

La responsabilità sociale e ambientale

La responsabilità sociale del Gruppo UBI Banca si fonda su un impianto valoriale che ha i suoi principali riferimenti nella Carta dei Valori e nei principi del Global Compact e trova concreta attuazione attraverso il Piano di Responsabilità Sociale. La Carta dei Valori – nata dopo un approfondito percorso di analisi e di condivisione che ha coinvolto 120 manager della Capogruppo e delle diverse Banche e Società del Gruppo – enuncia la missione, la visione e i nove valori che guidano le scelte strategiche e l’operatività quotidiana. Il Global Compact – sottoscritto nel settembre 2002 – è un appello lanciato nel 2000 dall’allora segretario generale delle Nazioni Unite Kofi Annan a tutti gli attori della società, affinché collaborino per costruire un’economia globale più equa e sostenibile.

Nel 2007, con la costituzione del Gruppo, è stato avviato un piano di lavoro che mira a creare un sistema di governo della responsabilità sociale in un’ottica di integrazione di obiettivi e progetti specifici nel piano industriale di Gruppo. Il **Piano di Responsabilità Sociale** – coerente con l’orizzonte temporale del Piano Industriale con il quale dovrà progressivamente integrarsi – identifica quattro macroaree di intervento (Corporate Governance, Gestione del Business, Gestione degli interventi sociali, Rendicontazione e Controllo), una serie di obiettivi da raggiungere e dei meccanismi/strumenti (es. Codice Etico, Policy su tematiche di CSR) necessari al conseguimento di tali obiettivi. Tutte le strutture aziendali sono coinvolte nella definizione e nel perseguimento degli obiettivi del Piano di CSR, con il supporto dello Staff Corporate Social Responsibility, che formula proposte in merito a politiche e linee guida, contribuisce al sistema di gestione e controllo, supporta il coinvolgimento degli stakeholder e presidia le attività di rendicontazione. Attraverso la progressiva integrazione degli obiettivi di responsabilità sociale nel Piano Industriale, UBI Banca persegue la convergenza delle strategie, delle politiche e degli obiettivi aziendali con i valori ed i principi di riferimento e con le aspettative degli stakeholder, per una creazione di valore sostenibile attraverso il controllo dei rischi reputazionali, l’affermazione di un’identità aziendale distintiva e il perseguimento di un clima di fiducia del personale, della base sociale e del mercato.

In tema di **Corporate Governance** nel 2008 è stata avviata, con il coinvolgimento di tutte le strutture aziendali, delle Banche Rete e delle principali Società Prodotto, la redazione del nuovo Codice Etico di Gruppo, con un lavoro di mappatura degli stakeholder e delle questioni etiche rilevanti. Attualmente è in corso l’integrazione di specifiche norme di comportamento rivolte a tutti coloro che operano con e/o per conto della Società sia all’interno sia all’esterno dell’organizzazione aziendale per assicurare la conformità della gestione non solo con i valori e principi di riferimento, ma anche con le normative di legge, i regolamenti e i codici di autodisciplina adottati. Parallelamente alla redazione del Codice Etico, nel 2008, oltre all’adozione di policy specifiche, è stata avviata, con la collaborazione di Vigeo Italia, una verifica di tutte le politiche aziendali rispetto ai temi di responsabilità sociale rilevanti.

La **Gestione del Business** è improntata all’innovazione di prodotti e servizi, modelli di approccio commerciale e processi distributivi in coerenza con le aspettative etiche, sociali ed ambientali degli stakeholder e in attuazione dello scopo mutualistico e della vocazione territoriale del Gruppo. Particolare attenzione è dedicata all’ambiente, con lo sviluppo di prodotti e servizi per l’utilizzo delle energie alternative e il risparmio energetico (es. Nuova Energia e Forza Sole per il fotovoltaico) e attività di promozione commerciale dedicate (es. la campagna di marketing ambientale in partnership con il WWF per lo sviluppo dell’home banking), e alle fasce deboli del mercato particolarmente esposte agli effetti della grave crisi economica che ha colpito anche il nostro Paese. In particolare sono stati rafforzati gli accordi con associazioni di categoria e Confidi per mantenere un adeguato livello di credito alle piccole e medie imprese e si sta avviando una partnership per lo sviluppo del microcredito quale strumento di inclusione sociale, in risposta alle emergenze dettate dall’immigrazione, dalla precarietà del lavoro e dall’ampliarsi delle aree di povertà.

La **Gestione degli Interventi Sociali** è tesa alla valorizzazione e al supporto della fitta trama di organizzazioni senza scopo di lucro e di iniziative che contribuiscono alla crescita del capitale sociale e culturale, allo sviluppo dello spirito solidaristico, al mantenimento delle tradizioni e della memoria storica e alla tutela e valorizzazione dell’ambiente urbano e naturale dei territori in cui il Gruppo opera. Nel 2008 UBI Banca ha erogato nel complesso oltre 24,3 milioni di euro (+20,3% rispetto al 2007) sotto forma di donazioni e sponsorizzazioni con il concorso della Capogruppo, delle Banche Rete, delle principali Società Prodotto e delle Fondazioni. A livello di Gruppo si segnala in particolare l’istituzione del conto corrente “CESVI sUBItto” nell’ambito di una partnership strategica e di lunga durata con CESVI, una delle principali ONG italiane attiva

nella risposta a emergenze umanitarie in tutto il mondo. Nel 2008 il conto è stato attivato per due raccolte fondi indirizzate alla clientela in occasione di due emergenze: il ciclone Sidr che ha colpito il Bangladesh e l'uragano Nargis che si è abbattuto sul Myanmar. Per il Bangladesh sono stati raccolti oltre 80.000 euro che, insieme alla pari donazione effettuata da UBI Banca, hanno consentito di ridare una casa a 450 famiglie. Per l'intervento in Myanmar il Gruppo UBI, grazie ai contributi di Banca Popolare di Bergamo e Banco di Brescia, ha potuto donare 100.000 euro, che vanno ad aggiungersi agli oltre 60.000 euro delle donazioni offerte dalla clientela.

