

III Convegno

D.LGS. N. 254/2016

NON FINANCIAL INFORMATION

PRIME RIFLESSIONI

Milano

10 marzo 2017

Assolombarda

**Opportunità o complicati adempimenti?
Stato dell'arte e prospettive applicative**

Patrizia Giangualano

Consiglio di Sorveglianza UBIBanca

INDICE

- 1** Quadro di riferimento
- 2** Gli elementi qualificanti della sostenibilità e il ruolo della comunicazione
- 3** Gli impatti e gli oneri della comunicazione esterna
- 4** Echoes from the bottom and Tone at the top
- 5** Alcune aree di intervento del Gruppo UBIBANCA
- 6** Efficaci strumenti di lavoro

Gli elementi qualificanti della sostenibilità e il ruolo della comunicazione esterna

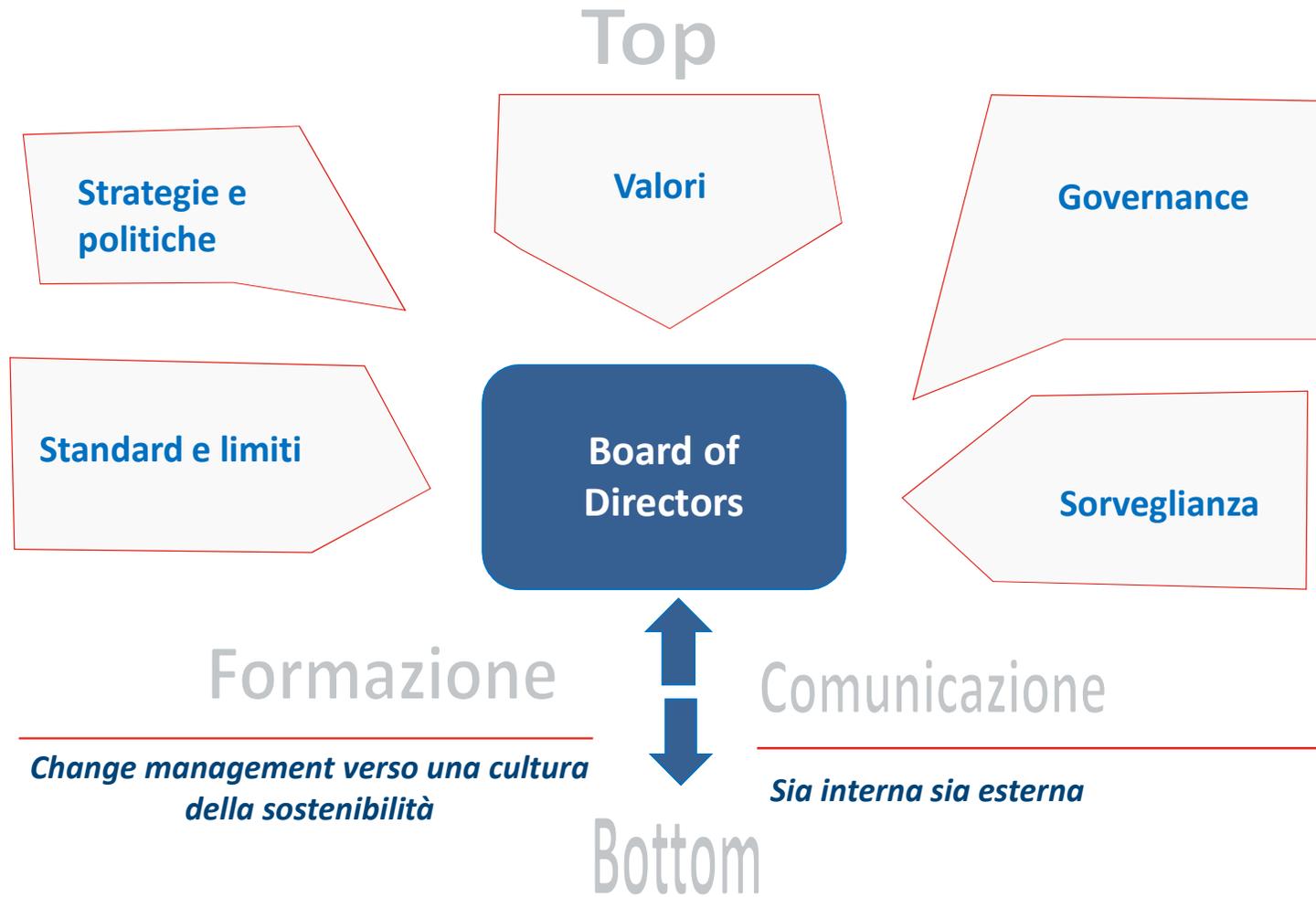
- Negli anni si è sviluppato un orientamento finalizzato a considerare quali **elementi qualificanti** al fine della **SOSTENIBILITA'** del proprio business e, quindi della **redditività** dello stesso:
 - i. le modalità di utilizzo e gestione delle risorse energetiche (rinnovabili e non) e idriche
 - ii. attenzione alle emissioni inquinanti
 - iii. Impatti su ambiente, salute, sicurezza associati ai fattori di rischi
 - iv. Aspetti sociali della gestione del personale (misure di parità di genere e dialogo con le parti sociali)
 - v. Rispetto dei diritti umani
 - vi. lotta contro la corruzione attiva e passiva
- Poiché le tematiche di cui si tratta attengono alla sfera dei valori e dei principi, per l'azienda è fondamentale **recepirla nella sostanza nella propria cultura aziendale e adottare politiche e azioni che siano in grado di perseguire e garantire lo sviluppo sostenibile.**
- L'informativa non finanziaria, anche alla luce della nuova normativa, deve essere considerata quale elemento **integrativo delle informazioni strategiche e finanziarie** al fine di valutare un'azienda e comprenderne le prospettive future

