



Stakeholder engagement 2016
e obiettivi di miglioramento 2017

LEGENDA

[i] Link a siti internet

Indice

1. LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO	3
2. LA MATRICE DEI TEMI “MATERIAL”	4
3. LE INIZIATIVE DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT REALIZZATE NEL 2016	5
3.1 TUTELA DELLA SOLIDITÀ E REDDITIVITÀ DEL GRUPPO	7
3.2 GESTIONE DEI RISCHI D’IMPRESA	8
3.3 INTEGRITÀ E RIGORE NELLA CONDOTTA AZIENDALE	10
3.4 SVILUPPO, GESTIONE E VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE	11
3.5 OFFERTA DI UN SERVIZIO DI VALORE ALLA CLIENTELA	13
3.6 ACCESSO AL CREDITO E GESTIONE DEI RISPARMI	15
3.7 CLIMATE CHANGE	17
3.8 GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	19
3.9 RELAZIONE CON LA COMUNITÀ	20
4. I FORUM MULTI-STAKEHOLDER	21

L'attenzione di Intesa Sanpaolo alla qualità delle relazioni con gli stakeholder interni ed esterni, anche al fine di comprenderne i differenti punti di vista e bisogni e adeguare il proprio modello di servizio, trova espressione dal 2007 in specifiche iniziative di engagement, la cui attuazione segue le prassi definite dallo standard di riferimento (AA1000SES Stakeholder Engagement Standard - versione 2015) e utilizza strumenti operativi indispensabili per il buon esito delle varie fasi del processo, quali la mappatura degli stakeholder e la selezione della modalità di coinvolgimento.

In questa prospettiva, anche nel 2016 è stato realizzato un percorso strutturato di coinvolgimento degli stakeholder della Banca, per raccogliere le istanze considerate prioritarie, la percezione e il livello di soddisfazione rispetto all'operato della Banca. Il Servizio Corporate Social Responsibility (CSR) ha organizzato indagini, forum e focus group sui temi di responsabilità sociale e ambientale e collaborato a includere aspetti di sostenibilità nelle indagini realizzate da altre strutture aziendali che gestiscono in presa diretta le relazioni con specifiche categorie di stakeholder (come la Direzione Customer Experience, l'Ufficio Rapporti con le Associazioni dei Consumatori, il Servizio Investor Relations e la Direzione Relazioni Industriali).

Questa modalità di lavoro ha portato, negli anni, a considerare i temi di sostenibilità un ambito di rilevanza e coinvolgimento non inferiore a quelli caratteristici e istituzionalizzati, con l'obiettivo di una sempre più forte integrazione nelle strategie aziendali.

1 LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO

La mappa degli stakeholder (vedi figura 1) illustra in forma sintetica il quadro degli interlocutori di Intesa Sanpaolo che rappresentano interessi di vario tipo (economici, sociali, ambientali) e in generale della comunità, con i quali il Gruppo ha assunto precisi impegni che tengono conto delle esigenze ed aspettative, bilanciandole e integrandole nelle strategie aziendali.



Figura 1 - Mappa degli stakeholder di Intesa Sanpaolo

2 LA MATRICE DEI TEMI "MATERIAL"

La matrice di materialità presenta i temi rilevanti per Intesa Sanpaolo. La priorità assegnata è l'esito di un processo di valutazione presentato nel Rapporto di Sostenibilità 2016 [i] (vedi il capitolo "Analisi di materialità" pag. 21) che tiene in considerazione la rilevanza del tema rispetto alle strategie aziendali e la rappresentatività in termini di interessi e aspettative da parte degli stakeholder: questi due aspetti sono poi rappresentati nei due assi della Matrice di Materialità.

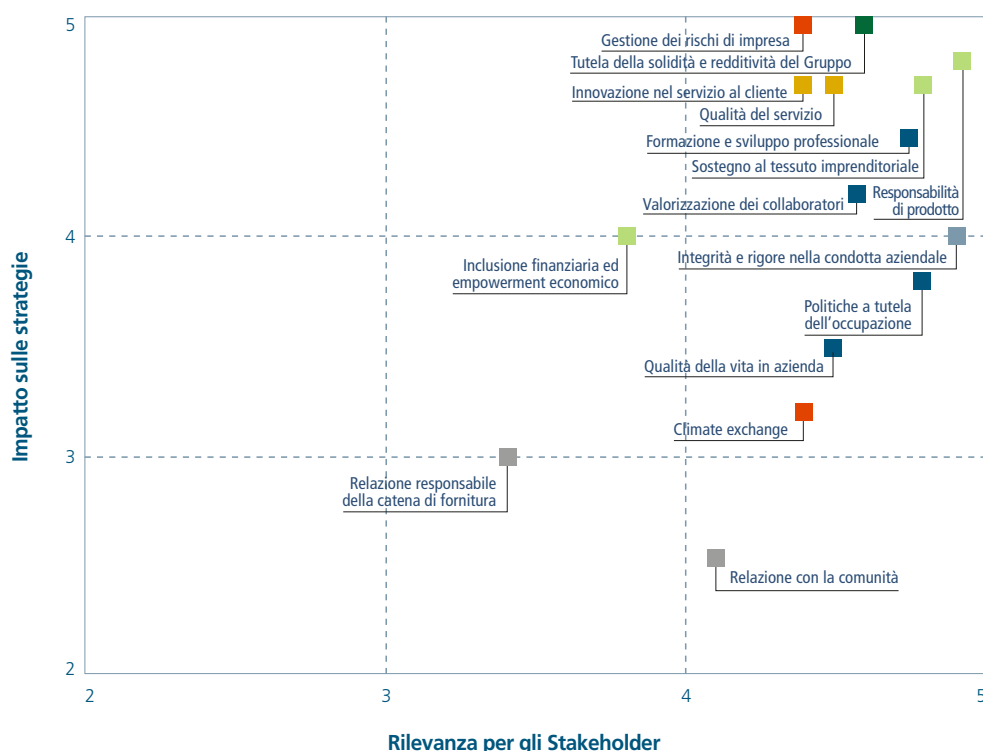


Figura 2 - Matrice di materialità 2016

Le aree considerate prioritarie per il 2016, delle quali il Rapporto di Sostenibilità fornisce un rendiconto dettagliato sulle modalità di gestione, i progetti e le azioni messe in atto, gli indicatori significativi e gli obiettivi, anche in relazione al Piano d'Impresa, sono:

- Tutela della solidità e redditività del Gruppo
- Gestione dei rischi di impresa
- Accesso al credito e gestione dei risparmi
- Integrità e rigore nella condotta aziendale
- Offerta di un servizio di valore alla clientela
- Sviluppo e gestione delle persone
- Climate change

Per quanto riguarda la relazione con i fornitori e con la comunità, pur non rientrando tra i temi "material", Intesa Sanpaolo ne riconosce l'alta valenza sociale e ambientale e pertanto ne fornisce un'informativa di dettaglio sul sito Internet (Fornitori [i] e Comunità [i]) e nei quaderni monotematici di approfondimento.

3 LE INIZIATIVE DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT REALIZZATE NEL 2016

Nella tabella che segue sono riportate le iniziative realizzate nel 2016.

COLLABORATORI

	Modalità di ascolto	Tematiche trattate
Collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> Indagine di clima che ha coinvolto le Aree professionali, i quadri direttivi italia, i dirigenti, Banche estere (tutte le categorie professionali) 1 focus group con i Direttori di Area. 	<ul style="list-style-type: none"> Reputazione del Gruppo, valore del Brand e percezione della Banca da parte del contesto esterno e della clientela; salute e sicurezza sul luogo di lavoro; vendita responsabile e trasparenza e chiarezza nella comunicazione con il cliente; qualità dei prodotti e servizi offerti, competenza e professionalità nella relazione tra clientela e Banca, innovazione e multicanalità integrata; valorizzazione dei collaboratori e Formazione e sviluppo professionale; qualità della vita in azienda: welfare e work-life balance; diversity management e inclusione; tematiche sull'implementazione dei principi e valori del Codice Etico da parte delle Banche estere.
Organizzazioni sindacali	<ul style="list-style-type: none"> 1 focus group. 	
Collaboratori della Divisione Banche estere	<ul style="list-style-type: none"> Web-focus sul Codice Etico di Intesa Sanpaolo. 	

CLIENTI

Clienti Imprese	<ul style="list-style-type: none"> Rilevazione del Net Promoter Score (NPS): coinvolti 50.000 clienti Imprese; rilevazione del benchmark imprese: 8.000 interviste telefoniche a Imprese operanti su tutto il territorio nazionale. 	<ul style="list-style-type: none"> Analisi delle principali tematiche di promozione e detrazione, della loro rilevanza e dell'impatto sull'NPS; rilevazione del posizionamento competitivo di Intesa Sanpaolo in termini di NPS e soddisfazione dei clienti Imprese nei diversi territori in cui opera la Banca; qualità e innovazione del servizio al cliente impresa.
Clienti Retail, Personal e Aziende Retail	<ul style="list-style-type: none"> Rilevazione Net Promoter Score (NPS): coinvolti 3,9 mln di clienti privati e aziende retail; rilevazioni di customer experience sui principali touchpoint (circa 20) utilizzati dalla clientela per relazionarsi con la Banca: coinvolti circa 2 mln di clienti retail, personal e aziende retail; rilevazioni di customer experience sul cliente interno che ha coinvolto quasi 40.000 colleghi; analisi dei bisogni mediante indagini che hanno coinvolto clienti e prospect della Banca; partecipazione a osservatori tematici; Mystery shopping in 480 filiali retail e personal e 475 sulla Filiale Online. 	<ul style="list-style-type: none"> Analisi delle principali tematiche di promozione e detrazione, della loro rilevanza e dell'impatto sull'NPS; rilevazioni per indagare il livello di experience vissuta dal cliente tramite tutti i canali di interazione con la Banca; valorizzazione dell'esperienza del cliente mediante l'analisi della sua percezione al fine di migliorare i prodotti e servizi forniti; qualità e innovazione del servizio al cliente: qualità dei prodotti, della relazione con la clientela e della digital experience; valorizzazione dell'esperienza del cliente mediante l'analisi della sua percezione in termini di utilità, semplicità ed efficienza dei prodotti e servizi; intercettazione di aree di bisogno non soddisfatte per i diversi segmenti di clientela; individuazione dei trend evolutivi nei comportamenti dei consumatori; rilevazioni sulle filiali fisiche e online, per valutare e migliorare la qualità del servizio offerto.

