

OBIETTIVI 2009

Anche in quest'anno difficile, abbiamo continuato a impegnarci per la realizzazione dei nostri obiettivi di responsabilità sociale.

| Obiettivi 2009 | Risultati |
|---|-----------|
| PERSONALE | |
| Valorizzazione delle risorse, anche attraverso la mobilità infragruppo, a sostegno degli obiettivi quali-quantitativi di ogni singola azienda del Gruppo, in un'ottica di crescita professionale | ● |
| Introduzione della forma contrattuale di "apprendistato", indirizzata prevalentemente ai ruoli di gestione commerciale, per creare e sviluppare percorsi di carriera per i giovani | ● |
| Ulteriore sviluppo dei sistemi di gestione del personale, con l'estensione degli strumenti di rilevazione del potenziale e l'attivazione di nuovi progetti per la valorizzazione delle risorse | ● |
| Affinamento del Sistema Incentivante comune adottato da Capogruppo, UBISS e Banche Rete (alla luce dell'evoluzione del contesto normativo e delle strategie aziendali), recepimento delle evoluzioni normative nei Sistemi Incentivanti delle altre società del Gruppo ed estensione progressiva alle Società Prodotto del Sistema Incentivante di Gruppo per i dirigenti | ● |
| Prosecuzione degli investimenti in formazione (in linea con il Piano Industriale 2007-2010), con la realizzazione di 91.000 giornate di formazione corrispondenti, nelle sole Banche Rete, al 2,6% delle giornate lavorative annue e pari a 5,7 giorni medi per dipendente | ● |
| Potenziamento della comunicazione interna attraverso lo sviluppo della Intranet aziendale (realizzata la fase di analisi e progettazione strutturale e grafica) | ◐ |
| SOCI E ALTRI AZIONISTI | |
| Remunerazione e valorizzazione dell'investimento compatibilmente con l'evoluzione dello scenario economico e dei mercati | ◐ |
| Miglioramento e sviluppo delle relazioni con tutti gli azionisti e la comunità finanziaria | ● |
| Miglioramento e sviluppo di iniziative tese alla realizzazione dello scopo mutualistico nei rapporti con i soci (sviluppato il nuovo pacchetto di agevolazioni per il 2010) | ◐ |
| CLIENTI | |
| Trasparenza e adeguatezza dei prodotti e servizi offerti | ● |
| Risposte adeguate alle esigenze delle famiglie e delle piccole e medie imprese per il superamento delle difficoltà prodotte dalla crisi economica in atto | ● |
| Perseguimento dell'eccellenza nella qualità, innovazione ed economicità dei prodotti e servizi e nell'attivazione di azioni commerciali mirate alle effettive esigenze della clientela | ● |
| Messa a regime dell'indagine di <i>customer satisfaction</i> | ● |
| Avvio di un piano di azione per valorizzare i punti di forza e intervenire sulle aree di miglioramento emerse dall'indagine di <i>customer satisfaction</i> | ● |
| FORNITORI | |
| Aumento dell'apertura verso il mercato, estendendo le richieste di offerta a nuovi potenziali fornitori muniti dei requisiti standard di Gruppo | ◐ |
| Miglioramento e snellimento dei processi amministrativi per minimizzare gli aspetti burocratici e garantire il massimo rispetto delle condizioni contrattuali | ◐ |
| Maggiore attenzione per gli aspetti sociali e ambientali connessi ai rapporti di fornitura | ○ |
| COLLETTIVITÀ | |
| Definizione di linee guida per l'indirizzo delle attività di promozione sociale nei diversi ambiti di intervento | ○ |
| Gestione attenta e basata su rigorosi criteri di efficacia, efficienza e coerenza con le strategie e gli obiettivi commerciali e di responsabilità sociale del Gruppo | ◐ |
| Potenziamento delle attività di comunicazione e dialogo, sia attraverso il miglioramento delle attività di rendicontazione sia attraverso lo sviluppo delle attività di ascolto intraprese | ● |
| AMBIENTE | |
| Miglioramento delle performance ambientali del Gruppo attraverso l'ottimizzazione dei consumi e la riduzione degli sprechi di energia e materie prime, il ricorso alle energie rinnovabili o a basso tenore di emissioni, la riduzione dei rifiuti e la promozione della raccolta differenziata | ● |
| Progressiva attuazione di un sistema di gestione ambientale, che includa anche il controllo degli impatti indiretti, attraverso la pianificazione di obiettivi e progetti specifici | ◐ |

● Obiettivo pienamente raggiunto ◐ Obiettivo parzialmente raggiunto ○ Obiettivo non raggiunto

PROSSIMI OBIETTIVI

Nel riconfermare l'impegno verso quegli obiettivi che non abbiamo potuto conseguire pienamente, indichiamo nuovi traguardi per l'anno in corso e per il medio termine, che rappresentano le linee guida su cui realizzeremo i nostri progetti di responsabilità sociale e rendiconteremo periodicamente i risultati ottenuti.

