

Quaderno Comunità 2015

I contributi di Intesa Sanpaolo alla comunità
e la valutazione di impatto



Sommario

L'impegno di Intesa Sanpaolo a sostegno della comunità	p. 3
I contributi 2014	p. 4
Le donazioni	p. 6
Iniziative commerciali con beneficio per la comunità	p. 14
Arte e Cultura	p. 18
Il volontariato aziendale	p. 25

L'impegno di Intesa Sanpaolo a sostegno della comunità

Intesa Sanpaolo, nel solco della tradizione delle banche e delle casse di risparmio via via confluite nel Gruppo, si distingue per un forte radicamento ed attenzione al territorio e per un continuo e vigoroso sostegno alle comunità in cui opera.

Tale sostegno si concretizza in contributi di vario genere, dalle erogazioni liberali di tipo solidaristico, con una crescente focalizzazione sulle categorie fragili e svantaggiate, al supporto ad iniziative commerciali che hanno un beneficio per la comunità, dalle iniziative di volontariato aziendale a quelle di educazione finanziaria. I contributi coprono diversi ambiti di intervento ma un'attenzione particolare è rivolta all'Arte e Cultura sia con contributi diretti a sostenere iniziative in questo ambito sia per preservare e aprire alla fruizione da parte del pubblico il ricco patrimonio artistico e culturale del Gruppo. Specifico interesse è inoltre rivolto ad iniziative di educazione finanziaria, in primis attraverso il Museo del Risparmio.

Per dare rilievo al nostro impegno e consentire un confronto a livello internazionale abbiamo aderito nel 2013 al London Benchmarking Group, il cui modello rappresenta lo standard di rendicontazione di riferimento. Dal 2013 rendicontiamo dunque il nostro contributo a livello di Gruppo secondo LBG, il che ci permette di affermare che **il nostro contributo ammonta nel 2014 a 60,2 milioni di euro**, pari allo **1,75% del risultato corrente al lordo delle imposte**, e corrispondente a un **contributo medio per dipendente pari a 677 euro**. Ciò si confronta con un contributo medio alla comunità dei membri aderenti a LBG appartenenti al settore finanziario di 19 milioni di euro (455 euro per dipendente) e di una percentuale media pari allo 0,93% del risultato al lordo delle imposte.

Le attività e i contributi sono attentamente monitorati nella loro evoluzione, anche sulla base della loro tipologia. L'eterogeneità delle iniziative, degli ambiti di destinazione e dei beneficiari rende impossibile una sommatoria dei beneficiari e dei benefici dei contributi, valutabili su base singola. Tuttavia grande risalto è stato dato recentemente alla valutazione dei risultati e dell'impatto di lungo termine dei contributi. Questo quaderno in particolare vuole fornire riscontro di alcune valutazioni di impatto condotte, con la presentazione di alcuni *case study*.

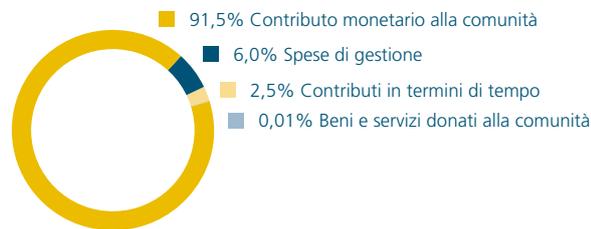
I contributi 2014

Nel 2014 il Gruppo Intesa Sanpaolo ha registrato un **contributo alla comunità complessivo pari a 60,2 milioni di euro**, in crescita del 3,6% rispetto allo scorso anno. Il contributo medio per dipendente è passato da 624 euro nel 2013 a 677 euro nel 2014.



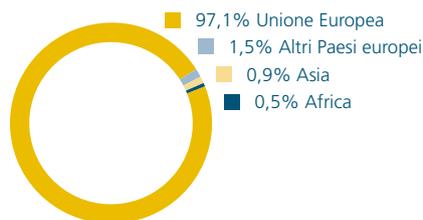
La parte più rilevante del contributo viene corrisposto in denaro e tale importo ammonta nel 2014 a 55,1 milioni di euro (pari al 91,5%). Lo standard LBG consente di comprendere meglio l'impegno del Gruppo a favore della comunità misurando anche le altre risorse investite, oltre ai contributi in denaro. In particolare vi sono i contributi in termini di tempo, che consistono in iniziative di volontariato dei dipendenti svolto durante l'orario di lavoro o compensato dall'azienda se svolto fuori dall'orario di lavoro, promosse dalle Banche del Gruppo e che nel 2014 hanno dato origine ad un contributo pari a 1,5 milioni di euro. Vi sono inoltre beni e servizi donati alla comunità per 3.000 euro e spese di gestione pari a 3,6 milioni di euro.

Contributo complessivo alla comunità per tipologia



Se suddividiamo il contributo totale secondo l'area geografica di provenienza dei fondi, si nota che la grande maggioranza di questi provengono dai paesi dell'Unione Europea dove il Gruppo svolge prevalentemente la sua attività di business.

Contributo complessivo alla comunità per area geografica di provenienza



Il **contributo monetario alla comunità, pari a 55,1 milioni di euro**, viene ripartito sulla base della motivazione e dell'ambito di intervento.

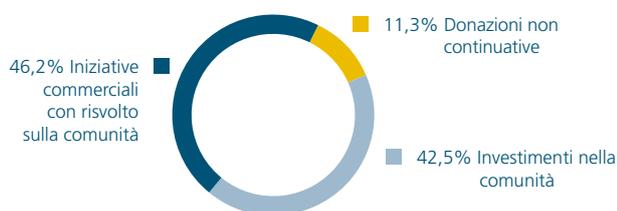
La ripartizione per motivazione evidenzia quanto segue:

- circa 25,5 milioni di euro (pari al 46%) è costituito da iniziative commerciali (per lo più sponsorizzazioni) con risvolto nella comunità, che contribuiscono a cause sociali promuovendo al contempo il marchio ed il business di Intesa Sanpaolo;
- oltre 23,4 milioni di euro, pari al 43% circa, è costituito da investimenti nella comunità (contributi caratterizzati da piani a lungo termine, e/o partnership strategiche e/o di notevole importo), in crescita di 7 punti percentuali rispetto al 2013 a concreta dimostrazione di una caratterizzazione sempre più strategica dell'attività del Gruppo orientata a collaborazioni di lungo corso che possano garantire reale beneficio e valore per il territorio;
- i restanti 6,2 milioni di euro (11%) sono donazioni non continuative, caratterizzate da natura occasionale e importi minori.

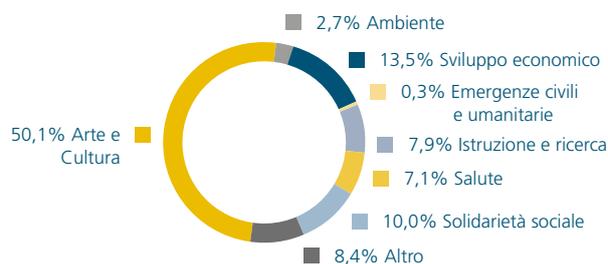
Per quanto riguarda gli ambiti di intervento, Arte e Cultura è il settore di intervento più significativo essendovi destinato oltre il 50% dei contributi monetari totali e oltre 27,6 milioni di euro (quota in crescita dal 46% nel 2013), a dimostrazione dell'attenzione prioritaria verso questo ambito nella strategia del Gruppo. Gli altri due ambiti prevalenti risultano lo Sviluppo Economico (7,4 milioni di euro pari al 13,5% dei contributi monetari totali) e la Solidarietà Sociale (5,5 milioni di euro pari al 10%).

Erogazioni monetarie alla comunità

Ripartizione per motivazione



Ambito d'intervento



Le donazioni

Le liberalità di Intesa Sanpaolo sono rivolte al supporto di progetti o iniziative di natura solidaristica, sociale e culturale. Le erogazioni sono caratterizzate da una gratuità totale (assenza di ritorni attesi sul business) ed un'apposita policy esclude la possibilità di effettuare erogazioni liberali ad alcuni enti (tra cui partiti e movimenti politici e organizzazioni sindacali).

I contributi vengono erogati centralmente dalla Capogruppo attraverso un apposito "Fondo di beneficenza ed opere di carattere sociale e culturale" sulla base di un Piano annuale di interventi che destina anche una parte delle risorse a "liberalità territoriali", donazioni per progetti locali di importo contenuto selezionati dalle strutture regionali della Banca che sovrintendono ai territori direttamente presidiati o serviti da Banche che non dispongono di un proprio fondo di beneficenza (o non hanno sufficiente capienza di risorse).

Sono inoltre autonomamente erogati contributi dalle Banche del Gruppo che operano attraverso un proprio fondo di beneficenza e dalle singole banche estere.

LE POLICY

Le erogazioni del Fondo di beneficenza sono oggetto di una specifica policy (Guida operativa sull'esecuzione del Fondo di beneficenza)

Principio di **gratuità totale**.

Le erogazioni liberali sono attribuzioni in denaro assegnati a enti senza ricevere alcuna controprestazione in cambio, neanche in termini di ritorno di immagine.