	Modalità di ascolto	Tematiche trattate
Clienti Terzo Settore	Indagine di Customer Satisfaction: <ul style="list-style-type: none"> • 8 Focus Group e 5 interviste; • 2.000 interviste telefoniche. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi della soddisfazione e dell'esperienza dei clienti appartenenti al Terzo Settore e individuazione dei driver alla base della soddisfazione stessa, in una logica di miglioramento del servizio offerto.
Clienti impresa, Start-up e PMI innovative	Due Forum Multistakeholder: <ul style="list-style-type: none"> • Direzione Lombardia di Banca dei Territori: 21 partecipanti; • Direzione Campania, Basilicata, Calabria e Puglia di Banca dei Territori: 26 partecipanti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adozione di sistemi di valutazione del merito creditizio con elementi di sostenibilità sociale ed ambientale; • sostegno al tessuto imprenditoriale, in particolare il rafforzamento della capacità competitiva delle imprese per favorire l'innovazione, il passaggio generazionale e la nascita di nuova imprenditorialità, la crescita dimensionale e l'internazionalizzazione, oltre alla creazione di network e forme di aggregazione d'impresa; • multicanalità integrata e Servizi innovativi per facilitare le imprese nella creazione di networking. Offerta di prodotti e servizi per incentivare business e soluzioni a basso impatto ambientale.
Grandi Imprese	<ul style="list-style-type: none"> • 2 rilevazioni online che hanno coinvolto complessivamente 669 grandi imprese. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verifica dei servizi di contazione, versamento e approvvigionamento valori; • verifica dei servizi di Acquiring¹.
Clienti delle Banche estere	Interviste telefoniche: <ul style="list-style-type: none"> • privati: 1.600 clienti; • PMI e grandi imprese: 1.500 clienti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Privati: rilevazione della soddisfazione sui clienti di 6 Banche e analisi di benchmark su un campione della popolazione e i clienti di 5 Banche; • PMI e grandi imprese: analisi di customer satisfaction sui clienti delle Banche CIB Bank e Banca Intesa Beograd.
AZIONISTI		
Associazione di Piccoli Azionisti	<ul style="list-style-type: none"> • Intervista ad Associazione Piccoli Azionisti – E.di.Va. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tutela della solidità e redditività del Gruppo; • gestione dei rischi di impresa ; • inclusione finanziaria.
Investitori SRI	<ul style="list-style-type: none"> • Road Show con investitori su tematiche ESG. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tutela della solidità e redditività del Gruppo; • gestione dei rischi d'impresa; • Responsible Sales Practices; • tematiche relative alla gestione e allo sviluppo del personale; • integrità e rigore nella condotta aziendale; • qualità del servizio e soddisfazione della clientela nel dialogo e nell'interazione con la Banca; • Climate change.

¹ Acquiring: è l'insieme dei servizi che il gestore della carta di credito fornisce a un esercente affinché possa accettare pagamenti con le carte appartenenti a circuiti di credito o debito.

RISULTATI DELLO STAKEHOLDER ENGAGEMENT 2016 E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

3.1 TUTELA DELLA SOLIDITÀ E REDDITIVITÀ DEL GRUPPO

Cosa ci hanno detto gli stakeholder

Dalle attività di engagement 2016, la tutela della solidità e redditività del Gruppo emerge come uno dei temi più importanti, non solo per gli investitori, ma anche per la comunità in generale in quanto considerato elemento imprescindibile per la sostenibilità del business nel breve, medio e lungo termine e come garanzia degli investimenti dei risparmiatori alla luce del ruolo istituzionale del Gruppo.



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO

I risultati consolidati a fine 2016 hanno registrato un significativo aumento della redditività rispetto al 2015, con un utile netto salito a 3,1 miliardi di euro, pur con rettifiche su crediti particolarmente conservative che si sono tradotte in un aumento della copertura dei crediti deteriorati.

Si è confermata una patrimonializzazione molto solida con coefficienti su livelli largamente superiori ai requisiti normativi.

La realizzazione degli obiettivi del Piano d'Impresa ha consentito ad Intesa Sanpaolo di generare valore per tutti gli stakeholder, e in particolare di:

- essere acceleratore della crescita dell'economia reale con 56 miliardi di euro di nuovo credito a medio lungo termine erogato a famiglie ed imprese nel 2016 (137 mld dal 2014 al 2016). In Italia circa 24.000 aziende sono state riportate in bonis nel 2016 (oltre 52.000 dal 2014);
- distribuire dividendi per 3 mld (6,6 dal 2014 al 2016);
- tutelare l'occupazione: nel corso del 2016 è proseguito l'impegno per la riqualificazione professionale e la riconversione di 4.500 persone come da obiettivo del Piano d'Impresa;
- erogare nuovo credito a medio-lungo termine all'imprenditoria sociale per 0,2 mld (0,6 mld dal 2014 al 2016);
- erogare oltre 46,4 milioni di euro in contributi monetari a favore della comunità (154,6 dal 2014 al 2016).

(vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 [1] (pag. 51))



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Con il Piano d'Impresa, il Gruppo Intesa Sanpaolo si è posto, per il quadriennio 2014-2017, l'obiettivo di perseguire una nuova fase di crescita basata su una strategia innovativa che, mettendo le persone al centro dell'attenzione e adottando un modello di business chiaro ed efficiente, punti ad aumentare la redditività in maniera sostenibile, ottimizzando capitale e liquidità e generando valore per tutti gli stakeholder del Gruppo. Gli obiettivi indicati dal Piano a tal proposito sono:

- erogare nuovo credito a medio lungo termine all'economia reale per 170 mld (dal 2014 al 2017);
- distribuire dividendi per 10 mld (dal 2014 al 2017);
- tutelare l'occupazione con la riqualificazione professionale e la riconversione di 4.500 persone;
- sostenere l'imprenditoria sociale con l'erogazione di nuovo credito a medio lungo termine per 1,2 mld (dal 2014 al 2017).

3.2 GESTIONE DEI RISCHI D'IMPRESA

Cosa ci hanno detto gli stakeholder

La comunità e gli investitori e analisti SRI hanno posto particolare attenzione ai temi della gestione dei rischi reputazionali, al valore del marchio e alla valutazione e controllo dei rischi socio-ambientali nelle attività di finanziamento e di selezione di titoli nell'offerta di investimenti.

In un contesto che si evolve sempre di più verso la digitalizzazione e dematerializzazione delle informazioni, aumenta

l'interesse sulla gestione e sul controllo dei rischi informatici che, nel 2016, è stato anche oggetto di evoluzioni normative specifiche per il settore bancario.

Si conferma l'interesse da parte di investitori e analisti SRI, clienti e comunità per una maggiore considerazione di fattori socio ambientali nella valutazione dei finanziamenti, anche adottando politiche interne che regolamentino le attività in settori di business sensibili o controversi.

Il presidio dei rischi legati alla salute e alla sicurezza rimane un tema di forte interesse in particolare per collaboratori e clienti con riferimento ad accoglienza e sicurezza degli ambienti di lavoro. La tutela della continuità operativa in caso di emergenza assume sempre maggior rilievo anche in relazione alle strategie di gestione di eventi ambientali catastrofici.

Nell'ambito di una campagna di respiro globale, sono pervenute numerose segnalazioni di contestazione alla partecipazione di Intesa Sanpaolo in project finance al pool di banche finanziatrici di DAPL (Dakota Access Pipeline), un oleodotto per il trasporto di petrolio grezzo negli Stati Uniti avversato dalla Standing Rock Sioux Tribe. Il finanziamento è sottoposto agli Equator Principles e ha ricevuto una classificazione di rischio A ovvero rischio elevato (vedi Sito Internet [1]).



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO

Gestione dei rischi d'impresa

- È stato definito uno specifico RAF per il rischio di credito (Credit Risk Appetite Framework) che utilizza un approccio basato sui rating e su altri indicatori statistici predittivi;
- sono stati ulteriormente implementati i processi di controllo e di gestione per una corretta valutazione ex-ante delle operazioni potenzialmente rilevanti sotto il profilo del rischio e della stabilità del Gruppo;
- è continuata l'attività di sviluppo di un modello di rating corporate di nuova generazione dedicato alle imprese italiane per la valorizzazione di variabili settoriali e competitive (tra le quali l'appartenenza a reti e filiere).

Inclusione di variabili sociali e ambientali nella valutazione dei finanziamenti

- Equator Principles: sono stati sottoposti a screening (finanza di progetto e finanziamenti corporate finalizzati) 14 progetti per un valore di 2,04 mld di euro;
- inclusione di criteri ambientali nella valutazione del finanziamento al cliente: sono continuate le attività di predisposizione del questionario (valutazione sul bacino clienti, settore economico e dimensione d'attività);



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Gestione dei rischi d'impresa

- Operazioni di maggior rilievo: rafforzare il presidio, anche alla luce delle evolutive del RAF, nonché degli affinamenti metodologici e di processo nella valutazione di specifiche operazioni in un'ottica di gestione integrata delle diverse tipologie di rischio.

Inclusione di variabili sociali e ambientali nella valutazione dei finanziamenti

- Equator Principles: aggiornare la Guida Operativa interna; impostare le attività di aggiornamento della normativa per le Banche estere; predisporre le attività necessarie per la diffusione interna di un corso di formazione online;
- emanare policy di settore per la gestione dei rischi sociali e ambientali nel settore del carbone e dell'Oil & Gas;
- definire una metodologia e un processo interno per il rilascio di pareri sul rischio sociale, ambientale e reputazionale relativo a finanziamenti in settori sensibili e/o controversi.

Gestione e presidio del rischio reputazionale

- sviluppare/consolidare i principali processi di "Reputational Clearing";

- è stato siglato un accordo per l'inclusione di variabili qualitative ESG nella valutazione del merito creditizio delle aziende aderenti all'Unione Cristiana Imprenditori Dirigenti;
- definizione di policy di autoregolamentazione: è stata condotta un'analisi di benchmarking delle policy di autoregolamentazione adottate dai principali competitor e avviato il tavolo di lavoro per la stesura delle policy sui settori del carbone e dell'oil & gas.

Gestione e presidio del rischio reputazionale

Sono proseguite le attività di costruzione di un framework complessivo per la gestione dei rischi di reputazione, in particolare con riferimento alla definizione di:

- componente "Reputational Clearing", ovvero l'insieme dei processi, strumenti e metodi finalizzati alla valutazione ex-ante dei potenziali profili di rischio reputazionale connessi alle operazioni di business più significative, ai principali progetti di investimento aziendale e ai primari fornitori/partner del Gruppo;
- componente "Reputational Monitoring", ovvero l'insieme delle attività finalizzate alla raccolta ed all'analisi di evidenze utili a comporre il profilo reputazionale - e del relativo rischio - del Gruppo Intesa Sanpaolo.

Gestione e presidio dei rischi di Salute e Sicurezza

- Valutazione del rischio da Stress Lavoro Correlato: sono state effettuate oltre 6.000 visite di sorveglianza sanitaria (nel 98% dei casi con giudizio di idoneità alla mansione); sono stati realizzati 11 focus group e questionari per la valutazione dei cambiamenti percepiti rispetto alle soluzioni già adottate e per i collaboratori delle Filiali Online;
- "Nuovo Layout di Filiale": è proseguita la valutazione degli impatti ambientali di microclima, illuminazione, rumore ed ergonomia delle postazioni di lavoro. L'analisi ha consentito di individuare proposte migliorative condivise con la struttura preposta alla progettazione immobiliare;
- business continuity: le soluzioni adottate hanno consentito la continuità dei servizi e la salvaguardia di collaboratori e clienti per eventi connessi alle calamità naturali ed eventi di crisi.

Gestione e del rischio informatico

- Il monitoraggio delle operazioni su Internet Banking ha consentito il blocco di transazioni fraudolente per quasi 31 milioni di euro.

- consolidare il processo di monitoraggio del rischio reputazionale ("Reputational Monitoring") attraverso l'analisi periodica della web reputation aziendale e di indicatori quantitativi in grado di rappresentare i trend connessi alle dinamiche reputazionali del Gruppo.