Personale

- Aggiornamento e valorizzazione del ruolo del Responsabile di Filiale, quale figura centrale della filiera commerciale, anche attraverso un programma formativo e di gestione del cambiamento che ne rafforzi le competenze professionali e la motivazione, per una più efficace gestione delle esigenze della clientela in un contesto di crescente complessità organizzativa e di mercato.
- Estensione della Rilevazione del Potenziale alle Società Prodotto, quale ulteriore elemento di giudizio per supportare la corretta attuazione delle politiche gestionali.
- Effettuazione di colloqui gestionali per la valorizzazione e lo sviluppo delle risorse chiave, anche in funzione del ricorso prioritario alla selezione interna per la copertura delle posizioni di responsabilità vacanti.
- Allineamento dei sistemi di incentivazione delle diverse Aziende alle Politiche di Remunerazione e Incentivazione adottate dal Gruppo, recependo le ulteriori novità normative e gli orientamenti degli Istituti di Vigilanza nazionali e internazionali.
- Affinamento dei percorsi formativi mirati per famiglia professionale (*management*, *middle-management*, talenti e risorse chiave, *professional*, specialisti, tecnico-amministrativi,

ecc.) per sviluppare ulteriormente le competenze professionali e le capacità comportamentali/manageriali del personale.

- Introduzione di percorsi formativi obbligatori per l'abilitazione al ruolo dei nuovi Responsabili di Filiale e per il rafforzamento delle competenze specialistiche degli *Account Manager Corporate* e dei *Private Banker*, al fine di accompagnarne adeguatamente la crescita professionale nell'assunzione di ruoli di maggiore responsabilità/complessità.
- Miglioramento e potenziamento della comunicazione interna, attraverso iniziative e strumenti, anche multimediali, tesi a favorire una sempre più tempestiva e sistematica circolarità delle informazioni e un maggior coinvolgimento del personale.
- Potenziamento delle attività di prevenzione in materia di salute e sicurezza sul lavoro, anche attraverso l'avvio di un programma di assistenza psicologica in materia di stress correlato al lavoro.

Soci e altri azionisti

- Perseguimento della remunerazione dell'investimento e della crescita di valore del titolo sostenibili nel medio-lungo termine, compatibilmente con le condizioni generali di mercato.



- Evoluzione delle agevolazioni offerte ai soci, in ottica di realizzazione dello scopo mutualistico.
- Sviluppo della presenza del titolo UBI Banca nei portafogli degli investitori istituzionali che investono a medio-lungo termine, con particolare riferimento al comparto degli investimenti socialmente responsabili.
- Miglioramento dei rating etici e del posizionamento in indici etici.

Clienti

- Attuazione di politiche commerciali e creditizie attente alle questioni sociali e ambientali rilevanti (es. inclusione sociale e sovraindebitamento, cambiamenti climatici).
- Rafforzamento del legame con il territorio attraverso:
 - un'elevata attenzione al sostegno delle piccole e medie imprese, potenziando le offerte settoriali specifiche e i rapporti con le Associazioni di categoria e gli Enti di garanzia;
 - modelli di servizio adeguati a sostenere la crescita del Terzo Settore e l'integrazione degli immigrati;
 - lo sviluppo del microcredito per la famiglia e per l'impresa, per favorire l'inclusione sociale e l'occupazione.
- Evoluzione delle iniziative di ascolto e dialogo, per migliorare la capacità di rispondere alle effettive esigenze di ogni segmento di clientela, e sviluppo di relazioni con le Associazioni dei consumatori, anche in rapporto agli accordi definiti a livello di sistema.
- Promozione della cultura finanziaria e dell'accesso ai servizi bancari dei giovani, anche attraverso iniziative commerciali dedicate.
- Costante miglioramento dell'accessibilità e della sicurezza delle filiali e dei canali diretti per tutti i clienti, anche rispetto ai problemi delle persone disabili.

Fornitori

- Maggiore apertura verso il mercato, estendendo le richieste di offerta a nuovi potenziali fornitori dotati dei requisiti standard di Gruppo.
- Revisione dei criteri di valutazione dei fornitori in Albo.
- Maggiore attenzione agli aspetti etici, sociali e ambientali connessi ai rapporti di fornitura.
- Costante miglioramento dei processi

amministrativi per garantire il massimo rispetto delle condizioni contrattuali, anche attraverso un adeguato monitoraggio.

Collettività

- Definizione di linee guida per la trasparenza e adeguati sistemi di monitoraggio per la verifica dei risultati delle erogazioni a favore delle organizzazioni sociali.
- Miglioramento della trasparenza e della qualità della rendicontazione sugli interventi effettuati e sulle loro ricadute sul territorio e sui beneficiari.

Ambiente

- Progressiva riduzione degli impatti ambientali diretti dell'attività in coerenza con la policy di Gruppo, con particolare riferimento a:
 - riduzione delle emissioni attraverso il ricorso alle energie rinnovabili, l'estensione dei sistemi di telegestione e l'adozione di più alti standard di efficienza energetica per gli immobili;
 - avvio di programmi di compensazione delle emissioni residue;
 - realizzazione del piano degli spostamenti casa-lavoro e attivazione di iniziative per la mobilità sostenibile;
 - progressiva implementazione di un sistema di gestione ambientale anche nella prospettiva dell'ottenimento di certificazioni ambientali;
 - iniziative di formazione e informazione per il personale.
- Avvio di misure per l'attenuazione degli impatti indiretti dell'attività, attraverso la considerazione dei rischi ambientali nella valutazione delle controparti commerciali e la partecipazione a iniziative per la diffusione di una maggiore sensibilità ambientale.