In merito alla **Responsabilità ambientale**, nel dicembre 2008 è stata formalmente adottata la policy ambientale che identifica le modalità con cui il Gruppo UBI Banca intende gestire le proprie responsabilità di natura ambientale, sia verso la comunità in cui opera sia verso le generazioni future, in un'ottica di medio-lungo termine. La policy ambientale il Gruppo prevede fra l'altro l'attuazione di un programma di "carbon neutrality" con interventi di progressiva riduzione delle emissioni di gas serra dirette (quali ad esempio i sistemi di riscaldamento e mobilità) e indirette (energia elettrica acquistata) e compensazione delle emissioni residue.

Per quanto riguarda infine le attività di **Rendicontazione e Controllo** della responsabilità sociale ed ambientale, gli sforzi del Gruppo si sono concentrati nell'implementazione di un sistema di monitoraggio gestionale e di comunicazione interna ed esterna integrato, allineato alle *best practice* di settore e coerente con i modelli di riferimento. Il Bilancio Sociale, insieme alla sezione responsabilità sociale del sito Internet di Gruppo, è il principale strumento per la rendicontazione integrata degli aspetti economici (in particolare in termini di valore aggiunto creato e distribuito), sociali e ambientali della gestione. Nell'ambito delle sistematiche attività di coinvolgimento degli stakeholder per la verifica del livello di conoscenza e condivisione delle strategie di responsabilità sociale del Gruppo e della qualità della rendicontazione offerta rispetto alle attese, si segnala nel 2008 l'attivazione dell'indagine sistematica di *customer satisfaction* (denominata Progetto Ascolto, che comprende anche una sezione dedicata alla responsabilità sociale) e la realizzazione di quattro focus group (due a Brescia e due a Bergamo) con organizzazioni di Categoria e Organizzazioni non profit del territorio.

Il Bilancio Sociale

Il Bilancio Sociale 2008 è stato predisposto in conformità con le *Sustainability Reporting Guidelines 2006 (G3)* e il *Financial Services Sector Supplement* emanati dal Global Reporting Initiative, ed è stato sottoposto a verifica indipendente da parte della Società di revisione KPMG Spa. Il Bilancio Sociale è stato stampato in 3.500 copie e distribuito ai Soci riuniti in Assemblea insieme al fascicolo del Bilancio civilistico, d'esercizio e consolidato. Come lo scorso anno, è stata realizzata una versione sintetica in collaborazione con Società Editoriale Vita stampata in 55.000 copie e distribuita in allegato a Vita Non Profit Magazine. Sia la versione integrale che quella sintetica sono disponibili (la prima anche in lingua inglese) nella sezione responsabilità sociale del sito internet di Gruppo.

La **relazione economica** del Bilancio Sociale è incentrata sulla determinazione e distribuzione del valore aggiunto generato dalla gestione. Nel 2008 il Gruppo UBI Banca ha realizzato un valore aggiunto globale lordo, al netto delle componenti non ricorrenti, di 2,83 miliardi di euro (-17,2% rispetto al 2007), di cui il 13,6% trattenuto dall'impresa e l'86,4% distribuito agli stakeholder. Considerando le componenti non ricorrenti, il valore aggiunto globale lordo si riduce a 2,27 miliardi di euro, di cui solo l'1,2% trattenuto dall'impresa.

La **relazione sociale** rendiconta gli impegni assunti e i risultati conseguiti rispetto alle questioni etiche e sociali rilevanti per le diverse categorie di stakeholder nell'ottica di una creazione di valore sostenibile nel tempo.

La **relazione ambientale** riporta in particolare le performance del Gruppo rispetto al contenimento dei consumi di risorse, delle emissioni nocive e della produzione di rifiuti, evidenziando:

- un aumento del 16% dei consumi energetici complessivi pari a 37.595 TEP, ma con un incremento della quota di energia elettrica da fonti rinnovabili dal 61% al 71%;
- una contrazione del 10% delle emissioni di CO₂ (33.211 ton rispetto alle 36.705 ton del 2007) soprattutto per effetto della crescita della quota di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili;
- una sostanziale stabilità dei consumi di carta (9,6 milioni di kg considerando anche la carta per tabulati che nel 2007 non era inclusa nella rilevazione) e un leggero calo dei consumi di toner (16.700 kg, il 10% in meno rispetto al 2007) e dei consumi di acqua (1,4 milioni di m³, il 13% in meno rispetto all'anno precedente);
- una riduzione dell'8% dei rifiuti complessivamente prodotti (pari a 2,7 milioni di kg), per il 90% rappresentati da carta e imballaggi in carta e cartone totalmente avviati a riciclo/recupero.