Gestione e presidio dei rischi di Salute e Sicurezza

- Campi elettromagnetici: effettuare un censimento delle fonti di emissione con impatto sui siti del Gruppo e definire e attuare le misure tecniche e organizzative per prevenire il superamento dei valori limite (in attuazione del decreto legislativo del 2016);
- rischio biologico (potenziale presenza di agenti patogeni, quali batteri/virus/funghi/allergeni):
 - effettuare una valutazione della salubrità degli ambienti di lavoro con un programma di monitoraggio ambientale (verifica degli indici di contaminazione microbiologica che correlano le cariche batteriche ambientali ad un giudizio sulla qualità dell'aria) in tutti i palazzi complessi ed in un campione di 100 filiali;
 - definire un protocollo di controllo periodico (piano annuale) delle torri evaporative e degli impianti di trattamento aria e umidificazione per la valutazione della presenza di specifici agenti patogeni come ad esempio la legionella;
- rischio sismico: effettuare sopralluoghi nei siti classificati a maggior rischio per la valutazione della vulnerabilità degli edifici;
- attivare un tavolo di lavoro per la definizione di policy sulla salute e sicurezza con particolare riferimento alle controllate estere e ai collaboratori che si recano temporaneamente o in via permanente all'estero.

Gestione e del rischio informatico

- rafforzare le competenze delle Strutture per mitigare il rischio indotto da cyber attack in linea con quanto prevedono, sia il framework nazionale di cyber security, sia la Direttiva NIS (Network and Information Security) recentemente approvata dal Parlamento Europeo.

(vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 [i] da pag. 53)

3.3 INTEGRITÀ E RIGORE NELLA CONDOTTA AZIENDALE

Cosa ci hanno detto gli stakeholder

L'evoluzione del modello commerciale verso un sempre maggiore utilizzo di servizi digitali ha fatto crescere l'attenzione degli stakeholder, in particolare comunità e clienti, sulla tutela della privacy che, nel 2016, è stato oggetto di regolamentazione da parte delle Istituzioni europee (Regolamento UE 2016/679). Aumenta anche la rilevanza del rispetto della normativa anti-riciclaggio alla luce della Direttiva 2015/849/

UE e del relativo recepimento nel quadro legislativo italiano. In un contesto di sensibile crescita della minaccia terroristica, che ha portato la comunità internazionale ad avviare numerose iniziative volte a rafforzare i presidi di prevenzione e contrasto al finanziamento del terrorismo, le Autorità di vigilanza di settore hanno evidenziato l'importanza del ruolo degli intermediari finanziari.



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Prevenzione della corruzione e del riciclaggio

- Sono state approvate nel marzo 2017 le linee guida in materia di anticorruzione che individuano i principi, identificano le aree sensibili e definiscono i ruoli, le responsabilità e i macro-processi per la gestione del rischio di corruzione da parte del Gruppo, rafforzando ulteriormente il quadro normativo già esistente;
- è stato mantenuto il presidio per il contrasto ai fenomeni di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo: linee guida interne definiscono il sistema di governo, quadro di riferimento sistematico e funzionale di attività;
- è stato introdotto un sistema interno di segnalazione (c.d. whistleblowing) che favorisce la diffusione di una cultura della legalità.

Rispetto della normativa fiscale

- Sono stati potenziati tutti gli Uffici della funzione fiscale di capogruppo: è stato costituito un apposito Ufficio preposto al controllo dei processi di tax compliance, sono stati rafforzati tutti i presidi esistenti e aggiunti presidi specifici relativi alla fiscalità internazionale e alle operazioni strutturate della clientela (effettuando attività di formazione sulle unità di business maggiormente impattate);
- è stato rafforzato il dialogo con l'Amministrazione Finanziaria.

Tutela della privacy

- È stata aggiornata la privacy policy del sito web per i tempi di conservazione dei dati di navigazione e dei trattamenti effettuati mediante le App per i dispositivi mobili. Sono anche state predisposte le indicazioni circa l'utilizzo dei cookies di profilazione.

Tutela della libera concorrenza

- È stato ulteriormente rafforzato il presidio del rischio di conformità per la tutela della libera concorrenza: sono stati ampliati gli ambiti di monitoraggio che ora includono le norme europee sugli aiuti di Stato e le norme a sostegno della competitività del Sistema Italia ("Salva Italia" e "Crescitalia") che hanno significativamente esteso l'area di intervento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

Prevenzione della corruzione e del riciclaggio

- Prevenzione della corruzione: proseguire gli interventi progettuali con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente i presidi interni in materia;
- lotta al terrorismo: rafforzare i presidi interni, con l'obiettivo di migliorare la capacità e la tempestività nel rilevare elementi di sospetto di finanziamento del terrorismo;
- attività di Audit: proseguire un piano pluriennale di "Assicurazione e miglioramento della qualità" connotato da logiche di valutazione dei rischi trasversali alle diverse strutture aziendali. Il piano prevede interventi di aggiornamento della metodologia di analisi dei rischi, verifiche sul rispetto delle regole interne e attività di formazione mirata.

Rispetto della normativa fiscale

- Formalizzare i documenti relativi alla strategia fiscale che il Gruppo persegue e attivare tutte le azioni necessarie ad assicurare la coerenza delle scelte in materia fiscale col risk appetite definito in termini generali;
- realizzare tutti i passi necessari per essere ammessi al regime del c.d. "adempimento collaborativo".

Tutela della privacy

- Sviluppare il progetto di adeguamento al Nuovo Regolamento Europeo;
- rafforzare le attività di verifica e controllo sulle Strutture nelle quali si effettuano trattamenti rilevanti di dati personali della clientela;
- proseguire le attività formative in tema di privacy rivolte a tutto il personale del Gruppo.

Tutela della libera concorrenza

- Rafforzare il programma formativo sulla compliance alla normativa a tutela della concorrenza;
- mantenere una partecipazione attiva al dibattito europeo su questioni rilevanti per la concorrenza, in un quadro di dialogo e collaborazione con le Autorità garanti della concorrenza nazionali e non.

(vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 [i] da pag. 81)

3.4 SVILUPPO, GESTIONE E VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE

Cosa ci hanno detto gli stakeholder

Qualità della vita in azienda

Dalle attività di coinvolgimento rivolte ai collaboratori e alle organizzazioni sindacali è emerso un elevato apprezzamento verso l'impegno del Gruppo nella realizzazione di iniziative di "Lavoro Flessibile" e di people care (ad esempio i servizi forniti da ALI, l'Associazione Lavoratori Intesa Sanpaolo) e verso i nuovi strumenti a sostegno delle persone che attraversano

situazioni di difficoltà familiari e/o personali (tra cui la "Banca del Tempo"). In generale, il welfare è considerato un punto di forza del Gruppo e una best-practice a livello europeo.

I collaboratori auspicano una sempre maggiore collaborazione, "spirito di squadra" tra colleghi e fruibilità della comunicazione interna.

Diversity management e valorizzazione dei collaboratori

Dalle indagini di clima Intesa Sanpaolo viene percepita dai collaboratori come attenta ad ogni forma di discriminazione, in particolare di genere ed età. Viene inoltre considerata una banca innovativa rispetto al contesto.

I collaboratori auspicano che vengano incentivate e sviluppate iniziative di cooperazione intergenerazionale con l'obiettivo di trasferire competenze e conoscenze tra senior e giovani al fine di valorizzare l'esperienza dei primi e le nuove competenze digitali dei secondi con modalità formative "learning by doing" e sviluppo professionale attraverso l'interscambio.

Un tema che nel 2016 emerge con particolare rilevanza è l'attrattività e retention dei talenti. Viene chiesto alla Banca di sviluppare percorsi di crescita professionale più rapidi divenendo così maggiormente attrattiva per i giovani.

Infine, il sistema incentivante e retributivo è risultato un tema di grande importanza per le organizzazioni sindacali e per i collaboratori.

Formazione e sviluppo professionale

La formazione è molto apprezzata dai collaboratori per la qualità dell'offerta, le modalità di realizzazione (aula, e-learning, etc.) e gli strumenti a supporto. Viene tuttavia richiesto un approccio maggiormente personalizzato rispetto al ruolo, alle esigenze specifiche e ai percorsi di carriera dei collaboratori, nella pianificazione dei percorsi e nella scelta delle attività.



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Politiche a tutela dell'occupazione

Sono state riqualificate professionalmente e riconvertite 4.500 persone tra il 2014 e il 2016, in anticipo di un anno rispetto all'obiettivo definito per il 2017. Sono state create opportunità di nuovi mestieri (es. settore immobiliare, digitalizzazione ecc.) e avviati progetti di selezione del personale e di mobilità delle persone infragruppo.

Valorizzazione dei collaboratori

- Sistema di valutazione delle performance: è stata aggiornata la piattaforma "Performer 2.0";
- gestione e sviluppo professionale: sono continuate le attività sulla piattaforma di "OnAir" (più di 19.200 candidature);
- rafforzamento degli stili di leadership: è continuato il progetto "Feedback 180" (455 partecipanti). È stato attivato il progetto "Excellence 360" (159 partecipanti) per la Divisione Banche Estere e le prime linee delle controllate estere.

Politiche a tutela dell'occupazione

- Mobilità Infragruppo: affinare gli attuali processi e lo studio di ulteriori modalità per favorire l'incontro tra domanda e offerta nel mercato del lavoro interno e la valorizzazione delle competenze;
- attività di reclutamento: potenziare il canale LinkedIn con l'estensione dell'attività di comunicazione editoriale alle realtà del gruppo interessate.

Valorizzazione dei collaboratori

- Sistema incentivante: in linea con gli obiettivi del Piano d'Impresa, affinare ulteriormente il Premio Variabile di Risultato rispetto alle opportunità offerte dal quadro normativo in costante evoluzione sui temi del welfare;
- talent management: avviare le iniziative previste per i Talent (training, mentorship, progettazione delle job rotation, percorsi individuali etc.) e il monitoraggio dell'efficacia del programma;

Formazione e sviluppo professionale

- Formazione al servizio del cliente: è stata avviata la progettazione di nuovo modello formativo digitale. È proseguita l'iniziativa di change management "Insieme per la Crescita" (38.000 colleghi coinvolti);
- cultura digitale e multicanalità: sono state erogate oltre 1.000 ore di formazione online per i collaboratori;
- leadership identity: è stato attivato il progetto "Dall'equilibrio di genere alla leadership della differenza" che ha coinvolto le Divisioni e le principali Strutture del Gruppo; sono stati realizzati eventi per la valorizzazione dell'imprenditorialità femminile;
- salute e sicurezza: è stato attivato il progetto "tutti in Formazione" per i colleghi disabili visivi e uditivi (147 partecipanti).

(vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 [i] Capitale Umano da pag. 103)

Qualità della vita in azienda

Sistema di welfare aziendale integrato: è stato reso pienamente operativo in tutte le sue componenti:

- previdenza: è stato costituito un unico fondo pensione di Gruppo a contribuzione definita per oltre 60.000 partecipanti;
- sanità integrativa: il Fondo Sanitario Integrativo ha attivato il progetto per assicurare una copertura sanitaria anche al personale delle controllate estere;
- Associazione Lavoratori Intesa Sanpaolo: è stato definito un accordo per implementare servizi di welfare family con prezzi agevolati su genitorialità, caring di anziani e soggetti non autosufficienti;
- lavoro flessibile: è stato confermato il progetto che consente di lavorare da casa, da un hub aziendale o dal cliente (8 giorni al mese). I colleghi che hanno aderito sono oltre 5.700;
- gestione della mobilità: è stato siglato un accordo sulla mobilità territoriale e professionale che favorisce l'avvicinamento alla residenza dei colleghi che lavorano in località distanti e con particolari esigenze di carattere personale;
- "Banca del tempo": sono state donate dai dipendenti 8.078 ore, raddoppiate da analogo conferimento aziendale, cui si aggiunge la dotazione iniziale di 50.000. Il tutto ha reso possibile la concessione di oltre 2.000 giornate di permesso a favore di colleghi in difficoltà.

(vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 [i] Capitale Sociale e Relazionale da pag. 91)

- diversity management: sviluppare iniziative per la gestione dell'age management e la cooperazione intergenerazionale; nuove iniziative per la diffusione di modelli di leadership femminile; realizzare una analisi quali-quantitativa della percezione interna sul tema al fine di strutturare azioni di miglioramento, diffusione, informazione.

Formazione e sviluppo professionale

- digitalizzazione: mettere a regime l'offerta di moduli formativi digitali, interattivi e multicanale su una nuova piattaforma internet multicanale, accessibile con qualsiasi device e sempre disponibile;
- sviluppo dei manager: rilasciare il programma "Scuola dei Capi"; realizzare l'App per la fruizione della formazione;
- sviluppo ed empowerment del "Mestiere di Capo": integrare le iniziative di sviluppo professionale ed i modelli gestionali anche con il supporto di una nuova offerta formativa articolata in moduli digitali, interattivi e multicanale a supporto del business;
- salute e sicurezza: ampliare il programma di Alternanza Scuola-Lavoro per far fronte alle necessità formative degli studenti in materia.

Diffusione della cultura di sostenibilità

- Codice Etico: progettare ed erogare iniziative per fornire strumenti di consapevolezza e di conoscenza utili a tradurre i principi etici in comportamenti da tenersi nell'operatività quotidiana; proseguirà la formazione per le controllate estere sulla gestione delle segnalazioni di inosservanze del Codice Etico;
- valori nella corporate identity: sviluppare progetti che, come il Fiore dei valori in Intesa Sanpaolo Vita, siano in grado di diffondere best practice e alimentare la cultura della responsabilità.

Qualità della vita in azienda

- Comunicazione interna: affinare la qualità dei servizi e degli strumenti con ulteriore incremento della raccolta di feedback;
- previdenza: proseguire il processo di riorganizzazione della previdenza complementare verso una fase di funzionamento ordinario del Fondo Unico di Gruppo a contribuzione definita;
- sanità integrativa: dare sostegno alla campagna contro il rischio osteoporosi ed estendere territorialmente la rete convenzionata in capo al Fondo Sanitario Integrativo;
- lavoro flessibile: ampliare progressivamente il numero delle strutture aziendali che potranno servirsi di questa modalità di lavoro, rendendone il ricorso ancora più semplice e capillare;
- Banca del tempo e attività di volontariato all'esterno del Gruppo: consolidare ed estendere le attività;
- Associazione Lavoratori Intesa Sanpaolo: attivare specifiche azioni formative sul Codice Etico; sviluppare servizi qualificati per l'assistenza ai figli nei periodi di chiusura delle scuole; attivare convenzioni con e-commerce nel settore dei prodotti ecosostenibili, con società di concierge e con strutture specializzate in turismo sostenibile;
- gestione della mobilità (cfr. Cap. 3.7 Climate Change pag. 17).

3.5 OFFERTA DI UN SERVIZIO DI VALORE ALLA CLIENTELA

Cosa ci hanno detto
gli stakeholder

Ascolto della voce dei clienti

Sono particolarmente apprezzate le innovazioni nelle modalità di ascolto del cliente, che permettono di raccogliere idee e suggerimenti per lo sviluppo della nuova offerta commerciale così come l'evoluzione del servizio verso una modalità più consulenziale. L'ascolto delle esigenze con l'obiettivo di rispondere in modo maggiormente personalizzato ai bisogni specifici

del cliente è uno dei temi centrali.

Qualità dei prodotti e dei servizi offerti

Data la crescente importanza dell'aspetto relazionale con la clientela, i collaboratori ritengono il rapporto con il cliente un elemento fondamentale per instaurare una relazione basata sulla fiducia; valore aggiunto rispetto anche ai nuovi strumenti digitali.

Multicanalità integrata

La multicanalità integrata viene percepita come un punto di forza di Intesa Sanpaolo e considerata un'evoluzione necessaria per rimanere competitivi sul mercato. Inoltre, la disponibilità di canali virtuali (sito web, App, piattaforme online, etc.) consente un dialogo continuo banca-cliente, una maggiore efficacia ed efficienza sia comunicativa che operativa (apprezzata in particolare dai giovani che sono maggiormente propensi all'utilizzo dei canali digitali) e il mantenimento della vicinanza col cliente, anche in mancanza di filiali fisiche.

Infine, emerge un generale apprezzamento dell'impegno del Gruppo nello sviluppo e nella creazione di strumenti innovativi rivolti alle imprese e di servizi per facilitare il *matching* e la creazione di network tra imprese e attori del territorio ad alto potenziale innovativo (Tech-Marketplace ne è un esempio).



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO

Qualità del servizio

- Customer experience: il sistema di monitoraggio della qualità SeiOk è stato rinnovato; il Net Promoter Score, l'indice che rappresenta l'intensità di relazione tra cliente e brand, (di rilievo nella valutazione dell'Eccellenza di Filiale) viene utilizzato come indicatore principale per misurare la qualità percepita dalla clientela ed è stato inserito tra i KPI su cui si basa il Sistema di Valutazione delle Performance dei collaboratori della rete di filiali;
- "Filiale Online": è stato pienamente attivato il servizio di gestione commerciale (carte, prestiti e investimenti) e di consulenza con circa 26.000 prodotti venduti nel 2016;
- cultura digitale: sono stati realizzati 13 incontri di "Vividigitale Day" con 150 clienti sullo sviluppo di nuove tecnologie, canali e offerta della Banca.

(vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 [i] Capitale Sociale e Relazionale da pag. 84)

Innovazione

- Multicanalità: sono stati lanciati con successo nuovi processi multicanale tra cui 4,1 milioni di App scaricate su dispositivo mobile, l'80% dei prodotti è disponibile tramite piattaforme multicanale;



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Qualità del servizio

- Cultura digitale: proseguire il progetto "Vividigitale" che prevede specifici eventi in filiale e laboratori di formazione;
- "Consulenza Evoluta": lanciare il progetto che rappresenta un approccio innovativo per valorizzare l'ascolto del cliente, fornire soluzioni personalizzate e continuative per la soddisfazione di diverse aree di bisogno: gestione del patrimonio mobiliare e immobiliare, ambiti di protezione e tutela, passaggio generazionale;
- "Progetto dematerializzazione": completare la dematerializzazione dei contratti per l'offerta a privati e ampliare la gamma dei prodotti venduti tramite Offerta a Distanza. Avviare la dematerializzazione dei contratti per l'offerta rivolta a imprese;
- customer experience:
 - Net Promoter Score: completare il piano di condivisione dei risultati delle attività di ascolto con tutte le Direzioni Regionali. I risultati delle rilevazioni, in collaborazione con Insieme per la Crescita, permetteranno di individuare i comportamenti utili a creare con il cliente una relazione eccellente. Monitorare altresì gli impatti sulla relazione e sul relativo valore economico per la Banca;

- ridisegno dei processi interni: con l’iniziativa “Digital Factory” sono stati gestiti 12 processi di cui 4 rilasciati sulla rete e pienamente operativi;
- dematerializzazione dei contratti: è stato raggiunto l’obiettivo di eliminazione della firma su carta in tutte le filiali retail e personal sui prodotti prioritari, con l’utilizzo esclusivo da parte dei clienti della firma grafometrica o digitale (circa 6,4 milioni di operazioni);
- finanziamenti a start-up e PMI Tech: è stato introdotto un nuovo strumento di valutazione del merito creditizio (DATS) per i finanziamenti garantiti dal Fondo Centrale di Garanzia.

(vedi *Rapporto di Sostenibilità 2016* [i] *Capitale Sociale e Relazionale da pag. 111*)

- customer experience offline: continuare le attività di rilevazione dell’esperienza dei clienti sui canali non digitali (es. filiale, filiale online, casse veloci) affinché siano il principale elemento di ascolto per rivedere e migliorare i processi aziendali ed erogare servizi di eccellenza. Con l’analisi semantica dei commenti e gli sviluppi tecnologici della Banca le esigenze espresse dai clienti durante le rilevazioni potranno essere gestite singolarmente in tempi rapidi. Ampliare il numero di servizi monitorati per i quali è attiva la rilevazione della soddisfazione del cliente (dai circa 20 attuali);
- customer experience online: attivare, sia sulla nuova versione del sito Internet, sia sulla nuova App, punti di ascolto per rilevare la soddisfazione dei clienti sui principali servizi online. È prevista l’attivazione di circa 150 punti su Internet Banking e circa 50 su App;
- portale SEIOk: arricchire sul portale a disposizione della rete per monitorare la qualità del servizio le informazioni relative agli indicatori utilizzati per misurare la qualità percepita ed erogata alla clientela.

Innovazione

Definire e attuare, già a partire dall’anno in corso, il Piano d’innovazione pluriennale del Gruppo, condiviso con le competenti strutture della Banca, che si articola su tre principali direttrici di sviluppo riferite a:

- persona: offerta di servizi e prodotti di valore volti a soddisfare i bisogni a 360° del cliente, anche tramite nuovi canali distributivi, facilitando l’accesso ai servizi bancari e personalizzando l’offerta attraverso iniziative mirate;
- impresa: essere partner specializzato per le imprese, supportandone competitività e sostenibilità con approcci differenziati per industry per cogliere e stimolare le innovazioni produttive-tecnologiche in atto;
- banca: essere una “agile company” riconsiderando il modello operativo tradizionale e valorizzando nuove professionalità e nuovi modelli di collaborazione.

Ridisegno dei processi interni

Proseguire con le iniziative della “Digital Factory” con l’obiettivo di completare il rilascio dei processi in corso e di avviare il ridisegno di ulteriori processi coerentemente con il piano di lavoro e con gli investimenti previsti.

3.6 ACCESSO AL CREDITO E GESTIONE DEI RISPARMI

Cosa ci hanno detto
gli stakeholder

Inclusione finanziaria

In un contesto in cui gli effetti dalla crisi economico-finanziaria sono ancora evidenti, da stakeholder più vulnerabili quali anziani, giovani e immigrati, emerge la richiesta di avere servizi e prodotti finanziari accessibili e maggiormente rispondenti alle loro specifiche necessità.

Sostegno al tessuto imprenditoriale

Un'aspettativa rilevante da parte dei clienti-impresa è l'accesso al credito e il potenziamento delle competenze specifiche di settore: comprendere, conoscere e valutare gli elementi di differenziazione di ogni singolo mercato. In questo, si confermano fondamentali il ruolo del gestore e la presenza di un team di specialisti all'interno delle filiali.