I **valori** di riferimento

Sono coerenti con quelli indicati nel **Codice Etico** della Banca, orientati alla persona, nonché ai diritti umani, alla solidarietà economica e sociale, allo sviluppo sostenibile, alla conservazione dell'ambiente ed al sostegno alla cultura.

Dagli enti beneficiari **sono esclusi**: i privati; i partiti, i movimenti politici e loro organizzazioni organizzative; le organizzazioni sindacali e di patronato; i club di servizio; regioni, comuni, province e scuole salvo specifiche iniziative con particolare rilievo sociale, culturale e scientifico; enti coinvolti in controversie giudiziarie.

Per le Banche estere del Gruppo è attiva una policy relativa alle relazioni con i partiti politici (*Policy concerning Relations between International Subsidiary Banks and political parties*)

La policy esclude tra l'altro la possibilità di erogare elargizioni liberali e sponsorizzazioni a favore di partiti politici, movimenti politici e loro sezioni organizzative, sindacati, agenti della pubblica amministrazione.

IL FONDO DI BENEFICENZA

Il Piano 2014 per il Fondo di beneficenza ha ribadito per il terzo anno la focalizzazione strategica verso progetti nazionali e locali con un riflesso sociale significativo a favore dei soggetti più fragili, più aspramente colpiti dalla crisi economica. Questo rappresenta un obiettivo prioritario della strategia del Gruppo in ambito filantropico. Nel 2014, al netto dell'intervento internazionale a favore dei paesi poveri, l'85% delle erogazioni centrali nazionali sono state indirizzate verso questo obiettivo – in crescita rispetto all'83% nel 2013 e al 77% nel 2012. Anche a livello di liberalità territoriali, si è consolidata la focalizzazione al sostegno dei soggetti più fragili con il 60% dei contributi locali indirizzato verso questo obiettivo.

Un ulteriore elemento strategico dell'attività filantropica di Intesa Sanpaolo è rappresentato dall'impegno in importanti interventi di cooperazione internazionale in paesi poveri o in via di sviluppo.

PROJECT MALAWI

In particolare con il 2014 è giunto a conclusione, dopo 9 anni, l'importante intervento di cooperazione internazionale Project Malawi lanciato nel 2005 su iniziativa di Intesa Sanpaolo e Fondazione Cariplo. Il progetto ha come obiettivo quello di combattere la piaga dell'AIDS in Malawi partendo dalla prevenzione della trasmissione del virus da madre a figlio e affianca all'intervento sanitario di elevata qualità terapeutica azioni volte all'assistenza dei bambini orfani e vulnerabili, alla prevenzione tra i giovani, allo sviluppo economico locale.

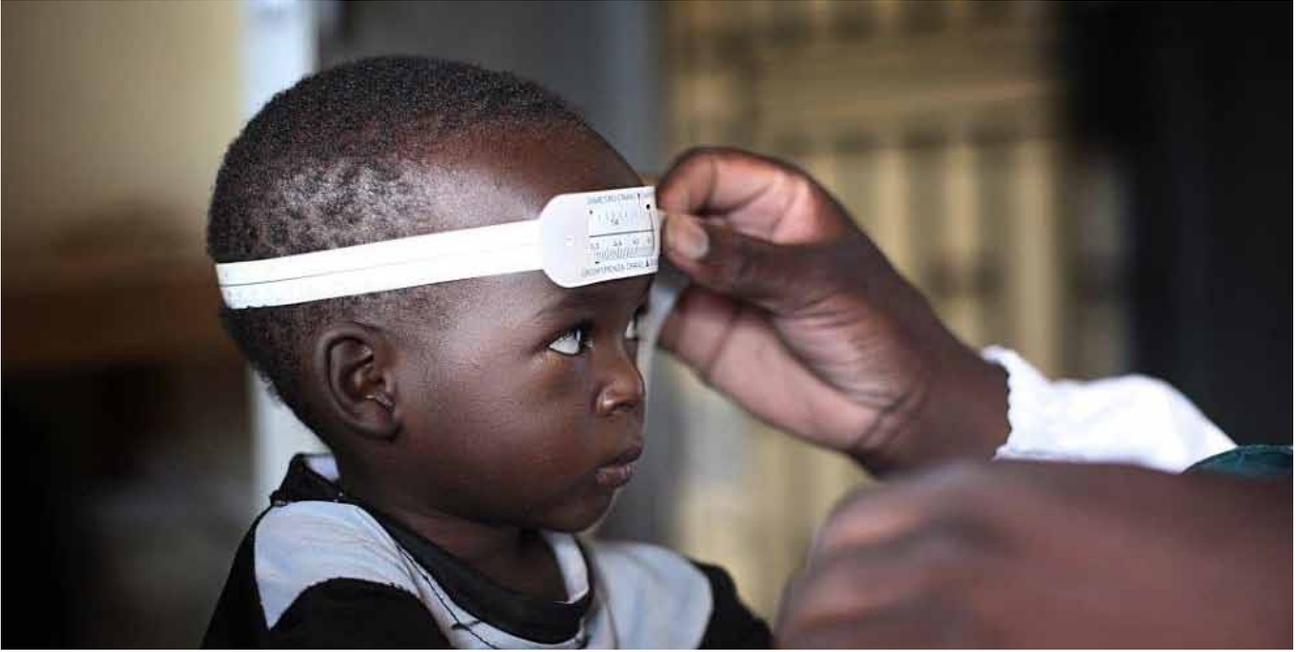


Il progetto vede il coinvolgimento di quattro Ong partner che operano nelle rispettive attività di competenza (Comunità di Sant'Egidio, CISP, Save the Children e MAGGA/SAM) ed è attivo in tre aree del paese, i distretti di Blantyre, Lilongwe e Balaka. Ai partner del progetto sono stati erogati complessivamente dai due donor oltre 25 milioni di euro.

Lo stato di avanzamento di Project Malawi, la qualità degli interventi e dei risultati ottenuti sono stati monitorati da un organismo indipendente, la Scuola di Cooperazione e Sviluppo dell'Università di Pavia (IUSS) mentre a Reconta Ernst & Young è stata affidata, con cadenza annuale, la verifica contabile dei rendiconti delle associazioni.

Proprio su questo rilevante intervento umanitario Intesa Sanpaolo ha concentrato la massima attenzione in ambito di valutazione dei benefici e dell'impatto.





Valutazione di impatto del contributo nel 2014¹

Il contributo	2.125.800 euro erogazione liberale e spese di gestione
I risultati	63.067 beneficiari totali 494.600 euro di fondi aggiuntivi (Fondazione Cariplo)
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari?</p> <p>43% hanno sperimentato un cambiamento in positivo del proprio comportamento. Sono 26.374 i giovani che hanno ricevuto formazione sulla prevenzione della trasmissione del virus HIV/AIDS in 158 scuole e 902 i giovani che si sono sottoposti al test (MAGGA/SAM).</p> <p>4% hanno sviluppato nuove capacità. 2.254 beneficiari coinvolti in attività di sostegno al risparmio e allo sviluppo socio-economico nei villaggi e piccoli imprenditori formati (a cura di CISP).</p> <p>53% hanno sperimentato un miglioramento della qualità della vita. Sono 16.683 pazienti (di cui 1.874 donne in gravidanza) in assistenza presso i centri DREAM, 1.280 i bambini nati sani da madri sieropositive nell'anno, 50 tra tecnici di laboratorio e operatori di comunità formati, 3.640 pazienti risultati sieronegativi al test (a cura di Comunità di Sant'Egidio – protocollo DREAM); 3.870 bambini tra 3 e 6 anni che frequentano in media centri diurni di accoglienza, 6.118 bambini tra 7 e 13 anni accolti in Children Corners, 323 operatori dei centri e per il supporto a casa coinvolti in attività di formazione, 1.573 persone in gruppi di supporto per sieropositivi (a cura di Save the Children).</p> <p>Cosa cambia per le organizzazioni partner?</p> <p>Hanno potuto offrire nuovi servizi: assistenza e terapie di alta qualità per pazienti sieropositivi (comunità di Sant'Egidio), assistenza a bambini orfani e vulnerabili (Save the Children), servizi di formazione e accompagnamento per piccoli imprenditori (CISP), servizi di informazione sulla trasmissione del virus per i giovani (MAGGA).</p> <p>Hanno migliorato i propri sistemi di gestione: sostegno al finanziamento del software IT per la gestione clinica e amministrativa del progetto per Comunità di Sant'Egidio.</p> <p>Hanno potuto impiegare più personale: il 41% della cifra erogata alle organizzazioni partner copre spese del personale.</p> <p>Hanno potuto formare il proprio personale/volontari: il 7% della cifra erogata copre spese di formazione.</p>

¹ I dati si riferiscono ad una annualità di Project Malawi, in particolare al periodo 1 ottobre 2013 - 30 settembre 2014, data di chiusura del progetto.

