

Bilancio della Responsabilità Sociale

07



La banca per un mondo che cambia



Bilancio *07* della Responsabilità Sociale

Bilancio della Responsabilità Sociale 07

Lettera del Presidente	4
Lettera dell'Amministratore Delegato	5
IDENTITÀ AZIENDALE	
Storia	6
BNL e BNP Paribas insieme	7
Valori del Gruppo	8
Assetto Organizzativo	9
PREMESSA METODOLOGICA E CONTESTO DI MERCATO	
Principi di redazione	12
Contesto di mercato	12
SCELTE QUALIFICANTI	
Responsabilità Sociale d'Impresa	14
Piramide LBG	16
Spirito d'Innovazione e Qualità	17
Gestione dei rischi	18
Compliance e sistema dei controlli	19
Policy armamenti ed embarghi	20
Focus sulle iniziative di etica e deontologia	21
Controlli Interni	22
Internal Auditing	23
Produzione e assistenza commerciale	23
RENDICONTO	
Risultato d'esercizio	24
Valore Aggiunto	26
Distribuzione del Valore Aggiunto	28
CLIENTI	
Divisione Retail e Private	30
Divisione Corporate	33
Ascolto	35
Presidio della Customer Satisfaction	37
Progetto PattiChiari	38
Controversie	39

PERSONE

Composizione	40
Dinamica degli organici	47
Sviluppo delle Persone	50
Comunicazione Interna	51
Pronto Risorse Umane	53
Formazione	54
Relazioni Industriali	56
Fondo di settore del credito per progetti di solidarietà-onlus	57
Fondo Pensioni del Personale BNL	57

COLLETTIVITÀ

BNL per Telethon: 16 anni di risultati per la ricerca	60
Tennis: sport per tutti	62
Associazioni	63
Partnership con AiBi, Amici dei Bambini	65
Attenzione alla cultura	65
Archivio Storico	68
Servizio Studi	69
Media Relations	70
Relazioni Istituzionali	72
Fondazione BNL	73

AMBIENTE SALUTE E SICUREZZA

Ambiente	74
Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro	75

FORNITORI

Politiche degli acquisti	76
Sistema di qualificazione dei fornitori	76

PARERE PROFESSIONALE

78

TABELLA DEGLI INDICATORI

80

indice

Lettera del Presidente



Luigi Abete
Presidente BNL
Gruppo BNP Paribas

BNL è parte integrante del Gruppo BNP Paribas, la banca per il mondo che cambia. Ciò vale soprattutto sotto il profilo della Responsabilità Sociale d'Impresa. L'attenzione allo sviluppo sostenibile espressa dalla storia di BNL trova pieno riscontro e valorizzazione nelle scelte e nei progetti di BNP Paribas.

In questa cornice di integrazione, l'anno 2007 è stato arricchito dalla realizzazione di un insieme variegato e consistente di iniziative a forte valenza etica. Esse rappresentano il punto di sintesi tra l'esperienza internazionale accumulata dalla capogruppo e la capacità di ascolto di BNL nei confronti delle istanze di cambiamento del mercato e della società italiana. La consonanza negli intenti e la convergenza nelle azioni rappresentano una chiave di lettura con cui ripercorrere quanto realizzato nel corso del 2007 e riportato in questo bilancio. Alcuni esempi meritano particolare attenzione: le esperienze di supporto alle persone disabili; l'azione svolta nel sociale dalle rispettive Fondazioni; l'impegno nella maratona di Telethon; il sostegno alla cultura, all'arte e allo sport; la comune adesione, di BNL e del Gruppo BNP Paribas, al Global Compact, il protocollo ONU sulla Responsabilità Sociale.

L'impegno di Responsabilità Sociale di BNL si sviluppa con progetti articolati su varie direttrici secondo quella che viene definita una logica "multistakeholder". Spicca in tal senso il sostegno al volontariato d'impresa, con l'iniziativa "Nel cuore di BNL" a supporto dei colleghi impegnati nel non profit. Nella stessa cornice si colloca la spinta a sviluppare una cultura della Responsabilità Sociale all'interno della banca – attraverso corsi di formazione e mediante un apposito spazio nell'intranet aziendale – e all'esterno della banca con l'impostazione di un "vortal" dedicato alla RSI sul sito ufficiale.