Emerge come elemento importante, in particolare per i clienti-impresa, il supporto nello sviluppo di una cultura manageriale ed imprenditoriale nel tessuto produttivo italiano, quale elemento propulsivo delle «3 i» (investimenti, internazionalizzazione, innovazione), ossia i principali fattori alla base della competitività d'impresa. In termini di innovazione, è considerata fondamentale l'attività di consulenza rivolta a nuove imprese e start-up ad elevato tasso di "innovazione" che vorrebbero non solo prodotti dedicati allo sviluppo dell'idea imprenditoriale, ma anche servizi di consulenza (in particolare per ambiti quali ad esempio quello amministrativo e fiscale), di formazione e di networking con investitori e altre aziende per incentivare l'interscambio e l'aggregazione imprenditoriale (Reti d'impresa, hub innovativi, etc.).



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Inclusione finanziaria ed empowerment economico

- Studenti: sono state sottoscritte 13 nuove convenzioni (Università e Scuole di Alta Formazione) ampliando la platea dei destinatari di "PerTe Prestito Con Lode";
- offerta per i giovani: è stata realizzata una gamma completa di offerta che include un mutuo giovani, carte prepagate finanziamenti ad hoc e previdenza complementare;
- iniziative di microcredito: il "Prestito della Speranza" da marzo 2015 (lancio della nuova fase progettuale) al dicembre 2016 ha deliberato finanziamenti per circa 26 milioni per più di 3.400 richieste accolte.

Relazioni con le Associazioni dei consumatori

- "Mettere in comune competenze": sono stati realizzati seminari rivolti ai quadri nazionali delle Associazioni dei Consumatori (temi bancari-finanziari, assicurativi e previdenziali) e ai quadri locali in Piemonte e Lombardia (approfondimento sui prodotti di credito);
- tavoli tecnici: sono stati realizzati incontri su credito, risparmio e digitalizzazione oltre alla prosecuzione del cantiere "nuovi prodotti" (presentazione di Per Te Prestito Vitalizio alle Associazioni dei Consumatori prima della commercializzazione del prodotto).

Banca Prossima: clientela del Terzo Settore

- Nuovo credito a medio e lungo termine: sono stati erogati circa 200 milioni di euro e realizzate iniziative volte a produrre finanziamenti agevolati (accordi con BEI, erogazioni della piattaforma Terzo Valore, emissioni obbligazionarie).

Inclusione finanziaria ed empowerment economico

- Studenti: proporre a tutti gli atenei italiani, al Ministero dell'Istruzione e alle imprese italiane il prestito "PerTe Prestito Con Lode" come programma di welfare aziendale;
- offerta per i giovani: rafforzare la gamma di offerta dedicata e specifica;
- iniziative di microcredito: il "Prestito della Speranza" ha l'obiettivo di erogare 100 milioni di finanziamenti garantiti da un fondo di garanzia di 25 milioni costituito da risorse della Conferenza Episcopale Italiana.

Relazioni con le Associazioni dei consumatori

- "Mettere in comune competenze": dare continuità a livello nazionale e territoriale del progetto;
- tavoli tecnici: implementare un tavolo di lavoro sui nuovi prodotti a maggior impatto per la clientela famiglie.

Banca Prossima: clientela del Terzo Settore

- Nuovo credito a medio e lungo termine: conseguire un aumento significativo dei finanziamenti rispetto alla media del triennio 2014-16;
- valutazione del valore o impatto sociale della clientela affidata: avviare un progetto specifico con attività di raccolta e validazione dei dati.

Offerta assicurativa

- Welfare: sviluppare una offerta specifica rivolta a imprese e lavoratori;

Offerta assicurativa

- Tutela in situazioni di fragilità sociale: è continuata la proposta di prodotti che in caso di premorienza dell'assicurato sono dedicati alla protezione del nucleo familiare ("Mi curo dei Mie") e a disabili e minori ("Tu dopo di noi" e "Base Sicura Tutelati"). La nuova offerta "Vicino a te" è stata realizzata per sostenere i clienti e i minori che hanno perso i genitori a seguito di terremoti nelle città di Rieti, Ascoli Piceno, Perugia, Macerata e Fermo.

Investimenti in fondi etici

- Eurizon Capital SGR: il patrimonio investito in fondi etici a fine 2016 è stato di circa 900 milioni di euro (l'1,3% del totale dei fondi di diritto italiano gestiti dalla società);
- Fideuram: il patrimonio del comparto a dicembre 2016 è stato di circa 40 milioni di euro.

Sostegno al tessuto imprenditoriale

- Nuovo credito a medio lungo termine a famiglie e imprese in Italia: sono stati erogati 48 miliardi (+16% vs 2015);
- giovani e microimprese: è stato lanciato un nuovo prodotto specifico "Finanziamento microcredito imprenditoriale" (8,1 milioni di euro erogati);
- "Sviluppo Filiere": il progetto ha consentito il miglioramento delle condizioni di accesso al credito con investimenti sulle filiere industriali e con una valutazione del rischio maggiormente focalizzata su fattori di natura qualitativa;
- factoring: Mediocredito Italiano ha completato nel 2016 la fase di test di una forma evoluta di factoring indiretto per le imprese capo-filiera, messa a disposizione della clientela a inizio 2017. Il prodotto "Confirming" consente una efficiente gestione dei debiti commerciali e dei pagamenti alle filiere stesse, facilitando l'accesso al credito ai fornitori, a condizioni particolarmente favorevoli.

- servizi sanitari e soluzioni assicurative integrate: attivare una nuova "Piattaforma Salute" per fornire accesso a network sanitari e, successivamente, a servizi evoluti (telemedicina, wearables medicali, ecc.).

Investimenti in fondi etici

- Eurizon Capital SGR: rafforzare il processo di investimento in linea con principi di sostenibilità e responsabilità sociale e lanciare un fondo dedicato ad investimenti che abbiano come criterio principale caratteristiche di tipo ambientale, sociale e di governance.

Sostegno al tessuto imprenditoriale

- Innovazione, formazione, digitalizzazione e internazionalizzazione: avvicinare il progetto "AdottUp" a Tech Market-Place con ampliamento dei servizi della piattaforma dedicata all'innovazione;
- imprenditoria dei nuovi italiani: avviare tavoli di lavoro per identificare soluzioni di offerta su "misura" e interventi formativi per la conoscenza delle normative necessarie per fare impresa in Italia;
- finanziamenti alle imprese che innovano: realizzare iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle realtà innovative che offrono tecnologia (Startup e PMI Tech) e delle aziende clienti che intendono investire in innovazione.

(vedi *Rapporto di Sostenibilità 2016* [i] da pag. 60)

3.7 CLIMATE CHANGE

Cosa ci hanno detto gli stakeholder

Nel 2016 diverse iniziative internazionali hanno acceso i riflettori sui temi legati all'ambiente, chiedendo a tutti gli attori un impegno concreto verso la riduzione degli impatti ambientali legati a emissioni, utilizzo e gestione delle risorse e dei rifiuti (COP21, Agenda 2030, SDGs, etc.).

Le imprese clienti ritengono fondamentali i prodotti offerti dalla Banca per incentivare soluzioni a beneficio ambientale, in particolare per l'efficienza energetica e per la conseguente riduzione dei costi. A questo riguardo hanno assunto particolare rilevanza i prodotti e servizi che incentivano iniziative volte a migliorare le performance ambientali degli edifici, in modo da estendere l'attenzione anche al capitale immobiliare.

In termini di impegno del Gruppo nello sviluppo di un'economia più sostenibile, le imprese clienti auspicano un maggior coinvolgimento in iniziative ed eventi dedicati, nello sviluppo di prodotti e servizi che integrino la componente finanziaria a quella ambientale e nella realizzazione di strumenti/iniziativa di networking per agevolare lo scambio e l'incontro tra imprese.

Da ricordare che Intesa Sanpaolo in Italia è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale e dell'Energia che costituisce una best practice nel panorama italiano e internazionale. In particolare il Sistema di Gestione Ambientale è stato adeguato, con un anno di anticipo rispetto ai termini consentiti, al più recente standard UNI EN ISO 14001:2015, prevedendo, tra l'altro, la conduzione di un'attenta Analisi del Contesto allo scopo di comprendere pienamente lo scenario di riferimento, definire bisogni e aspettative delle parti interessate e determinare rischi e opportunità. Quest'attività si è innestata nel processo più ampio di analisi di materialità realizzata per il Rapporto di Sostenibilità (vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 da pag. 21) ed è stata condotta prendendo in considerazione:

- l'impatto sulle strategie e sull'attuazione dei temi rilevanti dell'Albero di materialità;
- Il punto di vista degli stakeholder, rilevato considerando le istanze emerse dal percorso di stakeholder engagement condotto dal Servizio CSR e da quanto emerso da una specifica indagine online rivolta a tutti i Referenti SGAE (rispondenti 197 su 250 Referenti) a inizio 2017.

Alle risultanze del percorso hanno contribuito i manager di alcune funzioni aziendali di Intesa Sanpaolo: CSR, Operational and Reputational Risk, Regole e Strumenti Creditizi, Investor Relations & Price-Sensitive Communication, Rating Agencies e Investor Coverage, Innovation.



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Emissioni di gas a effetto serra

- Emissioni di CO₂ dirette ed indirette (Scope1+2): hanno registrato una riduzione pari a circa il 10%;
- consumi elettrici e termici: hanno registrato una riduzione netta di emissioni di CO₂ equivalente del 10,5%;
- rendicontazione delle emissioni indirette Scope 3: ampliamento della base di rendicontazione e miglioramento nelle metodologie di valutazione.

Energia

- Riduzione dei consumi energetici del 6,7% rispetto al 2015: sono state realizzate azioni di ottimizzazione gestionale e di efficienza energetica tra cui la maggior diffusione dei sistemi di rilevazione dei consumi gestiti via web, la sostituzione delle caldaie con impianti a condensazione, pompe di calore e gruppi frigoriferi ad alte rese, l'ammodernamento degli impianti elettrici e la sostituzione di impianti di illuminazione con lampade a LED.

Carta

- È stata conseguita una riduzione dei consumi di circa 500 ton (6,2%) rispetto al 2015;
- dematerializzazione: è proseguito il progetto di dematerializzazione dei contratti e di numerosi servizi bancari;
- è proseguito l'impegno sia in Italia che nelle Banche estere ad acquistare carta ecologica (riciclata o da origine certificata).

Rifiuti

- È stata conseguita una riduzione del 2,2% rispetto al 2015;
- formazione: è stato realizzato nuovo corso per la gestione dei rifiuti in Filiale all'interno della piattaforma di e-learning "Ambientiamo".

Mobilità

- Alternative all'utilizzo del mezzo di trasporto privato e individuale: è stato siglato un accordo per la mobilità territoriale e professionale che favorisce l'avvicinamento a casa dei colleghi che lavorano in località distanti e con particolari esigenze personali. Sono state anche sottoscritte numerose convenzioni con società di trasporto pubblico locale (Firenze, Milano, Napoli, Padova, Torino e Venezia, con estensione nel 2016 anche a Bologna e Roma).