Valutazione di impatto del contributo complessivo a Project Malawi (2005-2014)

Il contributo	Circa 17,8 milioni di euro erogazione liberale
I risultati	Circa 166.000 beneficiari totali Oltre 7,4 milioni di euro di fondi addizionali (Fondazione Cariplo)
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari complessivi?</p> <p>30% hanno sperimentato un cambiamento in positivo del proprio comportamento. Sono 44.600 circa i giovani che hanno ricevuto formazione sulla prevenzione della trasmissione del virus HIV/AIDS in 158 scuole e quasi 5.000 i giovani che si sono sottoposti al test (MAGGA/SAM).</p> <p>4% hanno sviluppato nuove capacità. Oltre 7.000 i beneficiari coinvolti in attività di sostegno al risparmio e allo sviluppo socio-economico nei villaggi e piccoli imprenditori formati. Le attività generatrici di reddito avviate nell'ambito del progetto hanno dimostrato tassi di sopravvivenza superiori rispetto a quelle avviate nel paese dal governo (85% a due anni rispetto al 65%; 41% a 7 anni rispetto al 32%).</p> <p>65% hanno sperimentato un miglioramento della qualità della vita. Oltre 66.000 pazienti testati per il virus nei centri DREAM, di cui circa 18.400 donne in gravidanza (di queste circa 8.500 sieropositive e in cura con farmaci antiretrovirali HAART), oltre 7.600 bambini nati sani da madri sieropositive, oltre 1.200 tra tecnici di laboratorio e operatori di comunità formati (a cura di Comunità di Sant'Egidio – protocollo DREAM); circa 18.600 i bambini tra 3 e 6 anni che hanno frequentato in media centri diurni di accoglienza, circa 10.900 i bambini tra 7 e 13 anni accolti in Children Corners, oltre 2.300 gli operatori dei centri e per il supporto a casa coinvolti in attività di formazione, circa 1.600 persone in gruppi di supporto per sieropositivi (a cura di Save the Children).</p> <p>Cosa cambia per il Paese?</p> <p>Nuove linee guida adottate a livello nazionale dal Ministero della Sanità per la cura dei pazienti sieropositivi e donne in gravidanza, in gran parte basate sul protocollo DREAM (Comunità di Sant'Egidio) utilizzato nel progetto, con sostanziale allineamento della cura dell'AIDS nel paese.</p> <p>Elevata qualità terapeutica del protocollo DREAM: 0,39% tasso di trasmissione del virus da madre HIV+ a figlio a 1 mese (rispetto a tassi medi del 10%-15% in Kenia e Etiopia), un vantaggio di sopravvivenza e permanenza in cura a 5 anni dall'inizio della terapia per pazienti adulti superiore di poco più del 40% rispetto al dato governativo.</p> <p>Centri medici del progetto: 4 laboratori medici, 9 centri di cura specializzati cui sono connesse 7 maternità, corrispondono all'1,25% dei centri del Malawi e hanno in cura il 4,89% dei pazienti. Un laboratorio (Blantyre) come centro di riferimento per il Paese per la misurazione delle resistenze virali.</p>

FONDAZIONE BANCO ALIMENTARE ONLUS

L'obiettivo dell'attività della Fondazione Banco Alimentare è di contrastare lo spreco degli alimenti e fornire un aiuto alimentare alle persone in stato di indigenza.



Tale attività prevede diverse fasi organizzative, quali la gestione operativa dei magazzini locali e della piattaforma logistica, il recupero dei prodotti alimentari dai differenti canali di approvvigionamento, l'attivazione di nuovi centri di raccolta di prodotti freschi dal canale dei punti vendita della grande distribuzione organizzata, la distribuzione dei prodotti agli enti beneficiari, il trasporto dei prodotti alimentari tra le organizzazioni locali in relazione alle esigenze emergenti.



La Rete Banco Alimentare recupera i prodotti alimentari attraverso quattro principali fonti di approvvigionamento (l'Unione Europea, l'industria alimentare, la Grande Distribuzione Organizzata, la ristorazione collettiva) e supporta gratuitamente strutture caritative distribuite su tutto il territorio nazionale che assistono persone in condizione di povertà alimentare.

Il contributo di Intesa Sanpaolo sostiene, a livello nazionale, le spese per lo svolgimento e l'ottimizzazione dei processi di recupero di alimenti dai singoli canali della filiera agroalimentare, di stoccaggio e gestione delle derrate alimentari presso i magazzini della rete Banco Alimentare e di distribuzione alle strutture caritative.

Valutazione di impatto del contributo nel 2014

Il contributo	€ 160.000 di contributo monetario
I risultati	<p>8.669 strutture caritative beneficiarie, convenzionate con la rete del Banco Alimentare e distribuite su tutto il territorio nazionale, ripartite come di seguito:</p> <ul style="list-style-type: none"> 9% Mense per i poveri 76% Distribuzione pacchi alimentari a persone/famiglie indigenti 15% Centri/comunità residenziali per persone e famiglie in difficoltà
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari?</p> <p>8.669 strutture caritative ricevono gratuitamente gli alimenti migliorando la qualità dei servizi offerti. Circa 1,9 milioni di persone in stato di indigenza hanno ricevuto tramite le strutture convenzionate aiuti alimentari e hanno così sperimentato un miglioramento del proprio benessere e sicurezza alimentare.</p> <p>Nel 2014 sono state raccolte e donate 55.888 tonnellate di cibo per un controvalore economico totale stimato di 146,6 milioni di euro.</p> <p>Cosa cambia per l'ente beneficiario?</p> <p>Banco Alimentare ha potuto beneficiare di un supporto ai propri sistemi di gestione logistica.</p> <p>Cosa cambia per l'ambiente?</p> <p>Il recupero degli alimenti (29.448 tonnellate di eccedenze) impedisce che questi divengano rifiuti permettendo un risparmio in risorse energetiche e un abbattimento delle emissioni² nell'atmosfera pari a oltre 66.900 tonnellate di CO₂.</p>

PIAZZA DEI MESTIERI

La Piazza dei Mestieri è nata a Torino nel 2004 con la finalità di aiutare giovani adolescenti in situazioni di disagio sociale ed economico e a rischio di marginalizzazione.



L'attività della Piazza favorisce, a beneficio dei ragazzi, l'apprendimento di competenze e mestieri nei settori più apprezzati ed adatti alla realizzazione di attività professionali e imprenditoriali, come la ristorazione, la pasticceria, la panificazione, la produzione di birra e cioccolato, l'acconciatura e l'informatica, offrendo gratuitamente corsi di formazione strutturati volti al conseguimento di una qualifica professionale e attività correlate.

Intesa Sanpaolo sostiene l'attività della Piazza dei Mestieri dal 2010. In particolare, il contributo 2014 di Intesa Sanpaolo supporta vari aspetti dell'attività della Fondazione:

- il servizio mensa, il cui accesso da parte di tutti gli allievi iscritti è garantito attraverso l'erogazione di borse di studio assegnate attraverso il duplice criterio del reddito (la maggior parte delle famiglie dei ragazzi è al limite o al di sotto della soglia di povertà) e del merito (la mensa è gestita tramite l'apprendistato dei giovani che frequentano i corsi di cucina);
- le proposte di attività culturali (musica, teatro, mostre, incontri) e le proposte per il tempo libero;
- lo sviluppo della Piazza dei Mestieri a Catania;
- le azioni di accompagnamento per l'ingresso nel mondo del lavoro (stage, tirocini e coaching) sia durante il percorso educativo sia attraverso il Job center interno, che segue i ragazzi per i due anni successivi al conseguimento di una qualifica o di un diploma professionale.



Ai percorsi formativi strutturati si sono via via affiancate attività specifiche: dalla Casa dei Compiti, nata per aiutare i giovani in difficoltà nelle scuole torinesi, al sostegno all'integrazione delle diverse etnie, dai progetti di recupero legati a chi è stato coinvolto in atti di bullismo, all'inserimento di minori che hanno commesso reati con rilevanza penale.



Valutazione di impatto del contributo nel 2014³

Il contributo	€ 250.000 di contributo monetario
I risultati	<p>1.485 beneficiari 583 allievi iscritti a Torino, di cui 300 hanno ricevuto borse di studio 391 allievi iscritti a Catania Altri 511 ragazzi hanno partecipato a progetti specifici, di cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 230 ragazzi delle scuole medie e superiori hanno partecipato al dopo scuola Casa dei compiti - 30 ragazzi delle scuole medie e superiori hanno partecipato a progetti di recupero legati al coinvolgimento in atti di bullismo - 51 ragazzi delle medie a forte rischio di dispersione scolastica sono stati coinvolti in percorsi specifici a loro dedicati - 200 ragazzi nella condizione di NEET⁴ sono stati coinvolti in attività di orientamento, bilancio delle risorse ed esperienza lavorativa in azienda
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari? La totalità degli iscritti e dei partecipanti ai progetti specifici (1.485 giovani) hanno sperimentato un cambiamento in positivo del loro comportamento e atteggiamento. L'81% dei beneficiari, 1204 giovani (gli allievi iscritti nell'anno scolastico e gli allievi della Casa dei Compiti) hanno inoltre sviluppato nuove competenze e sperimentato un incremento della propria efficacia individuale. Di questi 300 hanno sperimentato un impatto positivo diretto nel proprio benessere avendo ricevuto anche borse di studio. 147 giovani hanno inoltre sperimentato un cambiamento positivo nella qualità della vita passando da una condizione di marginalità a quella di cittadini attivi e protagonisti della loro storia personale di cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 117 allievi qualificati (il 68% del totale degli allievi qualificati nel 2014) hanno proseguito la formazione, hanno trovato lavoro o sono entrati in tirocinio; - 30 giovani coinvolti in atti di bullismo o a forte rischio di dispersione scolastica sono rientrati con buon risultato nei normali percorsi dell'istruzione. <p>Cosa cambia per l'Ente beneficiario? Il contributo ha consentito alla Fondazione Piazza dei Mestieri di migliorare i servizi esistenti e di raggiungere nuovi utenti (in particolare con l'esportazione del modello Piazza dei Mestieri a Catania).</p> <p>Cosa cambia per la comunità? L'iniziativa permette di recuperare centinaia di giovani adolescenti in grave difficoltà che spesso, se abbandonati, rischiano di scivolare in forme di devianza, rappresentando un costo sociale ed economico per la comunità. Le iniziative portate avanti rappresentano un punto di riferimento per il territorio. I servizi sociali, le parrocchie, le scuole, le forze dell'ordine e i gruppi di volontariato considerano la Fondazione uno snodo essenziale del sistema di welfare del territorio.</p>

³ Per quanto concerne il numero di allievi si fa riferimento all'anno scolastico 2013-2014.