L'impegno etico della Banca ha fatto costante riferimento a tutti i singoli portatori d'interesse: ai clienti, al personale, ai fornitori, alla collettività, agli osservatori esterni. Si è sviluppato un dialogo con le associazioni dei consumatori e le rappresentanze sindacali. Attiva è stata la partecipazione ai progetti promossi dall'ABI nel campo della RSI. Costante è il monitoraggio delle best practices nel campo della sostenibilità.

Gli obiettivi di miglioramento che ci siamo dati operano una ragionevole mediazione tra la spinta solidale e il rispetto delle compatibilità economiche. Così riteniamo debba fare un'impresa che è comunità di interessi e che declina la promozione del cambiamento nella crescita dell'economia, nella ricerca dell'equità e nella tutela dell'ambiente. In una parola, una banca per il mondo che cambia e al servizio di uno sviluppo sostenibile.

Lettera dell'Amministratore Delegato



Fabio Gallia
Amministratore Delegato BNL
Gruppo BNP Paribas

Questo Bilancio Sociale, semplificato nella veste grafica e ricco di informazioni, si propone di illustrare in modo sintetico l'ulteriore salto di qualità compiuto da BNL anche sotto il profilo della Corporate Social Responsibility (CSR). La qualità delle scelte etiche della Banca ha accompagnato la sua storia ed ha trovato una forte corrispondenza nella cultura della capogruppo BNP Paribas.

Abbiamo pensato in primo luogo ai Clienti, monitorando costantemente il livello della loro soddisfazione, rinnovando la gamma dei prodotti e dando sostegno alle aziende operanti in tutti i segmenti del sistema produttivo. Forte impulso ha avuto la collaborazione con le imprese sociali.

I Clienti, sempre più informati ed esigenti, scelgono oggi la propria Banca di riferimento sulla base del rapporto fiduciario che instaurano con essa; per questo siamo impegnati per diventare una "banca per la collettività", improntata all'accessibilità, alla professionalità, al rispetto e alla chiarezza. Analogo impegno abbiamo profuso per ridurre l'impatto ambientale derivante dalla nostra attività, anche con una severa politica di selezione dei fornitori.

Questi risultati sono stati ottenuti - e non poteva essere diversamente - grazie all'impegno delle persone che lavorano in BNL, alla loro volontà di disegnare nell'ambito del gruppo BNP Paribas una presenza innovativa sul piano del business. Tale sforzo deriva dalla condivisione di valori comuni con la capogruppo quali la reattività, l'impegno, la creatività e l'ambizione.

BNL si propone di essere sempre di più l'interlocutore di riferimento per i Clienti. Non è soltanto l'esperienza di Telethon a favorire questa visione, ma sono le innumerevoli iniziative assunte sul territorio, le partnership sociali, il sostegno alle associazioni non profit che spiegano la fiducia riposta nella nostra Banca.

Le scelte qualificanti sul piano della CSR decise da BNL - che qui di seguito vengono espone - in tema di attenzione allo sviluppo economico, alla qualità dell'ambiente, alla sostenibilità della crescita ne sono la prova. Come anche gli obiettivi di miglioramento che completano il rendiconto 2007: ogni struttura della Banca ha delineato i propri, sulla base dell'esperienza maturata, dei traguardi ottenuti, delle necessità emerse nel dialogo con i rispettivi Clienti.

Per il 2008 siamo impegnati su nuovi obiettivi di Responsabilità Sociale: essi qualificano il cammino intrapreso da BNL sul piano dell'attenzione nei confronti della collettività e ne costituiscono la base per costruire il futuro della Banca.

IDENTITÀ AZIENDALE

Storia

Alla vigilia della Prima guerra mondiale inizia la "storia parallela" di BNP e BNL. Nel 1913 sotto il governo Giolitti, per favorire lo sviluppo del mondo della cooperazione, nasce a Roma l'Istituto Nazionale di Credito per la Cooperazione che nel 1929 si trasformerà in Istituto di Diritto Pubblico con il nome di Banca Nazionale del Lavoro.