Gli impatti e gli oneri della comunicazione esterna

Comunicare all'esterno è pertanto un'attività di fondamentale importanza per i benefici che da essa possono derivare in caso di comportamenti virtuosi, ma necessita un'accurata valutazione e una specifica manutenzione. La scelta di rendere pubblica l'informativa non finanziaria si concretizza in:

- **Atto di trasparenza completa**, vengono resi noti ambiti e peculiarità specifiche che configurano elementi di differenziazione strategica (per es "Fare Banca per bene")
- **Disponibilità alla misurazione/monitoraggio da parte di terzi**, che sottintende rigore operativo
- **Apertura a nuove dinamiche di relazione** con tutti e i nuovi stakeholder
- **Aggiornamento del modello di business** con conseguenti investimenti attuativi
 - Formazione
 - Standard per la corretta ed efficace rappresentazione degli obiettivi assunti
 - Correlazione con la complessiva strategia aziendale e relative performance
- **Attivazione di nuovi strumenti e processi**, anche finalizzati al presidio e monitoraggio delle attività svolte nonché alla relativa rendicontazione
- **Attivazione di nuove interazioni tra le strutture interne all'azienda** (modifica dei profili di rilevanza ai fini dell'attuazione delle strategie aziendali)
- **Impegno sostanziale e rilevante sia dal punto di vista economico che reputazionale**

Echoes from the bottom and Tone at the top



Alcune aree di intervento del Gruppo UBIBanca

Interne

- Struttura di governance interna integrata con i rischi
- Policy ambientale (a presidio dei consumi e degli sprechi, gestione auto aziendali, etc..)
- Presenza di mobility manager, Health, Ssafety and Welfare manager
- utilizzo della carta riciclata
- Regole per la gestione rifiuti,
- Rating di legalità nella relazione con la clientela (*vantaggi operativi nella gestione della relazione con la banca es. tempistica di approvazione operazioni e condizioni*)
- Iniziative di Welfare aziendale per i dipendenti (es: nido aziendale, smart working, fondo pensione, contributi integrativi, fondo di solidarietà, iniziativa “un giorno in dono”)
- iniziative di formazione ad hoc sulle sostenibilità
-

Esterne

- Erogazione di finanziamenti ad hoc per iniziative di tutela ambientale (risparmio energetico),
- sostegno di iniziative di project financing per aziende operative nel settore o finalizzate ad attuare misure specifiche di tutela ambientale,
- Attivazione di una Business Unit “UBI Comunità” a sostegno delle esigenze di settori no profit
- Gestione dell’emissione e collocamento di social bond che prevedono la devoluzione di somme a specifiche iniziative accuratamente selezionate,
- gestione di iniziative di project finance sociale,
- sviluppo di linee di servizi per rendere disponibili strumenti di welfare aziendale alla clientela
- sostegno con finanziamenti e liberalità ad iniziative di ricerca e studi
- gestione di eventi ed iniziative sul territorio
-

7 PRINCIPI

1. Accountability
2. Transparency
3. Ethical behaviour
4. Respect for stakeholder interests
5. Respect for the rule of law
6. Respect for international norms of behavior
7. Respect for human rights

7 CORE SUBJECT