⁴ NEET è l'acronimo inglese di "Not (engaged) in Education, Employment or Training" utilizzato per indicare individui che non sono impegnati nel ricevere un'istruzione o una formazione, non hanno un impiego né lo cercano, e non sono impegnati in altre attività assimilabili.

Piazza dei Mestieri è stato inoltre partner di un'iniziativa di formazione della Banca che ha coinvolto i colleghi della Compliance Retail, l'esperienza "Cucina e Finanza".

Abbiamo intervistato la responsabile di Compliance Retail di Intesa Sanpaolo, Laura Piatti, su questa iniziativa.

Da quale esigenza specifica nasce il progetto e quali professionisti della Banca vi hanno partecipato?

L'esperienza si rivolgeva al gruppo della Compliance Retail: circa 40 persone, di formazione giuridica o economica, che hanno l'obiettivo di rendere compatibili e coerenti i risultati della Banca con la tutela e gli interessi dei suoi clienti privati, generando risultati sostenibili nel lungo periodo e rispettosi delle norme e delle regole di correttezza e trasparenza. Un lavoro che prevede lo stare fianco a fianco con i colleghi del business e che richiede di andare oltre la lettera delle norme cercandone la sostanza, lo spirito, e l'efficacia nel rispetto delle esigenze dei clienti, con cui la famiglia professionale non ha contatti diretti. L'obiettivo era di creare identità all'interno di una comunità come quella descritta, evitando possibili autoreferenzialità e inducendo invece la capacità di unire alla tecnica soluzioni di percorribilità, semplicità e concretezza.

La Piazza dei Mestieri si è presentata come un valido partner per questa iniziativa?

La Piazza dei Mestieri è un luogo in cui ci si sente parte di una comunità. Ci sono tecnica, formazione, concretezza, responsabilità. Non c'è una ferrea disciplina autoreferenziale, né la totale anarchia delle idee. Come fanno i ragazzi della Piazza, si lavora sulla bellezza. Tutto quanto viene ideato, prodotto, discusso, proposto è bello, nel senso che è buono, ben fatto, rispettoso di principi e di regole vissute e condivise, utile per qualcosa o, meglio, per qualcuno, efficiente, ricco di valore. Abbiamo messo insieme questi due mondi. Una Piazza che la Banca aiuta, e una Banca che viene aiutata dalla Piazza. Con la Formazione abbiamo realizzato una mezza giornata lavorando esattamente su questo scambio, ma su un piano specifico e distintivo.

Come si è svolta dunque in concreto la giornata?

I colleghi sono entrati nelle aule delle cucine della Piazza, con giovanissimi ragazzi già abili pasticceri che hanno insegnato a dottori in giurisprudenza e in economia a fare il pane, il pandoro, i pasticcini e così via. Un gioco divertente per il gruppo di Compliance, in quella occasione costretto a imparare da zero una nuova arte.

E poi all'opposto i giovani della Piazza sono arrivati in aule condotte da bancari, questa volta senza codici civili, documenti e prospetti, che hanno dovuto spiegare in modo semplice come si apre un conto corrente, a cosa si deve guardare per "non farsi confondere" dalle tante righe che compongono un foglio informativo, quali sono le accortezze che il possessore di una carta di credito deve conoscere e ricordare. In conclusione, cena collettiva con quanto era stato cucinato e qualche scambio di email.



L'esperienza si è rivelata efficace?

I colleghi coinvolti sono rimasti entusiasti aggiudicando all'evento un voto altissimo di gradimento, all'unisono. L'organizzazione è stata semplice e a basso impatto in termini di costi. La nostra Formazione ha considerato il format efficace e da riproporre.

Iniziative commerciali con beneficio per la comunità

Le iniziative commerciali del Gruppo che hanno un risvolto sulla comunità ammontano nel 2014 a circa 25,5 milioni di euro (-12,7% rispetto al 2013) e corrispondono al 46,2% del contributo monetario complessivo.

Nell'ambito di queste iniziative gli interventi del Gruppo sono stati principalmente finalizzati, in linea con gli scorsi anni, al perseguimento dei seguenti obiettivi:

- salvaguardare e valorizzare il patrimonio culturale del Paese, promuovere e condividere con il pubblico il patrimonio artistico del Gruppo, sostenere le principali iniziative culturali e musicali, rendendole accessibili ad un pubblico vasto e differenziato;
- favorire le opportunità di formazione per i giovani;
- sostenere la ricerca per favorire nuove opportunità di sviluppo economico e sociale attraverso collaborazioni con primarie fondazioni ed istituti di ricerca;
- promuovere la sostenibilità come valore per le imprese e fattore di fiducia per il cliente attraverso la partecipazione ad iniziative nell'ambito dell'etica e della responsabilità d'impresa;
- diffondere i valori dello sport, soprattutto fra i giovani a sottolineare l'adesione ai valori universali che esso rappresenta come la dedizione e l'impegno per il superamento dei propri limiti.

Le iniziative commerciali sono disciplinate da apposite **Regole per le attività di comunicazione** del Gruppo Intesa Sanpaolo

Le regole, attive per tutto il Gruppo, stabiliscono le finalità delle sponsorizzazioni, la necessaria coerenza con i valori (etici, culturali e sociali) del Gruppo e gli elementi da valutare in fase di esame al fine di massimizzarne l'efficacia valutando la sostenibilità economica dell'iniziativa.

Vengono inoltre **esclusi dai possibili beneficiari** di iniziative di sponsorizzazione alcuni soggetti, ad esempio: i singoli/privati; i partiti, i movimenti politici e loro organizzazioni organizzative; le organizzazioni sindacali e di patronato; i club di servizio; associazioni e gruppi ricreativi, scuole salvo specifiche iniziative con particolare rilievo sociale, culturale e scientifico; giochi di azzardo e mostre di armi; manifestazioni sportive con connotati pericolosi, violente o venatorie.

Anche nel caso delle iniziative commerciali con risvolto sulla comunità presentiamo alcuni progetti con la relativa valutazione dei risultati e dell'impatto.

CULTURA FINANZIARIA A SCUOLA: PER PREPARARSI A SCEGLIERE

Sviluppato insieme all'Osservatorio Permanente Giovani Editori nell'ambito dell'iniziativa *Il Quotidiano in Classe*, attraverso la lettura di più quotidiani a confronto, il progetto *Cultura Finanziaria a scuola: per prepararsi a scegliere* intende favorire la diffusione della cultura economico-finanziaria tra i giovani, fornire supporti di conoscenza utili per operare scelte consapevoli per il proprio futuro e favorire la formazione di cittadini responsabili. L'iniziativa, giunta alla 7ª edizione, prevede un percorso di educazione finanziaria dedicato ai giovani delle scuole di secondo grado. Gli insegnanti e le classi che aderiscono all'iniziativa inseriscono nel percorso didattico l'approfondimento delle tematiche alla base dell'economia, della finanza e delle regole che sovrintendono le attività finanziarie e bancarie. Il lavoro educativo trae spunto da temi di attualità e consente di approfondire i diversi argomenti riportandoli alla realtà quotidiana dei ragazzi. Il progetto si avvale di una serie di strumenti e supporti per fornire ai docenti spunti utili per lo svolgimento dell'attività didattica in classe. Gli insegnanti si impegnano a dedicare all'educazione economico-finanziaria almeno 10 ore nel corso dell'anno nell'ambito del Piano Offerta Formativa Ministeriale. A maggio del 2014 il progetto si è evoluto in *Young Factor* iniziativa con un focus sui temi economico finanziari sancita da un protocollo formale d'intesa firmato a Milano da Intesa Sanpaolo, Unicredit e Monte Paschi di Siena.

L'obiettivo dell'iniziativa è di accrescere la conoscenza delle nuove generazioni sulle tematiche economico-finanziarie, percepite come molto complesse, affinché sviluppino maggiore consapevolezza e siano in grado di affrontare meglio le scelte per il proprio futuro.



