

## La responsabilità sociale e ambientale

Consideriamo la responsabilità sociale come un tratto distintivo della nostra storia e della nostra identità di banca popolare cooperativa. Oggi la reinterpretiamo con strumenti nuovi e con strategie e obiettivi dichiarati, in un'ottica di sviluppo sostenibile dell'attività.

Il nostro modello di responsabilità sociale si fonda sul coinvolgimento di tutte le strutture aziendali nella definizione e nella realizzazione di obiettivi di responsabilità sociale e di sostenibilità come parte integrante della normale attività dell'impresa. 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 2009 si è lavorato alla redazione del nuovo Codice Etico del Gruppo, di cui è prevista l'approvazione entro il primo semestre 2010. Il processo ha coinvolto tutte le strutture aziendali, le Banche Rete e le principali Società Prodotto in un lavoro di mappatura degli stakeholder e di rilevazione delle questioni etiche e di responsabilità sociale rilevanti. Nel contempo, anche ai fini del Codice Etico, è stata commissionata a Vigeo – primaria società di consulenza per investitori etici – un'analisi delle politiche e procedure aziendali rispetto all'applicazione dei criteri di responsabilità sociale, in corso di completamento alla data di redazione del Bilancio.

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. Nel corso dell'anno, oltre agli interventi in favore delle famiglie e delle imprese, nell'ambito dell'impegno per lo sviluppo del microcredito per l'inclusione sociale e per il sostegno all'occupazione, sono stati attivati tre corner PerMicro (primario operatore italiano del settore del quale nell'anno si è perfezionata l'acquisizione di una quota di partecipazione) in altrettante filiali della Banca Popolare di Bergamo a Bergamo, del Banco di Brescia a Brescia e del Banco di San Giorgio a Genova.

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 di riferimento. Nel 2009 il Gruppo ha erogato nel complesso oltre 19 milioni di euro sotto forma di donazioni e sponsorizzazioni con il concorso della Capogruppo, delle Banche Rete, delle principali Società Prodotto e delle Fondazioni. Ciascuna entità opera in autonomia, in risposta alle esigenze rilevate e ritenute coerenti con i propri valori e gli obiettivi di responsabilità sociale. Si segnala in particolare la partnership di lunga durata con CESVI (una delle principali ONG italiane attiva nella risposta a emergenze umanitarie in tutto il mondo) nell'ambito della quale nel 2009 UBI Banca ha sponsorizzato l'iniziativa "One Kiss One Euro" per un importo totale di 52.926 euro devoluto al sostegno di un progetto per la sicurezza alimentare dei bambini nel Nord Uganda.

In merito alla **Responsabilità Ambientale**, il Gruppo, oltre a perseguire il pieno e sostanziale rispetto della normativa vigente, si propone di contribuire allo sviluppo economico sostenibile e al raggiungimento degli obiettivi prefissati dal protocollo di Kyoto, dando così concreta attuazione ai principi sottoscritti dal Global Compact. Testimonianza di tale impegno è il premio ricevuto nel 2010 "*Best Place for Green*" istituito da Demoskoopia, in partnership con AzzerCO2, e volto a premiare le realtà bancarie che meglio hanno comunicato l'attenzione e l'impegno verso i temi ambientali. La policy ambientale approvata nel dicembre 2008 impegna il Gruppo a ridurre il proprio impatto ambientale attraverso una gestione intelligente e responsabile sia degli impatti diretti, ovvero quelli generati dall'attività dell'impresa (es. consumi di risorse, produzione di rifiuti ed emissione di sostanze nocive) sia degli impatti indiretti, generati dai comportamenti posti in essere da soggetti terzi con i quali la Banca intrattiene rapporti, come clienti e fornitori. Oltre a controllare gli impatti diretti ed indiretti delle proprie operazioni commerciali, il Gruppo si impegna infine a diffondere una maggiore sensibilità ambientale, promuovendo il coinvolgimento responsabile non solo del proprio personale, ma anche di tutti gli stakeholder con cui interagisce e della collettività in generale.

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 economico generato e distribuito), sociali (impegni assunti, obiettivi e risultati raggiunti rispetto al soddisfacimento delle legittime aspettative degli stakeholder) e ambientali (impegni, obiettivi e risultati per il controllo degli impatti diretti e indiretti) della gestione.

Il 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 aspettative è realizzato attraverso un'apposita sezione di indagine nell'ambito dell'attività di customer satisfaction Progetto Ascolto e i focus group rivolti a esponenti di organizzazioni di categoria e non profit e condotti, a rotazione, nelle principali aree geografiche di riferimento del Gruppo (nel 2009 sei focus group a Ancona, Varese e Cuneo).

## **Il Bilancio Sociale**

Il Bilancio Sociale 2009 del Gruppo è stato predisposto in conformità con le *Sustainability Reporting Guidelines 2006 (G3)* e il *Financial Services Sector Supplement* emanate dal Global Reporting Initiative, ed è stato sottoposto a verifica indipendente da parte della Società di revisione KPMG Spa. Se ne stampano circa 3.000 copie da distribuire prevalentemente ai Soci riuniti in Assemblea. Come lo scorso anno, è stata realizzata una versione sintetica in collaborazione con Società Editoriale Vita da stampare in circa 100.000 copie e distribuire in allegato a Vita Non Profit Magazine e nelle filiali del Gruppo. Sia la versione integrale che quella sintetica sono disponibili (la prima anche in lingua inglese) nella Sezione responsabilità sociale del sito internet di Gruppo.

In funzione delle evidenze emerse dai focus group sopra citati, in questa edizione si è puntato principalmente a migliorare l'aspetto comunicativo, con un sostanziale snellimento del documento e un nuovo formato grafico, pur con una quantità e qualità di indicatori tale da garantire il mantenimento del livello B+ di applicazione del modello GRI.

In merito alla **rendicontazione economica**, che raccorda il Bilancio Sociale e il Bilancio Consolidato, si è adottato il nuovo schema di calcolo e distribuzione del valore economico generato. Nel 2009 il Gruppo UBI Banca ha generato valore economico per 3,2 miliardi di euro (-0,7% rispetto al 2008), di cui il 9,3% trattenuto dall'impresa e il 90,7% distribuito agli stakeholder.

La **rendicontazione sugli aspetti sociali** della gestione evidenzia gli impegni e i risultati nelle relazioni con i diversi stakeholder soffermandosi in particolare su alcuni temi rilevanti per il settore, anche in funzione del contesto economico di riferimento, indicati nella premessa del documento.

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

- una riduzione del 55% dei TEP consumati, derivante da un incremento della quota di energia elettrica da fonti rinnovabili dal 71% all'84%;
- una contrazione del 27% delle emissioni di CO<sub>2</sub> (28.194 ton rispetto alle 33.211 ton del 2008) soprattutto per effetto della crescita della quota di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili;
- una riduzione del 22% dei rifiuti complessivamente prodotti (pari a 2.100 tonnellate), per il 94,5% rappresentati da carta e imballaggi in carta e cartone totalmente avviati a riciclo/recupero.