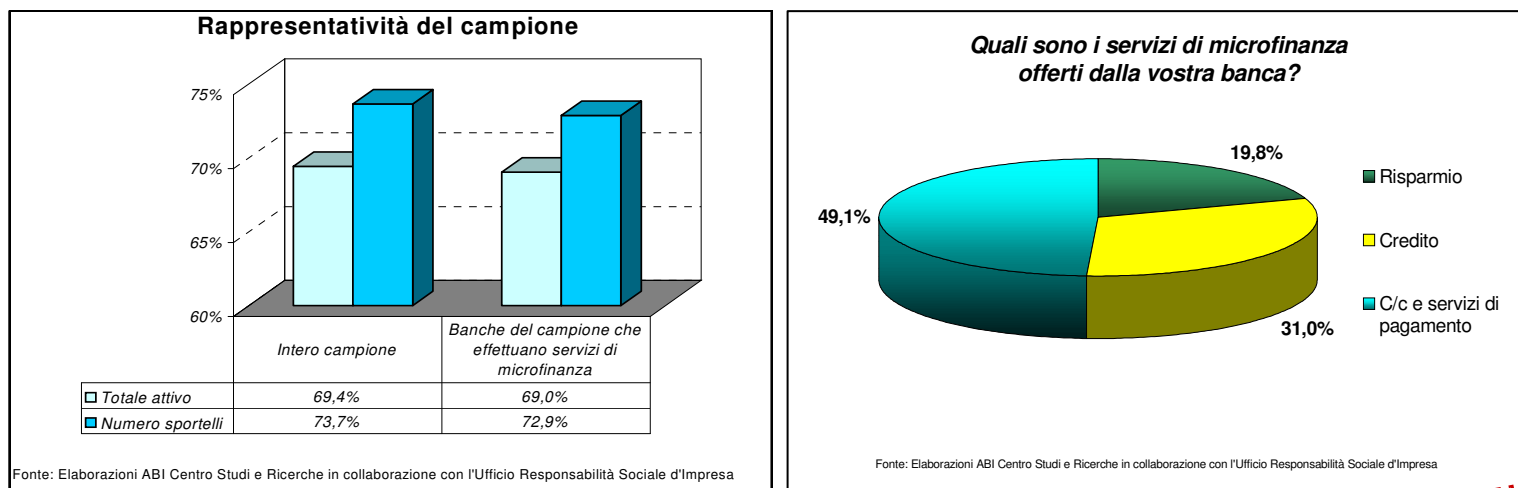


Innovazione di processo

* Fonte: laboratorio ABI CSR – dicembre 2007

ATTIVITÀ E MODALITÀ DI GESTIONE (4)

✓ **Inclusione finanziaria:** insieme di metodologie, prodotti/servizi, pratiche innovative che, rispondendo a criteri di economicità, facilitino l'inclusione finanziaria di soggetti ad oggi non pienamente inclusi.



Innovazione di prodotto

*Fonte: elaborazioni ABI Centro Studi e Ricerche con l'Ufficio RS - 2007

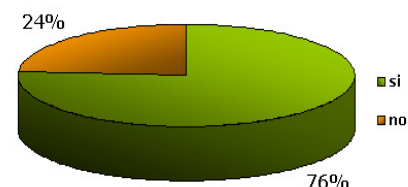
ATTIVITÀ E MODALITÀ DI GESTIONE (5)

Le partnership

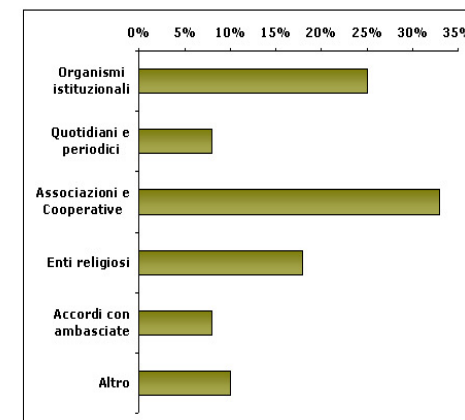
La costruzione e la gestione di partnership tra soggetti bancari e non è **una delle modalità innovative con cui si stanno sviluppando diversi progetti di inclusione finanziaria**.