Contemporaneamente la prima antenata della banca francese, la Comptoir National d'Escompte de la Ville de Paris e di Mulhouse del 1848, crea una filiale a Parigi, la Banque Nazionale pour le Commerce che nel 1932 diventerà BNCL. In quel periodo opera in Francia anche la Banque de Paris et des Pays-Bas – sorta con un ruolo di primo piano per finanziare il pagamento dei debiti di guerra conseguenti al conflitto franco-tedesco nel 1872 – che i clienti convenzionalmente chiamano con il nome tratto dall'indirizzo telegrafico: Paribas.

Negli anni compresi tra le due guerre mondiali BNL si sviluppa notevolmente, apre le Sezioni di credito speciale e inizia ad operare all'estero con proprie filiali. Subito dopo la Seconda guerra mondiale la Banca assume un ruolo sempre più importante nell'economia nazionale ed estende il suo intervento al finanziamento di infrastrutture, opere pubbliche e industria cinematografica.

Negli stessi anni per accompagnare finanziariamente la ricostruzione della Francia, nasce l'UEFFE che diventerà Compagnie Bancarie e tra il 1951 ed il 1953 darà vita a UCB e Cetelem per aiutare i privati nell'acquisto della casa e nel credito al consumo.

Nel corso degli anni Sessanta BNL, affiancando lo sviluppo e il consolidamento della grande impresa pubblica, raggiunge il vertice del sistema creditizio italiano e il nono posto nella classifica bancaria mondiale. In Francia, con la fusione tra Banque Nationale pour le Commerce et l'Industrie e Comptoir National d'Escompte de Paris nasce nel 1966 la Banque National de Paris BNP che presto diventa la prima banca commerciale francese.

Ambedue i gruppi bancari, al vertice dei rispettivi sistemi finanziari nazionali collaborano in questo periodo all'Abecor,

una rete di servizi reciproci tessuta per iniziativa di alcune banche europee.

Negli anni Settanta sia BNP che Paribas, allora concorrenti, aprono filiali in Italia dove anche BNL si riposiziona e si riorganizza verso il mercato retail. Nel periodo a cavallo tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta si creano le premesse per una trasformazione sul piano societario dei gruppi bancari oggi confluiti in un'unica grande realtà finanziaria internazionale.

Paribas, viene prima nazionalizzata poi privatizzata e in seguito alla fusione con la Compagnie Bancarie diventa un Gruppo. Quest'ultimo nel 2000 in seguito ad un'offerta pubblica d'acquisto si fonde con BNP.

Anche BNL che viene privatizzata nel 1998 conosce in questa fase un'intensa trasformazione. Il suo titolo entra a far parte dell'indice Mib 30. La banca diventa importante riferimento per il mercato corporate e contestualmente investe nel mercato retail, trasformandosi progressivamente in gruppo multispecialistico di servizi bancari e finanziari.

All'inizio del nuovo Millennio parte il riassetto di BNL con un Piano Operativo triennale che punta alla realizzazione di una banca finanziariamente più equilibrata, efficiente e redditizia.

È in questa fase che BNP Paribas diviene protagonista di una progressiva espansione con acquisizioni negli Stati Uniti, in Ucraina, in Turchia, in Germania che la portano ai vertici del sistema bancario europeo e internazionale e in tale quadro a scegliere BNL per posizionarsi sul mercato italiano.

BNL e BNP Paribas insieme

Il ponte che ha condotto BNL e BNP Paribas dalla fase di semplice integrazione a quella di piena operatività è stato percorso in tre tappe. Il cammino comune è iniziato nel maggio 2006. Le due realtà bancarie si uniscono: 45 gruppi di lavoro composti da 250 elementi delle due banche e da consulenti del Boston Consulting Group riescono a definire e presentare il piano industriale entro il mese di luglio. Da quei "cantieri" prende il via una successiva fase di lavoro, che coinvolge altre 800 persone, per presentare un piano dettagliato a fine 2006. In due convention dedicate alle filiere Corporate e Retail e Private viene illustrata la nuova organizzazione: vengono costituite 5 direzioni territoriali.

