

Ethical Certification



AXIA FINANCIAL RESEARCH certifies that, with the quarterly review of Ethical and CSR family indexes, in date **10/01/2007** has attributes to:



This valuations:

Ethical Rating: A++ (*)

CSR Rating: A++ (*)

The rating have changed compared with the prior quarterly review (07-01-2007) for effect of the merger between BPU and Banca Lombarda.

Moreover, **AXIA FINANCIAL RESEARCH** attests that UBI Banca is a constituent of these ethical and CSR family indexes:

Axia Ethical Index

Axia CSR Index

Fabrizio Spagna

Chairman

Axia Financial Research

Rome, 01 October 2007

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

Ethical evaluation results

Negative screens

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

Analysing companies included in consolidation scope, it results that any of these companies invests in business of Armaments, Tobacco and Alcohol. The Group neither invests in sectors of Pornography, Nuclear power, Biotechnology and Gambling.

Qualitative Screens

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++		



Rating of 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".