Valutazione di impatto del contributo nel 2014⁵

Il contributo	425.500 euro sponsorizzazione
I risultati	317.278 studenti e 5.362 docenti coinvolti nell'iniziativa 1.286 scuole beneficiarie
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari? 317.278 studenti hanno sperimentato una maggiore conoscenza delle tematiche economico finanziarie. Il 70% dei ragazzi coinvolti nel progetto lo ritiene interessante; il 63% ritiene che questa iniziativa abbia permesso di avvicinarsi alle tematiche economico-finanziarie e comprenderle meglio. 5.362 docenti hanno dedicato del tempo e approfondito nuove tematiche con un approccio integrato ed organico.</p> <p>Cosa cambia per il business? Il progetto si inserisce nell'ambito delle iniziative che la Banca promuove per accrescere la conoscenza diffusa delle tematiche economico-finanziarie, favorire la relazione banca-cliente e banca-comunità, e migliorare il rapporto fiduciario basato sulla reciproca comprensione.</p> <p>Cosa cambia per le organizzazioni coinvolte? Sono migliorati i servizi educativi per le 1.286 scuole coinvolte.</p>

⁵ I dati si riferiscono all'anno scolastico 2013/2014.

I LUOGHI DEL CUORE - FAI

Intesa Sanpaolo è promotore e Partner unico del progetto I Luoghi del Cuore al fianco del FAI - Fondo Ambiente Italiano, dal 2004. Il progetto si concretizza in un censimento a cadenza biennale su segnalazioni da parte dei cittadini di luoghi storici, artistici e naturalistici, a cui le persone sono legate e che vorrebbero conservare per le generazioni future.

Nell'ambito del progetto la banca ha un ruolo attivo sia quale canale di promozione e raccolta delle segnalazioni, attraverso la rete delle filiali del Gruppo, sia nell'individuazione con il FAI dei beni/luoghi su cui avviare interventi di tutela o recupero.



MONTEROSSO © archivio FAI - MUJUNO © Marco Mazzeoni

Il FAI trasmette a Sovrintendenze e Istituzioni locali l'elenco dei luoghi segnalati per proporre e sollecitare interventi mirati. Con il suo prezioso patrimonio di dati e informazioni, il censimento ha permesso di realizzare una estesa e capillare mappatura di beni storico-artistici e paesaggistici italiani da tutelare e valorizzare, anche di beni minori, di grande valore storico, che rappresentano l'espressione di una identità culturale che merita di essere salvaguardata. Nel 2014 è stato lanciato il Settimo Censimento e per sottolineare l'impegno della Banca nell'ambito di Expo, è stata creata una sezione speciale dedicata a tutti i luoghi legati al paesaggio agricolo e alla produzione alimentare, quali uliveti, castagneti, limonaie, ma anche luoghi di trasformazione come mulini, caseifici storici, malghe, ecc.

L'obiettivo dell'iniziativa è accrescere la cultura del rispetto del patrimonio d'arte e natura e contribuire alla valorizzazione delle bellezze e delle unicità del nostro Paese, coinvolgendo i singoli cittadini e consentendo loro di svolgere un'azione in difesa e tutela dei luoghi amati.

Valutazione di impatto del contributo nel 2014

Il contributo	685.200 euro di contributo (sponsorizzazione e investimento nella comunità)
I risultati	Nei 10 anni di progetto sono stati interessati 45 luoghi : 16 sono quelli "salvati", 29 sono gli interventi in corso.
L'impatto	<p>Cosa cambia per il Paese e la comunità?</p> <p>Valorizzazione dei luoghi segnalati</p> <p>Censimento di un "patrimonio minore" che si annida fra le migliaia di piccole realtà del nostro Paese e che rappresenta un fattore fondamentale e costitutivo dell'identità italiana. Si tratta di un patrimonio comune, da riscoprire, da difendere e da valorizzare perché costituisce una risorsa culturale e turistica del nostro territorio</p> <p>Rafforzamento della capacità di aggregazione e mobilitazione della collettività ta sostegno del bene comune e del patrimonio culturale, testimoniato anche dall'aumento del numero di segnalazioni (oltre 1,6 milioni nel 2014, +66% rispetto al precedente censimento)</p> <p>Cosa cambia per il business?</p> <p>Il progetto e la collaborazione con il FAI hanno contribuito al rafforzamento della reputazione del marchio, come azienda sensibile e attiva nella diffusione della conoscenza e del rispetto del patrimonio d'arte e di natura italiano.</p>

IL VIVAIO DEL PARCO DI MONTE SAN GIORGIO

Il progetto è nato nel 2010 grazie alla collaborazione con la Provincia di Torino e il Comune di Piossasco consentendo il ripristino di un ettaro e mezzo di bosco all'interno dell'area protetta del Parco di Monte San Giorgio, che era stato fortemente danneggiato da un incendio, al fine di riattivarlo come area di produzione di piante forestali, centro didattico e punto di sviluppo di attività sociali per soggetti svantaggiati. Il contributo di Intesa Sanpaolo ha inoltre consentito il restauro di edifici del parco destinate alla comunità locale con finalità formative e di aggregazione.

L'attività vivaistica è capace di produrre circa 3.500 piante di specie autoctone ogni anno, una gran parte delle quali vengono consegnate a enti pubblici locali per parchi e giardini con particolare attenzione ad aree in sofferenza vegetazionale.

Le proposte di educazione ambientale per le scuole e per le famiglie includono l'attività con l'apiario, il percorso botanico interno al vivaio e altri laboratori specifici su temi naturalistici.

Il progetto Orto Sociale ha previsto la produzione di colture ortive in pieno campo ed essenze aromatiche, tramite il lavoro di un tecnico agrario, affiancato da soggetti svantaggiati, in collaborazione con le associazioni del territorio. I ragazzi coinvolti hanno potuto apprendere tecniche di orticoltura, sperimentarsi in attività che migliorassero la propria manualità e lavorare a stretto contatto con l'ambiente e la natura, godendo degli stimoli che essa stessa offre.



Valutazione di impatto del contributo nel periodo 2010-2014

Il contributo	€ 589.000 di contributo monetario
I risultati	<p>Gli edifici del parco sono stati ristrutturati e sono disponibili per finalità formative e altre attività aperte al pubblico.</p> <p>Il vivaio è attivo e produce circa 3.500 piante all'anno.</p> <p>5 enti pubblici locali e 3 Parchi hanno ricevuto gratuitamente le piante del vivaio da piantumare.</p> <p>74 classi di scuole elementari e medie hanno partecipato alle visite didattiche.</p> <p>Oltre alla didattica per le scolaresche, 320 cittadini hanno usufruito delle proposte di educazione ambientale.</p> <p>300 alberi del vivaio sono stati distribuiti gratuitamente a dipendenti Intesa Sanpaolo.</p>
L'impatto	<p>Cosa cambia per l'ambiente?</p> <p>L'attività del vivaio assume primaria importanza sia per l'obiettivo di promuovere la biodiversità, la conservazione e la riqualificazione del patrimonio naturale di un'area di particolare rilevanza naturalistica, sia per la mitigazione dell'impatto delle emissioni di carbonio sul clima.</p> <p>Le 11.000 piante prodotte nel vivaio fino al 2014, al momento ancora giovani, nel prossimo decennio assorbiranno oltre 110 tonnellate di anidride carbonica all'anno.</p> <p>Cosa cambia per i beneficiari?</p> <p>I partecipanti alle visite didattiche (scolaresche e cittadini) hanno migliorato la propria consapevolezza e conoscenza sui temi della protezione ambientale.</p> <p>Cosa cambia per l'ente beneficiario?</p> <p>Grazie al progetto del Vivaio il Parco è stato in grado di migliorare i propri servizi, sia ambientali sia verso la collettività, di accogliere un maggior numero di visitatori e ha migliorato il proprio profilo.</p>

Arte e Cultura

Intesa Sanpaolo, assecondando una lunga e consolidata tradizione, è attivamente impegnata nel campo dell'arte e della cultura, nella radicata consapevolezza che il ruolo di un'impresa bancaria di rilevanza nazionale sia quello di concorrere non solo alla crescita economica, ma anche, e inscindibilmente, a quella culturale e civile del Paese.



Tale impegno si è tradotto nell'elaborazione di **Progetto Cultura**, "contenitore strategico" delle attività culturali di Intesa Sanpaolo. In questo piano, rinnovato di triennio in triennio, una pluralità di interventi – temporanei e permanenti – trovano spazio e pianificazione certa, secondo precise linee programmatiche. I valori che ispirano il Progetto sono la tutela, valorizzazione, pubblica fruizione e diffusione della conoscenza dei beni artistici e culturali che costituiscono l'incomparabile ricchezza d'Italia.

Una delle direttrici lungo le quali si sviluppa il piano è la valorizzazione del cospicuo e prestigioso patrimonio storico, artistico, architettonico e archivistico del Gruppo, con l'intento di dividerlo con la collettività. Di qui la creazione di una rete di poli museali e culturali – le Gallerie di Piazza Scala a Milano, le Gallerie di Palazzo Leoni Montanari di Vicenza e le Gallerie di Palazzo Zevallos Stigliano di Napoli – luoghi di fruizione dell'arte e di produzione della cultura, riuniti sotto il nome di **Gallerie d'Italia** dove sono esposte su 12.000 mq 1.000 opere d'arte selezionate tra le 10.000 di proprietà.