I progetti che ne sono ad oggi derivati confermano come l'interazione tra soggetti con caratteristiche e *mission* così diverse rappresenta un segnale del "valore" che l'apertura e la contaminazione di diversi modi d'operare, insieme a distinti modi di essere, possa generare.

Nell'ambito delle attività per l'inclusione finanziaria, la vostra banca ha sviluppato partnership con soggetti non bancari?



Se sì, con quali soggetti?

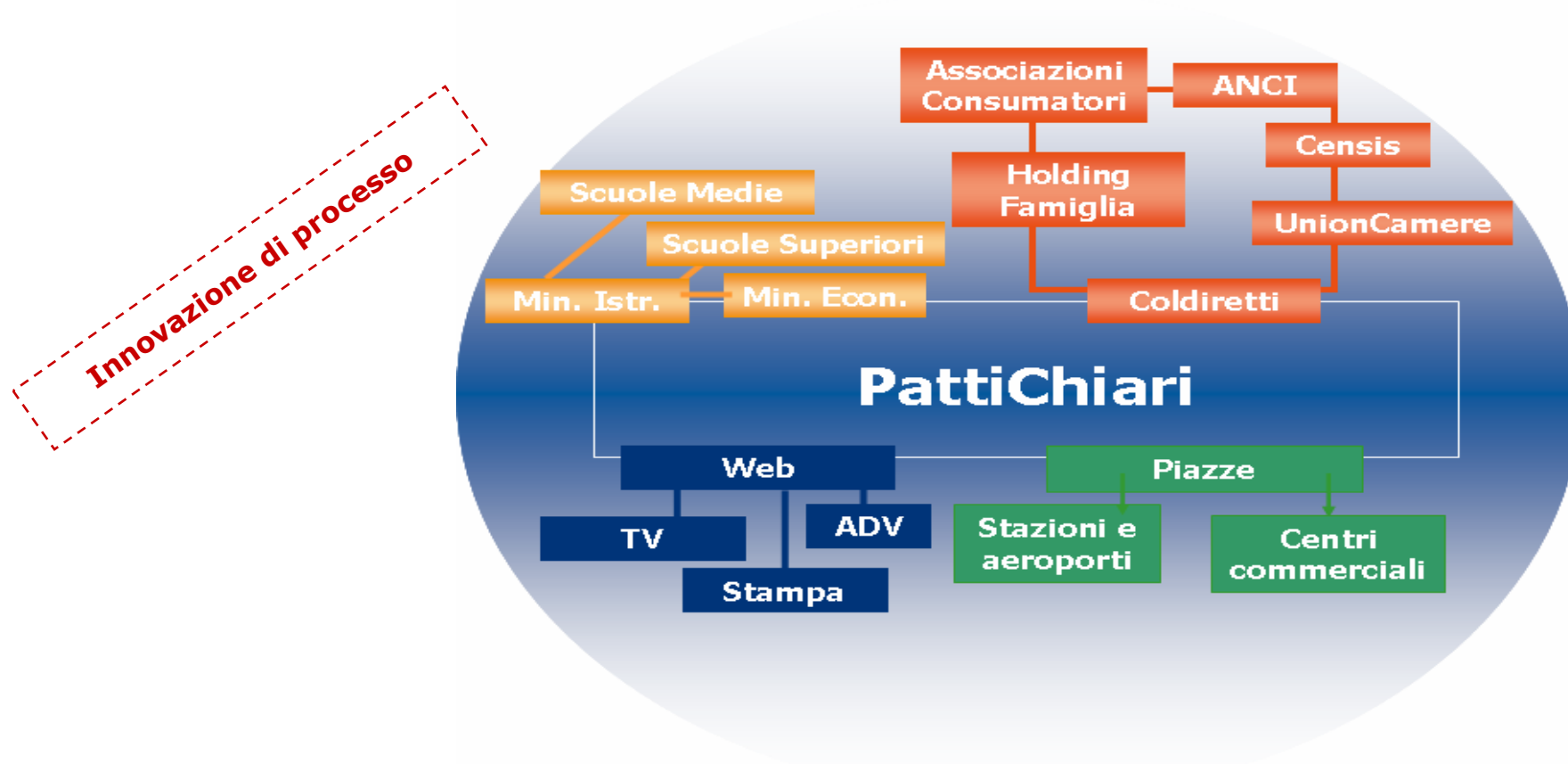


Altro: altre società che offrono prodotti al target; società di intermediazione finanziaria; distretti regionali; mediatori culturali.

