

Certificazione etica



AXIA FINANCIAL RESEARCH certifica che, in occasione della revisione trimestrale dei propri indici etici e Csr, in data **01/01/2009** ha attribuito a:



Le seguenti valutazioni:

Rating Etico: A++ (*)

Rating CSR : A++ (*)

I rating risultano invariati rispetto alla revisione precedente (01-10-2008).

In virtù di queste valutazioni, **AXIA FINANCIAL RESEARCH** ha provveduto a inserire il titolo all'interno dei propri Indici:

Axia Ethical Index

Axia CSR Index

Fabrizio Spagna

Presidente

Axia Financial Research

Roma, 01 Gennaio 2009

(*) *La certificazione è da considerarsi valida fino alla prossima revisione trimestrale che verrà effettuata il 01-01-2009.*

Axia srl

Via Pellegrino Matteucci, 118 – 00154 Roma
Galleria Porte Contarine, 4 - 35100 Padova
tel. +390657102644 - tel. +39049651120 - fax +390490651120 - +39.0657289606
e-mail axia@axiaonline.it

Risultati dell'attività di valutazione

Criteri negativi

Criterio	valutazione
Tabacco	AAA
Armi	AAA
Alcolici	AAA
Biotech	AAA
Gioco d'azzardo	AAA
Nucleare	AAA
Pornografia	AAA

Dall'analisi delle società rientranti nell'area di consolidamento è possibile escludere la presenza di attività legate alla produzione e commercializzazione di armi, tabacco e alcolici. Il Gruppo non è attivo nemmeno nel settore della pornografia, del nucleare, della biotecnologia e dei giochi d'azzardo.

Criteri positivi

TABELLA ASSEGNAZIONE RATING			
CRITERI	PUNTEGGIO	PESO	TOT. PARZIALE
PRODOTTO	7,777	0,586	4,6
AMBIENTE	6,25	0,536	3,4
TERRITORIALITA'	7,857	0,536	4,2
MINORANZE	7	0,536	3,8
TRASPARENZA	8,157	0,536	4,4
OPERAZIONI INTERNAZIONALI	5	1,000	5,0
CORPORATE GOVERNANCE	8,125	1,000	8,1
LAVORATORI	8,5	0,602	5,1
BILANCIO SOCIALE	6,666	1	6,7
PUNTEGGIO TOTALE			45,2
RATING STANDARDIZZATO	71,3		
RATING	A++		



I rating di AXIA FINANCIAL RESEARCH

Punteggio	Rating	Significato
Una A oppure almeno due AA	B	Società considerata non investibile secondo i criteri etici di Axia
Tutte AAA o massimo una AA	A	Società considerata investibile secondo i criteri etici di Axia

0-30		Bassa promozione dei criteri positivi. Manca all'interno dell'azienda una attenzione verso la CSR sia formale che sostanziale.
31-50	+	Media promozione dei criteri positivi. L'azienda capisce l'importanza di definirsi "socialmente responsabile" ma tende semplicemente a dichiararlo oppure a focalizzare la propria attenzione solo su alcuni aspetti.
51-80	++	Medio-alta promozione dei criteri positivi. L'azienda sta cercando di far entrare la CSR nelle strategie generali. Utilizza un modello orientato alla massimizzazione della soddisfazione di tutti gli stakeholders anche se ha ancora piccoli problemi di implementazione.
81-100	+++	Alta promozione dei criteri positivi. L'azienda non solo ha inserito la CSR tra gli obiettivi strategici ma ha posto in essere un sistema di monitoraggio dei risultati. Punta a massimizzare il valore di bilancio della "corporate reputation".