Altra importante linea guida di Progetto Cultura è il contributo alla salvaguardia del patrimonio culturale del Paese. Questo impegno si concretizza attraverso la continuità garantita all'iniziativa, avviata nel 1989, denominata **Restituzioni**: un collaudato programma di restauri dei beni artistici e monumentali italiani promosso, sostenuto e curato da Intesa Sanpaolo in collaborazione con gli organismi pubblici competenti e le Soprintendenze. Il progetto, ormai ventennale, ha raggiunto oggi dimensioni e importanza nazionali, e ha permesso il recupero e la restituzione alla godibilità pubblica di circa 1.000 opere d'arte.

L'**Archivio Storico** del Gruppo Intesa Sanpaolo rappresenta la memoria storica dell'azienda e un bene culturale collettivo di grande valore. Conserva un patrimonio documentario e iconografico unico, essenziale per esplorare la storia del sistema bancario italiano dell'Ottocento e del Novecento. Dal 1984, anno in cui la struttura nacque come Archivio storico della Banca Commerciale Italiana, tutela le fonti documentarie ereditate dagli istituti confluiti nel Gruppo e ne garantisce la pubblica fruizione, potenziando l'accesso, anche digitale, alla documentazione.

Altrettanto significativi sono gli **interventi** in ambito **editoriale e musicale**, promossi e realizzati sulla scorta degli obiettivi di orientamento alla diffusione della conoscenza, alla valorizzazione del patrimonio librario, alla conservazione del patrimonio artistico del Paese, alla formazione dei giovani e alla pubblica fruizione.





All'interno delle numerose iniziative del Progetto Cultura, vengono presentati due progetti con relativa valutazione di impatto.

PROPOSTA DIDATTICA DELLE GALLERIE D'ITALIA RIVOLTA ALLE SCUOLE

Le Gallerie di Italia propongono alle scuole una vasta offerta didattica, articolata in percorsi e laboratori, con il fine di avvicinare l'arte ai giovani e promuovere la frequentazione di luoghi di grande bellezza e pregio. I percorsi sono progettati tenendo conto sia dei programmi scolastici ministeriali sia delle varie fasce di età, adattando linguaggi e strumenti alle diverse tipologie di pubblico, dalla scuola dell'infanzia fino alle superiori. Partner del progetto è Civita, associazione che opera nel settore dei beni culturali e che mette a disposizione l'esperienza dei propri operatori museali.

Valutazione di impatto del contributo nel 2014

Il contributo	€ 115.000 spese di gestione
I risultati	<p>43.300 beneficiari 40.400 allievi di 400 scuole hanno partecipato alle attività didattiche accompagnati da 2.900 insegnanti</p> <p>Fondi aggiuntivi versati da Civita come remunerazione degli operatori museali</p>
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari? Molti bambini e ragazzi hanno cambiato percezione nei confronti dei musei ed atteggiamento verso l'apprendimento delle materie legate alla visita guidata effettuata. Molti studenti hanno migliorato la conoscenza dei temi trattati e hanno registrato un incremento dei risultati scolastici nella materia in oggetto. Risulta aumentata l'efficacia dell'attività didattica in aula da parte dei 2.900 insegnanti coinvolti nel progetto.</p> <p>Cosa cambia per il business? La banca gode di notevoli ritorni positivi in termini di immagine presso la comunità.</p> <p>Cosa cambia per l'organizzazione partner? Il gestore dei servizi museali ha sperimentato una elevata innovazione nei percorsi offerti e una specializzazione di alcune figure professionali. Ha inoltre potuto diffondere e replicare anche in altre istituzioni museali il modello di lavoro e i percorsi per le scuole.</p> <p>Cosa cambia per l'ambiente? Sensibilizzazione di parte degli allievi nell'ambito di percorsi dedicati all'ambiente, al paesaggio e al cambiamento urbano. I laboratori sono svolti all'insegna del basso impatto ambientale.</p>

DUE PASSI NEI MUSEI DI MILANO - PROGETTO DI ARTE TERAPIA PER L'ALZHEIMER

Il progetto di Arte Terapia è un percorso museale, vivo e pratico, specificamente studiato per utenti affetti da malattia di Alzheimer e per i loro *care giver* (familiari e badanti). Collaudato presso la sede museale di Gallerie d'Italia - Piazza Scala, Milano, e successivamente esteso al Museo Poldi Pezzoli e alla Pinacoteca di Brera, il progetto consente la fruizione di opere d'arte da parte dei soggetti coinvolti. Unitamente a ciò uno spazio è dedicato all'esperienza pratica attraverso i materiali artistici e secondo i fondamenti teorici dell'Arte Terapia a orientamento psicodinamico.

La Fondazione Manuli Onlus, partner del progetto, ha sviluppato una rete di sostegno gratuita ai malati di Alzheimer e nuovi modelli di intervento per la stimolazione e la socializzazione dei pazienti. Una particolare attenzione viene riservata ai *care giver*, gravati da un percorso di cura particolarmente impegnativo e duraturo nel tempo.

Ulteriore partner del progetto è Civita, associazione che opera nel settore dei beni culturali e che mette a disposizione del progetto l'esperienza dei propri operatori museali.

L'attività svolta si sposa con gli obiettivi di solidarietà sociale espressi dalle Gallerie d'Italia - Piazza Scala, nella volontà di rendere il museo uno spazio fruibile anche ad un pubblico di categorie deboli.

Il progetto ha l'obiettivo di migliorare la qualità di vita del malato, attraverso il sostegno della sua competenza espressiva ed emotiva, di migliorare la relazione fra il malato e il suo nucleo familiare e di combattere l'isolamento dei malati e dei loro familiari, riportandoli in luoghi storici vivi della città.





Valutazione di impatto del contributo nel 2014

Il contributo	€ 40.900 erogazione liberale e spese di gestione
I risultati	<p>35 pazienti di Alzheimer e 51 care giver hanno partecipato all'esperienza di arte-terapia</p> <p>Ulteriori enti beneficiari: il Museo Poldi Pezzoli e la Pinacoteca di Brera di Milano</p> <p>Fondi aggiuntivi versati da Civita come retribuzione degli operatori museali</p>
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari?</p> <p>35 pazienti di Alzheimer hanno registrato un miglioramento del proprio benessere. Tale risultato emerge da un'indagine condotta da un'équipe di ricerca dell'Università Cattolica di Milano relativa al progetto, che ha confermato che il percorso ha in generale fornito ai pazienti una varietà di stimoli che hanno sostenuto prestazioni afferenti alle capacità cognitive e a uno stato affettivo positivo.</p> <p>51 care giver hanno sperimentato un cambiamento in positivo del loro comportamento o atteggiamento.</p> <p>86 persone fra malati e <i>care giver</i> hanno registrato un miglioramento della propria capacità di relazione ed un riequilibrio dei ruoli all'interno della famiglia.</p> <p>Cosa cambia per l'ente beneficiario?</p> <p>Il progetto ha permesso alla Fondazione Manuli di migliorare il servizio offerto alle famiglie dei pazienti partecipanti.</p> <p>Le Gallerie si sono specializzate nell'accoglienza di malati di Alzheimer anche al di fuori del progetto specifico, ed aperte ad altre categorie deboli proponendo attività specifiche (ipovedenti, e non vedenti, anziani degenti in case di riposo, visitatori con disabilità cognitive e sensoriale e persone con disabilità mentale e fisica). Il progetto ha inoltre generato una maggiore sensibilità e consapevolezza verso i temi della diversità e del disagio sociale da parte degli operatori museali delle Gallerie d'Italia.</p> <p>Cosa cambia per la comunità?</p> <p>Il progetto nato dalle Gallerie d'Italia è diventato un modello di riferimento per altre realtà museali in Italia.</p>

Abbiamo intervistato Marco Ratti (Banca Prossima) sul gruppo di lavoro G8 sull'investimento a impatto sociale e la misurazione di impatto nel settore Arte e Cultura.

Il G8 ha istituito nel 2013 un gruppo di lavoro sull'investimento a impatto sociale a cui hai preso parte¹. Potresti innanzitutto spiegare che cosa si intende per investimento a impatto sociale?

L'investimento a impatto sociale è in generale un investimento dal quale ci si attende sia un rendimento finanziario, magari modesto e/o differito, sia un "rendimento" (un miglioramento, un impatto) sociale. In una definizione più restrittiva, l'impatto dev'essere consciamente ricercato dall'investitore, deve costituire la motivazione dell'investimento e deve essere valutato (che include il concetto di "misurato") almeno ex post. Il G8 è stato guidato lungo questa strada dalla presidenza inglese, che trovava la questione di grande importanza per il futuro del welfare – minacciato dalle diminuzioni di disponibilità degli Stati – e per un potenziale vantaggio per l'industria finanziaria britannica.

Il gruppo di lavoro G8 sull'investimento ad impatto sociale si è interessato anche al settore culturale. Questo significa che la cultura è riconosciuta come un bene comune da promuovere?

La cultura è in generale riconosciuta come un bene da promuovere, ma non nella stessa categoria del "sociale": sanità, istruzione, protezione sociale stanno in una categoria e la cultura in un'altra, tendenzialmente insieme a sport e ricreazione. Questo è abbastanza sfortunato per vari motivi. In primis non riconosce il potenziale educativo della cultura nel corso della vita delle persone – che la porrebbe al fianco dell'istruzione – che è il modo corretto di vedere l'investimento culturale. L'impatto economico e sociale ci vuole – per diversi comparti della cultura – ma la validità di una proposta culturale si gioca soprattutto sull'aspetto intrinseco.