Acqua

- È stata conseguita una riduzione dei consumi del 2% rispetto al 2015. È proseguito il monitoraggio dei consumi idrici con l'obiettivo di mantenere i consumi costanti rispetto agli attuali.

Emissioni di gas a effetto serra

- Adottare il nuovo piano pluriennale (Climate Change Action Plan) con l'obiettivo di stabilire nuovi target al 2022 di riduzione delle emissioni di CO₂. Relativamente alla rendicontazione delle emissioni Scope3, sottoporre ai colleghi una nuova versione del questionario sugli spostamenti casa-lavoro in modo da migliorare la rendicontazione di tali emissioni.

Energia

- Proseguire la sostituzione dei gruppi frigoriferi contenenti R22, la sostituzione degli apparati illuminanti con quelli ad alta efficienza, la sostituzione di caldaie e le azioni di ottimizzazione gestionale dei sistemi già installati.

Carta

- Proseguire le azioni di dematerializzazione con ulteriore ampliamento del perimetro. Si prevede una estensione dell'acquisto di carta ecologica (riciclata o di origine certificata) sia in Italia, sia nelle Banche estere.

Rifiuti

- Sviluppare una specifica iniziativa di formazione in modalità "smart".

Mobilità

- Continuare lo sviluppo di progetti di mobilità – nel panorama della sharing economy – per favorire soluzioni di trasporto alternativo a ridotto impatto ambientale;
- realizzare un nuovo questionario sugli spostamenti casa-lavoro al fine di valutare l'efficacia delle soluzioni in essere e di orientare i progetti futuri;
- sviluppare una nuova piattaforma Internet che renderà la formazione più efficace, modulare e fruibile anche da remoto durante le giornate di lavoro flessibile, senza spostamenti legati alla presenza in aula;
- in sinergia con l'Associazione Lavoratori Intesa Sanpaolo implementare una piattaforma per la vendita degli abbonamenti al trasporto pubblico in convenzione per familiari/pensionati;
- promuovere lo sviluppo di servizi di mobilità comuni attraverso sinergie con altre aziende del territorio.

Acqua

- Continuare il monitoraggio dei consumi idrici.

(vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 [i] da pag. 119)

3.8 GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Cosa ci hanno detto gli stakeholder

Sono emersi come rilevanti, nella relazione con i fornitori, i temi della trasparenza, correttezza nella gestione e conclusione dei contratti e l'adeguatezza dei tempi di pagamento delle fatture.

È positiva la percezione delle attività di Intesa Sanpaolo volte ad integrare criteri di responsabilità sociale e ambientale nella selezione e valutazione dei fornitori. Un'elevata percentuale di

fornitori di Intesa Sanpaolo dichiara di avere certificazioni sulle materie prime di competenza, sui sistemi di smaltimento dei rifiuti e sulla salute e la sicurezza dei lavoratori, oltre a un Codice Etico aziendale.



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Criteria di selezione e valutazione dei fornitori

- Il modulo di Vendor Management del nuovo Portale obbliga fornitori ed eventuali subaffidatari a compilare una sezione obbligatoria dedicata ai temi di CSR e ad aggiornare annualmente la propria posizione e la documentazione obbligatoria.

Formazione CSR per un presidio efficace della catena di fornitura

- Sono stati erogati corsi di formazione su "Responsabilità e pensiero sistemico", "Diffusione della cultura del rischio" e seminari specifici su tematiche di CSR e sostenibilità d'impresa.

Aggiornamento degli standard contrattuali

- Nel secondo semestre del 2016 sono stati revisionati gli standard contrattuali allo scopo di migliorare i presidi su specifiche tematiche e uniformare la relazione con tutti i fornitori, anche esteri, e con i subfornitori.

(vedi Rapporto di Sostenibilità 2016 [i] da pag. 96)

Criteria di selezione e valutazione dei fornitori

Sviluppo del "Portale Fornitori":

- mettere a regime il modulo "Vendor Management" per il censimento di tutti i fornitori e subfornitori che include indicatori di valutazione tecnica e di CSR per il monitoraggio dell'intera catena di fornitura della Direzione Acquisti, in relazione alle tipologie di rischio calcolate;
- intervenire all'occorrenza con un piano di azioni di mitigazione dei rischi sociali e ambientali per migliorare la posizione di eventuali situazioni evidenziate come critiche;
- estendere il nuovo "Portale Fornitori" anche agli acquisti effettuati dalla Direzione Immobili e Logistica e gradualmente, negli anni successivi, anche per quelli delle altre Banche estere e società del Gruppo Intesa Sanpaolo, secondo il modello organizzativo degli Acquisti di Gruppo tempo per tempo vigente.

Aggiornamento degli standard contrattuali

- Avviare la fase pilota del nuovo "Modulo Contract" del Portale Fornitori (bacheca contratti) per uniformare le obbligazioni contrattuali di fornitori e sub-affidatari, italiani ed esteri, alla normativa intervenuta (ad esempio norme in materia di circolazione e smaltimento dei rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche), prevedendo l'obbligo di documentare ove richiesto l'adempimento degli impegni assunti.

3.9 RELAZIONE CON LA COMUNITÀ

Cosa ci hanno detto gli stakeholder

Oltre all'analisi dei media, la verifica dell'efficacia dell'intervento di Intesa Sanpaolo nei confronti della comunità viene realizzata in modo trasversale rispetto agli stakeholder clienti e terzo settore (vedi capitolo "Accesso al credito e gestione dei risparmi") ed allo stakeholder ambiente (vedi capitoli "Gestione dei rischi d'impresa" e "Climate Change").

Gli stakeholder comunità (in particolare le organizzazioni inter-nazionali) e collaboratori (in particolare le organizzazioni sindacali) nel 2016 hanno posto particolare attenzione al tema "lotta alla povertà e all'emarginazione", anche nell'ambito degli obiettivi di sviluppo sostenibile elaborati a livello internazionale (SDGs, l'Agenda europea 2030, etc.).

Il supporto alla cultura è considerato un contributo fondamentale da parte della Banca per lo sviluppo sostenibile, con un impatto anche sulla crescita economica dei territori.



CHE COSA AVEVAMO DETTO E COSA ABBIAMO FATTO

Gallerie d'Italia e iniziative a carattere sociale

- Sono proseguite le attività condotte con Scuole, Università, Istituzioni culturali ed Associazioni. In particolare sono state proposte iniziative dedicate a categorie sociali svantaggiate e vulnerabili (es. persone ospiti di centri diurni disabili e richiedenti asilo, affette da Alzheimer, con minorazione visiva, in condizione di disagio psichico).

Erogazioni Liberali tramite il Fondo di Beneficenza

- Le erogazioni centrali nazionali del Fondo di Beneficenza sono andate per oltre l'84% a sostegno di categorie vulnerabili;
- Il 68% delle liberalità territoriali, gestite in modo decentrato dalle Direzioni Regionali della Divisione Banca dei Territori, è stato destinato a progetti a favore di fasce deboli della popolazione.

Reporting

È continuata l'applicazione della metodologia LBG, London Benchmarking Group, per la valutazione dei contributi alla comunità e per la presentazione di specifici case study presentati con la relativa valutazione di impatto.

(vedi *Rapporto di Sostenibilità 2016* [i] da pag. 98)



CHE OBIETTIVI CI SIAMO POSTI PER IL 2017

Progetto Cultura

- Progetto Restituzioni: consolidare la dimensione nazionale e internazionale e al contempo valorizzare la sua valenza territoriale;
- progetti espositivi: confermare il posizionamento delle Gallerie d'Italia tra le realtà museali d'eccellenza del panorama italiano;
- patrimonio artistico: valorizzare e rendere disponibili al pubblico un sempre maggior numero di opere d'arte di proprietà; ampliare la rete di collaborazione con le università e i centri di eccellenza nella ricerca scientifica nel campo del recupero, salvaguardia, tutela e valorizzazione del patrimonio archeologico, storico-artistico, tramite partnership mirate e finanziamento di borse di studio.

Erogazioni Liberali tramite il Fondo di Beneficenza

- Liberalità centrali: destinare un'elevata quota di risorse (>80%) a sostegno di progetti a favore delle fasce più deboli della popolazione, operando secondo un meccanismo di selezione più stringente in relazione alla qualità dei progetti e delle controparti;
- liberalità territoriali: indirizzare le scelte delle Direzioni Regionali verso una tendenziale crescita delle quote erogate in misura uguale o maggiore del 60% a sostegno di progetti a favore di categorie vulnerabili;
- procedura informatica per la gestione delle richieste: avviare una nuova modalità di monitoraggio dei progetti di maggiore entità con ownership diretta degli Enti realizzatori.

Iniziative commerciali nella comunità

- Proseguire l'impegno nel garantire un dialogo costante con le comunità locali per rafforzare le sinergie, intercettarne i bisogni e per realizzare interventi ampi e continuativi finalizzati a salvaguardare e valorizzare il patrimonio culturale del Paese, condividere con il pubblico il patrimonio artistico del Gruppo, favorire opportunità culturali e di formazione per i giovani, promuovere la sostenibilità dello sviluppo e valorizzare progetti di inclusione.

4 I FORUM MULTI-STAKEHOLDER

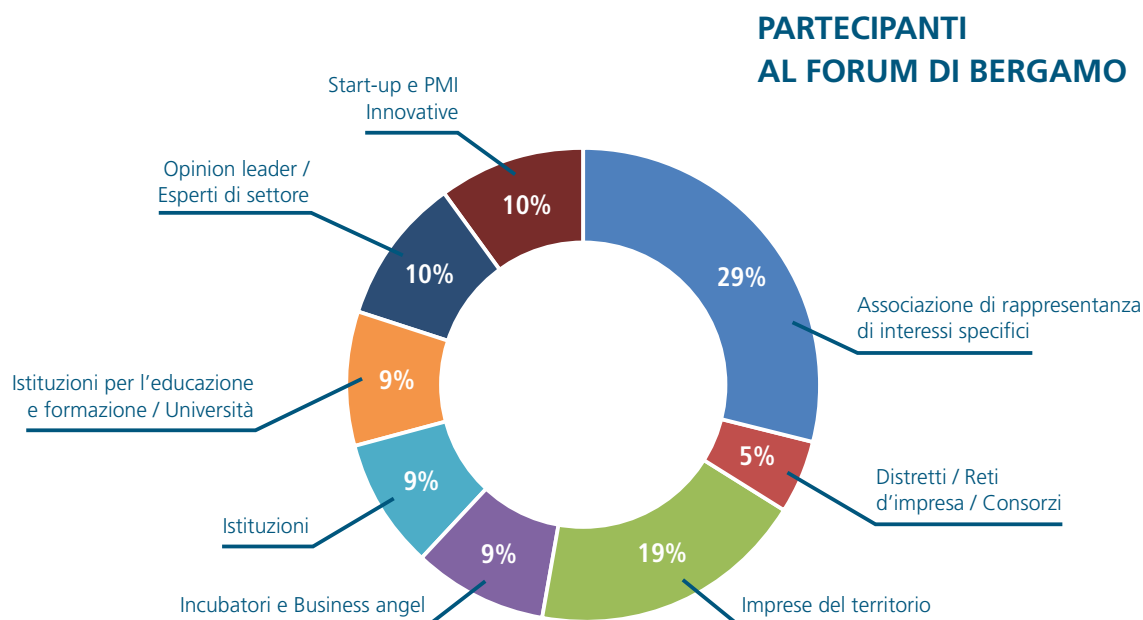
Nel 2016, Intesa Sanpaolo ha realizzato due Forum Multi-stakeholder territoriali per:

- comprendere maggiormente le peculiarità e le istanze più rilevanti del territorio;
- raccogliere le aspettative rispetto al ruolo della Banca e il percepito rispetto al valore creato sul territorio;
- raccogliere spunti per azioni di miglioramento dagli stakeholder locali.