Fonte: Elaborazioni ABI Centro Studi e Ricerche in collaborazione con l'Ufficio Responsabilità Sociale d'Impresa

Innovazione di processo

LA CSR IN BANCA: ATTIVITÀ E MODALITÀ DI GESTIONE (6)



LA CSR E IL TERRITORIO

La comunità locale: uno stakeholder di riferimento

✓la comunità locale come espressione di segnali, bisogni, emergenze. CSR anche nell'ottica di una corretta integrazione con il tessuto economico-sociale che ospita l'impresa: non solo interventi a supporto di fasce deboli della comunità (l'attività di giving è da sempre parte dell'attività bancaria) ma **partnership innovative** con soggetti attivi nella comunità di appartenenza, per meglio rispondere ai bisogni espressi dalla società civile e dare sostegno allo sviluppo economico locale; la mission, fin dalle origini, del sistema bancario

✓il rapporto è biunivoco: le imprese recano il loro contributo alla comunità. Inversamente, le imprese dipendono dalla buona salute, dalla stabilità e dalla prosperità delle comunità che le accolgono; interagiscono con l'ambiente "naturale" locale

✓ i cittadini, prima di divenire clienti delle banche o loro dipendenti, sono parte della comunità locale, in termini di bisogni, aspettative

- ✓opportunità di impiego
- ✓attività di ricerca e sviluppo per il miglioramento della qualità della vita
- ✓rispetto e tutela dell'ambiente
- ✓rapporti con la scuola/formazione, connessione mondo del lavoro/impresa

LA CSR E IL TERRITORIO (2)

Molteplici i soggetti sul territorio che si occupano, a diverso titolo, della CSR: università, associazioni e istituti non profit, rappresentanze d'impresa, autonomie funzionali (Camere di commercio), amministrazioni e istituzioni pubbliche, aziende private, ecc.

BANCHE/TERRITORIO/CSR: cosa si può fare?

- ✓ facilitare e incentivare la messa in rete dei soggetti protagonisti della CSR con l'obiettivo di mettere a valore la conoscenza e le buone prassi prodotte
- ✓ sostenere l'autonomia e l'identità dei singoli soggetti favorendo lo scambio non competitivo delle informazioni, delle progettualità e delle buone prassi
- ✓ promuovere l'incontro tra le istituzioni del sistema formativo regionale e la domanda di saperi e competenze CSR delle imprese (siano esse private, pubbliche o sociali)
- ✓ promuovere una rete capace di mettere al lavoro il dialogo con gli stakeholder quale asset intangibile facilitatore delle dinamiche dello sviluppo territoriale e di economie locali competitive, coese e sostenibili

Commissioni Regionali ABI

CSR COME :

- ✓ **ASSET COMPETITIVO** per le singole imprese anche nel senso della LEADERSHIP
- ✓ **Modalità di gestione** che consente alle imprese di **INTERCETTARE DOMANDE E RINSALDARE FIDUCIA**
- ✓ **OPPORTUNITÀ DI BUSINESS** connessa al sempre più evidente legame tra i comportamenti, che costruiscono credibilità e reputazione, e la selezione ed il gradimento del mercato.
- ✓ ...

É prevedibile che i players di maggior successo saranno quegli operatori in grado di:

CSR può promuovere **nuovi** modelli di business attraverso lo sviluppo di



SCENARIO

cooperare attraverso politiche di *partnership* strategiche tese ad ottimizzare i tempi di accesso al mercato

1. sfruttare i canali più opportuni ed innovativi

2. Costruire *business* particolarmente sofisticati e personalizzati sulle esigenze dei clienti

3. adeguare nel continuo i processi produttivi.

(Dai più recenti monitoraggi del Centro Studi e Ricerche di ABI)



1. Partnership innovative

2. Nuovi canali e interlocutori

3.,4. Processi e servizi sempre più tarati sulle aspettative degli stakeholders

OPPORTUNITÀ

GRAZIE DELL'ATTENZIONE



rs@abi.it



06 6767 570

06 6767 576