Per quanto riguarda l'Italia, la cultura dell'investimento d'impatto è abbastanza diffusa?

Absolutamente no. In realtà c'è forse meno cultura dell'investimento d'impatto che investimento stesso. Per esempio, molti degli operatori che lo praticano, anche i più grandi, non hanno una chiara nozione né un'attività regolare di misura dell'impatto. Inoltre ci sono molte diverse definizioni di "impatto sociale", che sembra un termine intuitivo ma non lo è. In particolare: include o no l'impatto puramente economico? Quello occupazionale? Quello sul benessere della popolazione generale?

Quale può essere il ruolo di un'impresa bancaria nella promozione dell'arte e della cultura?

Il settore bancario e le fondazioni bancarie sono essenzialmente gli unici finanziatori di rilievo della cultura italiana al di fuori del settore pubblico: in particolare sono diventate indispensabili da quando il settore pubblico ha ridotto drasticamente gli investimenti in cultura proiettandoci all'ultimo posto, per distacco, nelle varie classifiche OCSE sulla spesa culturale. In Italia non c'è una tradizione di donazione da parte di persone abbienti alle istituzioni culturali, che sono in maggioranza pubbliche. Quelle private sono tipicamente non profit, ma spesso sostenute da amministrazioni pubbliche più che da individui o aziende.

In merito al tema di come allocare i fondi razionalmente fra i due livelli della diffusione e dell'eccellenza, in campo culturale, la prospettiva della valutazione di impatto ci può aiutare?

Domanda tecnica ma estremamente interessante. È meglio ricercare un impatto culturale di base, spalmando su una grande parte della popolazione, o ricercare un'eccellenza assoluta anche se per pochi? O detto altrimenti, è meglio finanziare un buon programma di acculturazione in TV o nelle scuole oppure la Scala? Non credo che questa sia una scelta risolvibile con una misura tecnica di impatto. Le misure disponibili non ci danno, se non addizionate con un forte contenuto valoriale (o ideologico), una chiara scelta: è una questione di preferenze. Credo comunque che il settore pubblico debba pensare prima ai più svantaggiati. L'eccellenza – tolta quella che definisce l'identità nazionale o aiuta fortemente altri settori economici o sociali – può e deve essere perseguita meglio nel settore privato.

Sono stati sviluppati degli indicatori specifici per misurare gli effetti e l'impatto nel settore dell'arte e della cultura?

Sì. Ci sono innanzitutto gli indici generici di partecipazione, che contano il numero di beneficiari di ogni particolare attività. Poi indicatori di benessere di chi usufruisce della cultura o la produce: qui ci sono forti evidenze che le terapie basate su attività culturali possono essere di grande aiuto nei confronti di persone con handicap di vario genere. Anche paragoni di efficacia tra attività culturali che sono ampiamente disponibili e quelle che sono accessibili solo da un pubblico limitato. Infine ci sono indicatori di efficacia di istituzioni particolari, quali le biblioteche.

1 Il G8 ha creato una struttura che comprendeva un gruppo globale, guidato da Sir Ronald Cohen, e otto gruppi nazionali (Australia, Canada, Francia, Germania, Giappone, Italia, Regno Unito, USA). Ciascuno di questi nove gruppi lavorava in sottogruppi, tra cui quello sulla misura d'impatto, di cui Marco Ratti è stato *rapporteur*.

IL MUSEO DEL RISPARMIO



Il Museo del Risparmio è stato aperto a Torino nel maggio 2012 su iniziativa di Intesa Sanpaolo, con la finalità di creare un luogo innovativo e divertente dedicato ai bambini, ai ragazzi e alle loro famiglie in cui sia possibile affrontare il tema dell'educazione finanziaria con un linguaggio semplice ma non banale.

Unico nel suo genere nel panorama nazionale ed europeo, il Museo si propone di aiutare le persone a migliorare la loro consapevolezza nella gestione delle risorse finanziarie attraverso l'utilizzo di una varietà di contenuti multimediali e giochi interattivi. Attraverso le cinque sale, i visitatori possono informarsi sulla storia dell'economia e della finanza dall'antichità ai giorni nostri, approfondire i principali strumenti e concetti finanziari, riflettere sulle interazioni tra l'economia, la letteratura e il cinema, e mettere alla prova la loro capacità di gestione del denaro con divertenti giochi interattivi.

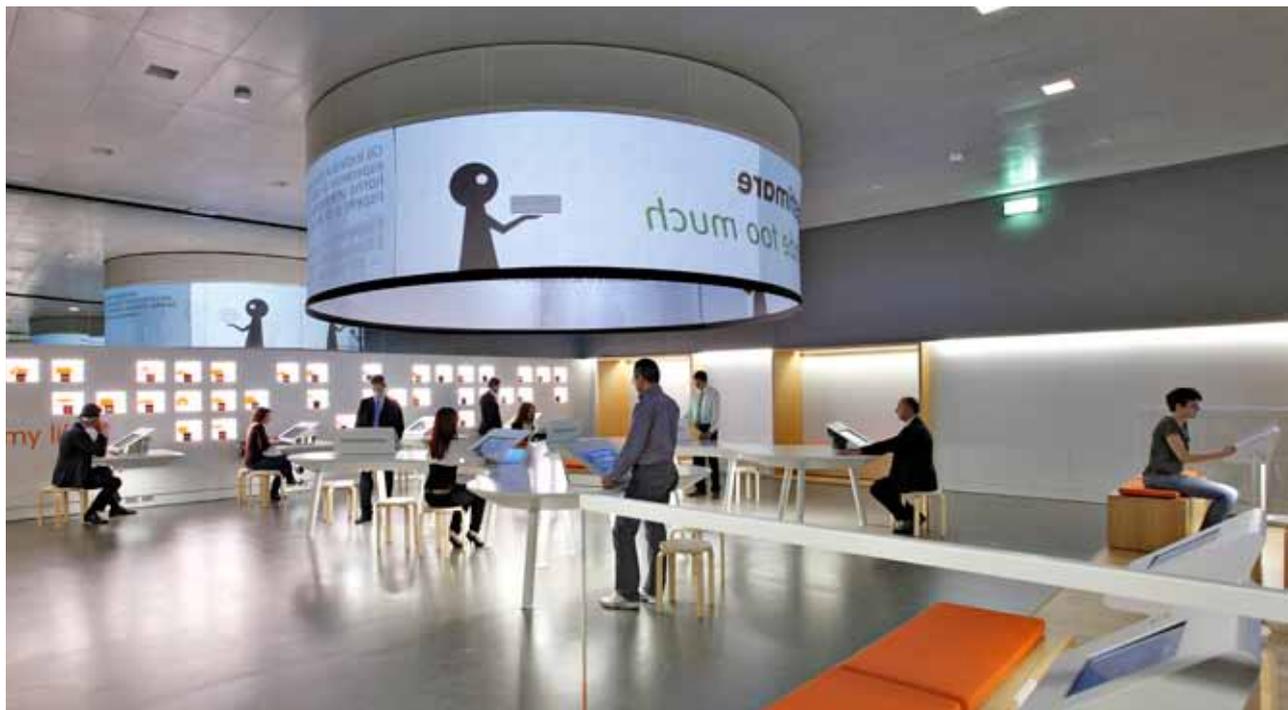
Le attività del Museo sono rivolte a un pubblico non specialista e trasversale (bambini, adolescenti, adulti). Particolare attenzione è riservata alle scuole primarie e secondarie, presso le quali il Museo si propone di valorizzare la diffusione della cultura finanziaria. Le attività proposte includono visite guidate di gruppo su percorsi tematici differenziati in base alle diverse esigenze di approfondimento degli studenti di ogni ordine e grado, e laboratori didattici per consentire ai ragazzi di apprendere in maniera interattiva e giocosa alcuni concetti basilari dell'economia e della finanza.

Il Museo del Risparmio, insieme ad iniziative simili, contribuisce in modo significativo a fronte di un gap da colmare. La maggioranza delle indagini condotte in materia di alfabetizzazione finanziaria rileva infatti che essa è carente e l'Italia appare particolarmente arretrata in materia. La classifica fornita dal World Competitiveness Index della Business School IMD nel 2013 classifica infatti il nostro Paese al 49° posto su 60 in termini di 'Financial Skills'. Particolarmente preoccupante la situazione degli adolescenti italiani, che secondo l'autorevole indagine OCSE-PISA 2012 sulle competenze finanziarie dei giovani, mostrano un'alfabetizzazione finanziaria inferiore a quella dei coetanei dei paesi OCSE partecipanti.

Nell'anno 2014, oltre 10.000 persone sono state raggiunte direttamente dalle iniziative del Museo, attraverso le visite in loco o l'adesione ad eventi divulgativi/formativi svolti extra sede. Di queste, circa 2.200 ragazzi delle scuole hanno visitato il Museo partecipando alle attività didattiche offerte. Altri 2.000 ragazzi sono venuti a contatto con le iniziative del Museo attraverso eventi esterni in cui esso è stato coinvolto.