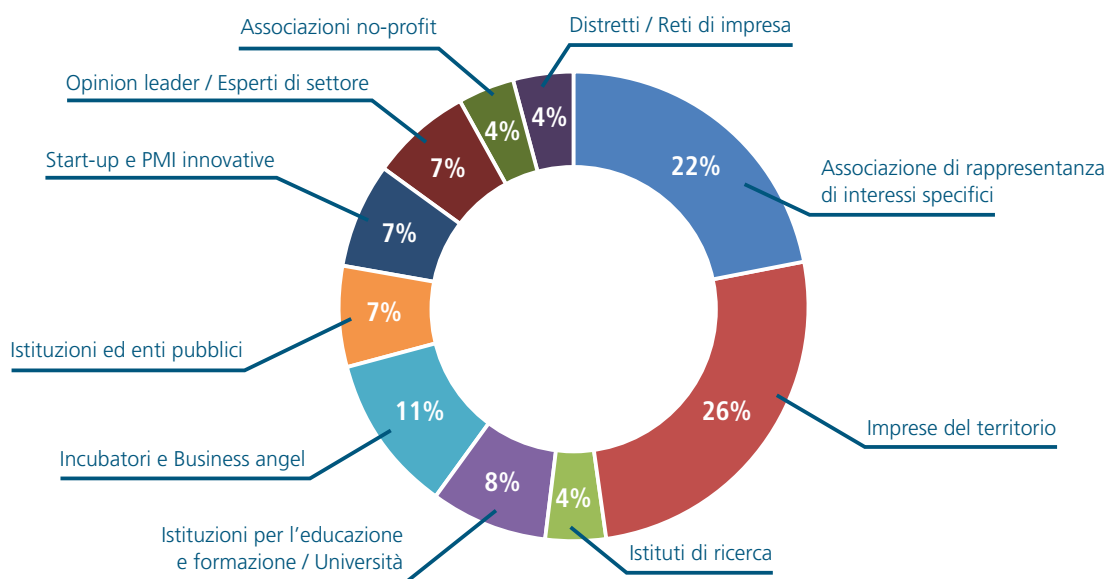
È stato realizzato a Napoli un Forum nella Direzione Regionale Campania, Basilicata, Calabria, Puglia e Sicilia, e uno a Bergamo nella Direzione Regionale Lombardia. Tutte le attività sono state progettate ed organizzate di concerto tra il Servizio CSR e le Direzioni Regionali, partendo dalla definizione degli obiettivi e integrando esigenze informative sui temi di responsabilità sociale ed ambientale e su quelli di business.

I partecipanti

Gli stakeholder coinvolti sono stati identificati a seconda delle tematiche rilevanti per il territorio e in veste di soggetti con un interesse diretto e indiretto per le attività del Gruppo (clienti, associazioni, rappresentanti di interessi specifici, etc.) o soggetti con competenze specialistiche e tecnico-scientifiche sulle tematiche di riferimento (Università, Centri di ricerca, etc.). I partecipanti sono stati 27 al Forum di Napoli e 21 a quello di Bergamo, secondo le categorie che vengono di seguito riportate:



PARTECIPANTI AL FORUM DI NAPOLI



I principali risultati emersi dai Forum Multi-stakeholder: la prospettiva territoriale

In entrambe le realtà territoriali sono emersi come rilevanti quattro temi che sono stati dibattuti dagli stakeholder in tavoli tematici, di seguito riportati, definiti in seguito ad analisi del contesto locale e al coinvolgimento diretto delle Funzioni interne alle Direzioni Regionali.

I quattro tavoli tematici



I primi due tavoli hanno trattato aspetti trasversali ad ambiti dello sviluppo economico, sociale e ambientale: il tema dello sviluppo delle competenze imprenditoriali e manageriali delle imprese con focus su internazionalizzazione, digitalizzazione, ambiente, e quello dell'innovazione, sia tecnologica, organizzativo-gestionale che sociale.

Gli altri due tavoli hanno riguardato settori specifici, considerati chiave per lo sviluppo dei territori: il settore agroalimentare e il turismo.

Di seguito si riportano le principali evidenze emerse per ogni tavolo tematico e la risposta delle Direzioni Regionali di riferimento.

FORMAZIONE PROFESSIONALE, SVILUPPO DELLE COMPETENZE IMPRENDITORIALI E SUPPORTO ALLA COMUNITÀ LOCALE



Formazione

La crescente globalizzazione, la crisi economica e la trasformazione digitale che hanno investito l'Italia negli ultimi anni hanno portato a cambiamenti strutturali nel sistema imprenditoriale italiano sia per quanto riguarda le modalità di fare impresa (modelli di business), sia le esigenze delle imprese di strumenti e competenze manageriali necessarie per rimanere competitivi sui mercati. Tale sviluppo è necessario per favorire il passaggio generazionale, i processi di crescita dimensionale e di internazionalizzazione, oltre all'innovazione, strettamente connessa alla digitalizzazione.

Sia al nord che al sud d'Italia, queste spinte evolutive trovano ancora le imprese, in particolare quelle di piccole-medie dimensioni, non sempre preparate dal punto di vista tecnico e manageriale.

CHE COSA ABBIAMO FATTO

Realizzazione di corsi di formazione per lo sviluppo di competenze manageriali:

- Intesa Sanpaolo Formazione ha realizzato il programma formativo "Skills4Business" con moduli rivolti ai clienti PMI, imprese e privati che includono diversi percorsi: Digital Transformation, Think International e Think Green. Sono state realizzate sessioni formative per le PMI delle due Direzioni Regionali. Nel dettaglio:
 - Digital Transformation, svolto in collaborazione con la Business School del Gruppo 24 ore, dove le aziende possono acquisire le competenze di base necessarie per la digitalizzazione. Il percorso prevede un innovativo check-up delle competenze digitali delle aziende partecipanti;
 - Think International, percorso formativo dove le aziende possono approfondire le logiche necessarie per il processo di internazionalizzazione del loro business;
 - Think Green, percorso formativo presente nel protocollo «Diamo credito all'agroalimentare italiano» sottoscritto dal Gruppo Intesa Sanpaolo con il Ministero delle Politiche Agricole, dedicato alle aziende del settore agroalimentare. È un percorso che ha l'obiettivo di accrescere le competenze degli imprenditori del settore agroalimentare per innovare la propria azienda e cogliere l'opportunità rappresentata dai PSR (Piani Sviluppo Rurale).

Incontri e collaborazioni con attori locali:

- La Direzione Regionale Campania, Basilicata, Calabria, Puglia e Sicilia ha organizzato incontri su territorio di concerto con Intesa Formazione, per diffondere la conoscenza del Nuovo regime di tassazione agevolata Patent box;
- La Direzione Regionale Lombardia ha attivato collaborazioni con l'Accademia Galli di Belle Arti per creare un network tra imprese locali e scuole con l'obiettivo di incentivare l'inserimento lavorativo dei giovani e per il supporto a iniziative legate all'arte e alla cultura.

Sostegno finanziario a livello locale:

- La Direzione Regionale Lombardia ha stipulato convenzioni "PerTe Prestito Con Lode" con vari istituti tecnici (Scuola di volo AIR Vergiate, T.P.S. Group di Gallarate, Fondazione ITS di Bergamo – Nuove tecnologie per il Made in Italy, IATH – Accademia Internazionale del Turismo e dell'Ospitalità) con l'obiettivo di favorire e sviluppare una formazione di alto livello. Gli accordi permettono l'accesso al credito agli studenti, a soggetti fragili e a giovani con scarse risorse costituendo un ponte per il passaggio dal mondo della formazione a quello del lavoro.

INNOVAZIONE: SUPPORTO ALLE IMPRESE E ALLE START-UP



Innovazione

L'innovazione è considerata uno degli ambiti di sviluppo a maggiore potenzialità per la crescita delle imprese. Un punto di attenzione nel Mezzogiorno è la debole connessione tra cultura manageriale del territorio e la propensione all'innovazione delle imprese dovuto alla difficoltà ad effettuare un ricambio generazionale in un contesto di imprese di piccole-medie dimensioni caratterizzate da una struttura a gestione familiare. La Lombardia si caratterizza come Regione più sviluppata rispetto al contesto italiano sia per quanto riguarda il numero di start-up e PMI innovative presenti sul territorio, sia per presenza di hub e centri di innovazione.

Gli stakeholder ritengono che sia prioritario supportare le imprese innovative e le start-up nello sviluppo di competenze imprenditoriali, nelle scelte strategiche, come ad esempio la tipologia di settore e mercato in cui inserirsi e nella realizzazione di sistemi di networking per favorire il contatto con altre imprese, investitori e attori del territorio per "fare rete". Nel contesto di oggi è importante pensare all'innovazione come elemento in grado di sviluppare un approccio al business più sostenibile, ossia più responsabile sia a livello sociale che ambientale in termini di riduzione degli impatti e gestione dei rischi. In questo senso, bisognerebbe favorire lo sviluppo di competenze e conoscenze legate a queste tematiche, ancora poco conosciute e riconosciute all'interno delle imprese, soprattutto in quelle di piccole e medie dimensioni. Infine, è fondamentale incentivare la ricerca sia pubblica che privata e facilitare la Pubblica Amministrazione nell'attivazione di progetti innovativi come ad esempio le smart-city, nella definizione di politiche tese a creare "brain hub" e reti di imprese dedicate all'innovazione, possibilmente organizzate secondo cluster di settori di sviluppo e di filiere strategiche.

CHE COSA ABBIAMO FATTO

Attivazione di sinergie tra gli attori del territorio:

- Intesa Sanpaolo ha sottoscritto un accordo con Confindustria Piccola Industria per favorire gli investimenti delle PMI in ricerca, innovazione e formazione. L'accordo "Progettare il futuro. Accelerazione, trasformazione digitale, competitività" mette a disposizione delle imprese un plafond di 90 miliardi e si concentra su indirizzi qualificanti per finanziare la crescita, accelerando gli investimenti delle imprese, sia tramite l'utilizzo di un nuovo modello di rating (capace di valorizzare gli aspetti immateriali/ intangibili insieme a quelli puramente finanziari ed economici delle singole realtà d'impresa) sia con la proposta di mirate soluzioni di finanziamento a medio-lungo termine. L'accordo prevede anche la valorizzazione dei dipendenti delle aziende con interventi di formazione e la creazione di ecosistemi o network fra imprese. Le Direzioni Regionali hanno realizzato road show sul territorio per incontrare le imprese clienti e presentare le opportunità offerte dall'accordo.

Matching tra imprese:

- È stata resa disponibile la piattaforma digitale di Intesa Sanpaolo "Tech-marketplace" che promuove l'interazione tra start-up, PMI tech e imprese favorendo l'incontro tra domanda e offerta di innovazione tecnologica. L'obiettivo è quello di realizzare partnership, accordi commerciali e acquisizioni. Lato imprese, supporta l'esplorazione di tecnologie e nuove soluzioni per le sfide di business. Per start-up e PMI fornitrici di tecnologia, agevola la ricerca di potenziali interlocutori all'interno di un network selezionato.

Strumenti a supporto delle start-up locali:

- È stato ufficializzato un nuovo modello di valutazione creditizia delle start-up denominato DATS (Due Diligence Tool Scorecard) già inserito nelle Regole di concessione del credito. Si tratta del primo modello di valutazione "forward looking" adottato da una banca per i finanziamenti in debito, basato su logiche derivate dalla valutazione degli investitori in Venture Capital, mutuando le competenze costruite negli ultimi anni all'interno del Gruppo Intesa Sanpaolo. Questo nuovo strumento consente alle imprese innovative e alla Banca di cogliere al meglio le opportunità offerte dalle misure governative e dalle agevolazioni per la crescita, recentemente estese al Piano Industria 4.0. Ad oggi la Direzione Regionale Campania, Basilicata, Calabria e Puglia ha adottato questo nuovo strumento valutativo su oltre trenta nuovi clienti.

Percorsi di internazionalizzazione per start-up Innovative e PMI:

- Si è svolto un primo appuntamento dedicato al settore Automotive volto a favorire il processo di internazionalizzazione di start-up e PMI innovative della Direzione Regionale Campania, Basilicata, Calabria e Puglia. Sono state 10 le start-up inglesi e italiane con tecnologie applicabili al settore automobilistico che hanno partecipato a “Meet the right start up!”, l’evento di matchmaking tra aziende early-stage e imprese clienti che si è tenuto a Londra dal 24 al 26 novembre all’interno del London HUB di Intesa Sanpaolo. L’iniziativa ha offerto alle start-up selezionate dall’Osservatorio dell’Innovazione di Intesa Sanpaolo e da SETSquared¹ ([i] <http://www.setsquared.co.uk/>) di presentarsi e discutere la propria proposta progettuale durante incontri one-to-one con gli investitori. I clienti hanno potuto così esplorare soluzioni d’avanguardia nel proprio segmento di business e avviare relazioni industriali fuori dai confini domestici.

Accordi con incubatori per lo sviluppo di start-up:

- La Direzione Regionale Campania, Basilicata, Calabria, Puglia e Sicilia, al fine di rafforzare i servizi legati all’innovazione, ha sottoscritto un accordo con l’Università Federico II per la creazione di un hub innovation presso il complesso universitario; anche la Direzione Regionale Lombardia ha realizzato accordi con incubatori per lo sviluppo di start-up e PMI locali.

Sviluppo di portali informativi:

- È stato realizzato “Knowledgeshare”, progetto che nasce dalla collaborazione tra l’Area Chief Innovation Officer di Intesa Sanpaolo, il Politecnico di Torino e Netval, il gruppo che raccoglie ad oggi 56 università italiane e 6 enti pubblici di ricerca non universitari: il portale di informazioni relative a brevetti e tecnologie a disposizione delle imprese in cui trovare know-how e competenze per la ricerca di soluzioni innovative a specifiche esigenze di business.

¹ Collaborazione tra cinque università leader nel campo della Ricerca: Bath, Bristol, Exeter, Southampton e Surrey

SOSTEGNO DEL SETTORE AGRICOLO E AGRO-ALIMENTARE



Sia al nord che al sud, emerge come ambito prioritario per il settore agro-alimentare la spinta verso l'innovazione tecnologica, di prodotto e di processo, in termini soprattutto di specializzazione produttiva e di creazione di filiere e distretti. La spinta all'innovazione va di pari passo allo sviluppo di competenze manageriali ed imprenditoriali delle imprese come fattore che favorisce la scelta e la corretta gestione degli investimenti. Un ulteriore elemento considerato fondamentale per il settore è l'export e l'internazionalizzazione delle imprese. Per favorire tale spinta è necessario incentivare forme di associazionismo con l'obiettivo di creare sistemi di concentrazione dell'offerta, condivisione di costi e infrastrutture.

Visti i numerosi effetti che il cambiamento climatico e il depauperamento della biodiversità del territorio e dei suoli hanno avuto sull'economia del settore negli ultimi anni, si è sviluppata una maggiore attenzione verso tipologie sostenibili di coltura e allevamento sia da parte delle imprese sia dei consumatori. La sostenibilità del settore è legata anche alla sfera sociale, in particolare nel Mezzogiorno in cui rimane ancora critica la questione legata alla tutela dei diritti umani e del lavoro.

CHE COSA ABBIAMO FATTO

Attivazione di sinergie tra gli attori del territorio:

- Intesa Sanpaolo ha sottoscritto un accordo di collaborazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (Mipaf) finalizzato a dare risposte concrete e specifiche alle aziende dell'agroalimentare sul fronte dell'accesso al credito. Attraverso l'accordo il Gruppo bancario ha reso disponibile un plafond di 6 miliardi di euro in tre anni per incentivare investimenti in innovazione, agevolare l'export e i processi di internazionalizzazione, favorire interventi di ricambio generazionale e di formazione delle risorse. All'agroalimentare lombardo l'accordo mette a disposizione 1,2 miliardi di euro in tre anni per promuovere la crescita e le opportunità di impiego lavorativo in un comparto strategico per l'economia della regione. Le Direzioni Regionali hanno realizzato road show sul territorio per incontrare le imprese clienti e presentare le opportunità offerte dall'accordo. Per accedere ai finanziamenti di Intesa Sanpaolo, le imprese del settore agricolo e agroalimentare possono contare anche sul Programma filiere, il progetto varato dalla Banca per far crescere le filiere produttive di eccellenza consentendo loro di lavorare in una logica che facilita e migliora l'accesso al credito.

Incontri e collaborazioni con attori locali:

- La Direzione Regionale Campania, Basilicata, Calabria, Puglia e Sicilia ha organizzato un tour itinerante su tutte le Regioni di competenza in collaborazione con Studi e Ricerche per il Mezzogiorno (SRM) per dare maggior impulso alla diffusione dei temi sull'agricoltura con l'obiettivo di favorire lo sviluppo del settore;
- la Direzione Regionale Lombardia è stata promotrice della sponsorizzazione del Food&Science Festival di Mantova, una tre giorni di dibattiti che ha proseguito il cammino iniziato con Expo 2015, affrontando il tema della nutrizione alla luce dell'esplosione demografica e delle opportunità offerte dalla scienza per la produttività agricola.

SOSTEGNO DEL SETTORE TURISTICO E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO LOCALE COME LEVA PER LO SVILUPPO



Turismo

Il settore del turismo è rilevante per lo sviluppo economico e sociale sia al sud che al nord, tuttavia sono emerse caratteristiche specifiche diverse tra i due territori.

Il Mezzogiorno che possiede un patrimonio ambientale e paesaggistico, artistico-culturale, enogastronomico ed è conosciuto anche per la sua cultura dell'ospitalità, presenta aspetti di miglioramento legati principalmente alla gestione e valorizzazione dei beni, delle strutture e delle infrastrutture esistenti.

Il turismo nel territorio lombardo (esclusa la città di Milano) che ha come elementi cardine le aree dei laghi (Lago di Garda, Lago di Como) e la Valtellina, quindi un turismo maggiormente legato al patrimonio naturale e paesaggistico, oltre alle eccellenze enogastronomiche del territorio, presenta ambiti di miglioramento legati alla valorizzazione dell'offerta turistica locale.

Emergono evidenze e richieste molto simili da parte degli stakeholder di entrambe i territori quali una maggiore pianificazione integrata e di lungo periodo, sia in termini di offerta turistica che di comunicazione, legata anche alla necessità di sviluppare politiche di coordinamento tra pubblico e privato. In particolare nel territorio lombardo la creazione di un'offerta integrata in grado di valorizzare tutte le specificità enogastronomiche è considerata un elemento fondamentale per lo sviluppo turistico.

Inoltre, gli stakeholder hanno evidenziato il bisogno di sviluppare percorsi di formazione specifici per il settore (hospitality, lingue, alberghiero, etc.) con l'obiettivo di accrescere le competenze in ottica di miglioramento del livello di servizio al cliente e per favorire l'innovazione (es. utilizzo di nuove tecnologie). In particolare, nel Mezzogiorno è stata sottolineata la necessità di sviluppare maggiormente le competenze specialistiche e le professionalità sul territorio da cui emerge la richiesta di allineare la formazione alle esigenze del mercato.

CHE COSA ABBIAMO FATTO

Attivazione di sinergie tra gli attori del territorio:

- Intesa Sanpaolo e "Movimento Turismo del Vino" hanno sottoscritto un accordo di collaborazione per promuovere la cultura del vino, sostenendo l'incremento dei flussi turistici in tutte le aree d'Italia a forte vocazione vitivinicola, migliorando la qualità dei servizi offerti ai turisti e aumentando le opportunità di crescita e di impiego lavorativo nei territori del vino. Intesa Sanpaolo rende disponibile da un lato il proprio portale di e-commerce "mercatometropolitano.it" dedicato all'eccellenza delle imprese italiane e alla qualità del made in Italy quale vetrina per lo sviluppo delle vendite online e dall'altro le proprie competenze per sostenere gli investimenti per la crescita e la riqualificazione delle diverse cantine;

Incontri e collaborazioni con attori locali:

- Sostegno della Direzione Regionale Lombardia a "Lake Como Net", rete d'impresa di albergatori del lago di Como nata per promuovere l'offerta turistica e supportare progetti legati alla valorizzazione del territorio;
- La Direzione Regionale Campania, Basilicata, Calabria, Puglia e Sicilia, in collaborazione con SRM ha organizzato eventi di sensibilizzazione su tematiche legate al settore turistico, considerato una delle chiavi dello sviluppo del Mezzogiorno. I principali sono stati: "Il Turismo in Salento" a Lecce e "Il Turismo nella penisola Sorrentina" a Sorrento.

CONTATTI

Intesa Sanpaolo Spa

Sede legale Piazza San Carlo 156
10121 Torino
Tel. +39 011 5551

Sede secondaria Via Monte di Pietà 8
20121 Milano
Tel. +39 02 87911

Ulteriori informazioni

Servizio Corporate Social Responsibility E-mail: csr@intesasanpaolo.com

Internet group.intesasanpaolo.com 

Realizzazione Intesa Sanpaolo Spa – Servizio Corporate Social Responsibility

Progetto grafico,
impaginazione e ipertesto Pensieri e Colori - Milano

Pubblicazione luglio 2017

Intesa Sanpaolo Spa

Sede Legale: Piazza San Carlo 156, 10121 Torino

Sede Secondaria: Via Monte di Pietà 8, 20121 Milano

Capitale sociale: 8.731.984.115,92 euro

Numero di iscrizione al Registro delle Imprese di Torino e codice fiscale 00799960158

Partita IVA 10810700152

Aderente al Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi e al Fondo Nazionale di Garanzia

Iscritta all'Albo delle Banche al n. 5361 e Capogruppo del Gruppo Bancario "Intesa Sanpaolo",

iscritto all'Albo dei Gruppi Bancari