Il Museo è coinvolto costantemente nello sviluppo di nuovi contenuti e nella progettazione di iniziative didattiche e divulgative in materia di educazione finanziaria, anche in partnership a diverso titolo con enti nazionali e internazionali. Tra le collaborazioni in essere si possono menzionare quelle con l'International Federation of Finance Museums (IFFM), la City Money Gallery del British Museum, il Museo Interactivo de Economía di Città del Messico, la Banca Mondiale, la Banca d'Italia, Assogestioni, la Fondazione Rosselli, la Compagnia di Sanpaolo e la Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio. Sono stati inoltre delineati progetti di diffusione dell'educazione finanziaria con l'Università di Torino e il CeRP.



Valutazione del contributo nel 2014

Il contributo	€ 277.000 spese di gestione
I risultati	<p>Oltre 10.000 beneficiari delle iniziative del Museo nel 2014, di cui 2.200 ragazzi delle scuole che hanno partecipato alle attività didattiche</p> <p>Numerose collaborazioni in essere</p> <p>Leverage network di 10 volontari ex-dipendenti del Gruppo Intesa Sanpaolo che si occupano delle visite guidate</p>
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari?</p> <p>I beneficiari (con una particolare attenzione ai giovani) hanno la possibilità di approfondire le loro competenze economico-finanziarie, aumentando la loro consapevolezza nella gestione del risparmio e degli investimenti. Il gradimento registrato presso i visitatori è in larga parte molto elevato.</p> <p>Per valutare l'efficacia del Museo nel trasmettere i contenuti è stato predisposto un questionario elettronico che valuta le conoscenze economico-finanziarie di base prima e dopo la visita/attività proposta. Non è ancora stato fatto uso dei dati così raccolti, ma in futuro il database potrà essere utilizzato a scopi di ricerca e monitoraggio. Sono invece in corso di realizzazione un paio di progetti sperimentali per valutare l'efficacia dei laboratori didattici per bambini e ragazzi.</p> <p>Cosa cambia per il business?</p> <p>Migliorare la consapevolezza dei cittadini nella gestione delle loro risorse finanziarie rappresenta un vantaggio per la Banca, sia reputazionale sia perché permette di sviluppare un'interazione più efficace e proporre un ventaglio più articolato di servizi finanziari e assicurativi. Il valore della consulenza, infatti, aumenta in presenza di una maggiore consapevolezza dei clienti.</p> <p>La creazione del Museo del Risparmio e lo sviluppo di progettualità condivise con enti e istituzioni a livello nazionale e internazionale ha permesso al Gruppo Intesa Sanpaolo di accreditarsi tra i player privati più attivi nell'ambito dell'educazione finanziaria.</p>

Il volontariato aziendale

Per quanto concerne il volontariato aziendale sono particolarmente attive alcune Banche Estere del Gruppo, dove i dipendenti partecipano direttamente come volontari, al fianco e a supporto di organizzazioni del mondo non profit, in progetti e iniziative a favore della comunità.

Nel corso del 2014, un totale di 1.223 dipendenti delle Banche Estere hanno fornito un contributo alla comunità tramite 6.542 ore di volontariato (in orario di lavoro o fuori dall'orario di lavoro con compenso da parte della Banca). Presentiamo di seguito due iniziative di volontariato aziendale con la relativa valutazione dei risultati e dell'impatto, rispettivamente del Gruppo CIB, in Ungheria, e di Banca Intesa Beograd, in Serbia.

RACCOLTA ALIMENTARE PER LA POPOLAZIONE UNGHERESE IN STATO DI INDIGENZA

Il Gruppo CIB è partner strategico dell'Associazione Ungherese Banco Alimentare dal 2011 e ogni anno contribuisce all'iniziativa nazionale National Food Collection Weekend, il più vasto programma nazionale di raccolta e distribuzione agli indigenti di prodotti alimentari. Nel 2014 circa 3.500 volontari, fra cui 400 dipendenti, hanno contribuito alla raccolta dei prodotti alimentari presso i supermercati e alla loro distribuzione in 256 località con l'intervento di 220 organizzazioni del settore civile.



Valutazione del contributo nel 2014

Il contributo	<p>€ 48.600 contributo totale di cui:</p> <p>€ 20.424 contributo in termini di tempo da parte di volontari dipendenti</p> <p>€ 28.175 spese di gestione</p>
I risultati	<p>30.000 famiglie in stato di indigenza hanno beneficiato della distribuzione di alimenti</p> <p>220 organizzazioni locali del settore civile, distribuite su tutto il territorio nazionale, sono state coinvolte nella distribuzione</p> <p>400 dipendenti coinvolti come volontari</p>
L'impatto	<p>Cosa cambia per i beneficiari?</p> <p>30.000 famiglie in stato di indigenza hanno ricevuto prodotti alimentari non deperibili prima del Natale, sperimentando così un miglioramento del proprio benessere in un periodo dell'anno particolarmente importante anche psicologicamente.</p> <p>Cosa cambia per gli enti beneficiari?</p> <p>L'Associazione Ungherese Banco Alimentare ha migliorato i servizi resi aumentando la quantità di cibo raccolto. Nel 2014 sono state raccolte 195 tonnellate di cibo (+40% rispetto al 2013).</p> <p>220 organizzazioni locali del settore civile ricevono gratuitamente i prodotti alimentari liberando risorse a favore dell'implementazione della propria missione, migliorando la qualità dei servizi offerti.</p> <p>Cosa cambia per i dipendenti volontari?</p> <p>400 dipendenti hanno sperimentato un cambiamento in positivo nel proprio atteggiamento e comportamento.</p> <p>Di questi, 250 dipendenti che lavorano in filiale a contatto con la clientela, hanno migliorato le proprie competenze di comunicazione e relazione partecipando all'iniziativa e facendosi promotori della causa presso i clienti.</p> <p>Cosa cambia per il business?</p> <p>L'impatto positivo sul business in termini di immagine è stato apprezzabile essendo il Gruppo CIB il principale partner dell'iniziativa e grazie alla consistente operazione di comunicazione dell'iniziativa presso la comunità e la clientela.</p>

INTESA FROM THE HEART

Intesa from the Heart è un programma di volontariato aziendale lanciato da Banca Intesa Beograd nel 2013 per istituzionalizzare il volontariato dei dipendenti e riportare le diverse iniziative sotto un unico programma. Avviato nel 2013 con una campagna di volontariato per la protezione e la manutenzione della riserva naturale di Carska Bara, cui hanno partecipato 40 dirigenti della Banca, attualmente il programma comprende tre progetti con cadenza annuale:

- *Wrap a Gift and Make a Child Smile* con il quale i dipendenti preparano e offrono regali per l'Anno Nuovo a bambini privi di cura parentale;
- *Our Belgrade*, un progetto di volontariato sociale e ambientale;
- un progetto di supporto ad anziani bisognosi e residenti in case di riposo.

Intesa from the Heart ha la finalità di rafforzare i valori del volontariato aziendale e di motivare i dipendenti a donare il proprio tempo, le proprie capacità e conoscenze al servizio della comunità, con una attenzione particolare ai bambini e agli anziani.

Nel 2013 Banca Intesa Beograd ha ricevuto il premio *Virtus* per le attività legate al programma di volontariato aziendale *Intesa from the Heart*. Il riconoscimento è stato conferito dalla ONG Trag Foundation, con il supporto finanziario della Comunità Europea, della Balkan Trust for Democracy e dell'Unità per l'inclusione sociale e la riduzione della povertà del Governo Serbo.





Valutazione di impatto del contributo nel 2013 e 2014

Il contributo

€ **49.800** di contributo totale di cui:
 € **25.600** di contributo monetario
 € **24.200** contributo in termini di tempo

I risultati

4.800 beneficiari totali di cui 4.200 bambini privi di cura parentale e con disabilità mentali
 149 dipendenti coinvolti come volontari in orario di lavoro

Leverage

4.362 dipendenti volontari coinvolti fuori dall'orario di lavoro

€ 20.300 di contributo aggiuntivo (regali per l'Anno Nuovo donati ai bambini dai dipendenti)

Premio Virtus nella categoria volontariato

L'impatto

Cosa cambia per i beneficiari?

Wrap a Gift and Make a Child Smile - **4.200 bambini** hanno sperimentato un – pur temporaneo – aumento del benessere avendo avuto l'opportunità di sentirsi accuditi e di sentire lo spirito festivo e natalizio.

Our Belgrade - nel 2013 un totale di **145 bambini privi di cura parentale e con disabilità mentale** hanno passato del tempo con i volontari allo zoo di Belgrado e sono stati coinvolti in attività sportive. Un'altra squadra di volontari ha svolto un'attività di pulizia del parco di Kalemegdan; nel 2014, un totale di **205 persone** ha beneficiato dell'intervento dei volontari della banca nelle attività di ricostruzione di un'abitazione distrutta dalle alluvioni e di decorazione di una scuola materna.

Supporto agli anziani - **250 anziani** socialmente svantaggiati e residenti in case di riposo **hanno ricevuto pacchi** contenenti articoli casalinghi, prodotti per l'igiene e prodotti alimentari.

Cosa cambia per l'ambiente?

Carska Bara - I volontari hanno svolto attività di protezione e opere di manutenzione nella riserva naturale di Carska Bara contribuendo alla tutela di un'area di speciale valore ambientale e promuovendo presso la comunità i valori della responsabilità ambientale.