Compie un anno, all'inizio del 2007, il progetto di integrazione e – dopo essere stato condiviso con le organizzazioni sindacali – entra nel vivo. Siamo alla terza tappa. Vengono sperimentati sul campo i modelli e i processi operativi di Rete: grazie ad alcuni progetti pilota riguardanti le attività Retail, Private e Corporate nell'area Nord-Est, la progettazione a tavolino viene verificata nella realtà. Con successo. Lo stesso accade per i progetti pilota Rischi, sempre a Nord Est e PAC (Produzione e Assistenza Commerciale) nell'area Lazio e Sardegna.

Nel contempo tutti i direttori di agenzia – è la prima volta che accade – vengono chiamati in convention per approfondire obiettivi commerciali e nuovo sistema di incentivazione. L'obiettivo ultimo è rendere BNL una banca leader in Italia affinché di fatto possa costituire il secondo mercato domestico per il Gruppo BNP Paribas. La qualità, la dimensione internazionale e la redditività rappresentano gli elementi trainanti della strategia.

Le linee guida essenziali del progetto che in soli due anni ha condotto BNL e BNP Paribas dall'integrazione all'azione si sono fondate su un rafforzamento dell'autonomia della Rete, su un incremento dell'efficienza dei processi lavorativi, su un impegno per focalizzare sulle esigenze del cliente ogni sforzo di politica commerciale.

Per quanto riguarda l'attività Retail e Private gli obiettivi dell'integrazione si sono concretizzati nel rafforzamento delle strutture sul territorio, in una nuova segmentazione del mercato, nell'espansione della copertura territoriale e nell'innovazione e specializzazione dell'offerta multicanale. Per quanto riguarda l'attività Corporate l'obiettivo è stato sviluppare i prodotti più sofisticati a vantaggio delle piccole e medie imprese e delle amministrazioni pubbliche con l'apertura di un Italian Desk a supporto delle aziende italiane all'estero.

Particolare attenzione è stata dedicata alla gestione dei rischi con l'introduzione, grazie al Pilota Rischi, di un processo accentrato e più strutturato per la valutazione del merito di credito. Infine il Pilota PAC ha consentito di impostare una più efficace modulazione a 360 gradi delle attività di vendita. Nel corso del 2007 i nuovi modelli pilota hanno iniziato ad essere progressivamente estesi nelle aree territoriali.

L'integrazione ha dato i suoi frutti con un aumento del risultato netto di Gruppo. Attraverso alcune convention i criteri ispiratori del piano di integrazione delle due realtà sono stati trasmessi e condivisi con il middle management delle varie strutture: Corporate e Investment Banking, Corporate, Retail, Asset Management Services, International Retail Financial Services, Funzioni Centrali.

Lo spirito d'innovazione ha permeato l'intero processo di integrazione ed è stato a sua volta arricchito da un forte impulso partecipativo, con la valorizzazione di idee innovative espresse dai dipendenti individualmente e collettivamente per il miglioramento dei prodotti, dei servizi, dei processi. L'avvicinamento delle diverse realtà del Gruppo anche sul piano di una crescente "osmosi linguistica" è segno tangibile del successo ottenuto nel processo di integrazione. Quello che inizialmente era un obiettivo prioritario per il Gruppo, in tempi rapidi è diventato anche un traguardo personale di tutti i colleghi che danno vita quotidianamente all'attività bancaria di BNL e BNP Paribas.

Jean Paul Sabet
*Responsabile Progetto di Integrazione
BNL BNP Paribas*

I valori del Gruppo

Nel 2007 i valori del Gruppo BNP Paribas sono stati condivisi in BNL. Allo scopo di rafforzare una cultura comune essi sono stati posti al centro di tutte le iniziative di formazione e di tutti gli eventi aggreganti. Ad esempio, all'interno del

progetto di change management che ha coinvolto tutti i manager della Rete Retail (progetto TEAM), sono state organizzate esperienze formative comportamentali e attività di team building che hanno messo a fuoco e approfondito i diversi aspetti dei valori del Gruppo e i comportamenti manageriali ad essi collegati.



Impegno:

- impegnarsi personalmente verso i clienti interni ed esterni;
- rispondere precisamente ai bisogni e alle richieste;
- intrattenere contatti cordiali;
- sviluppare le proprie competenze professionali anche attraverso la formazione;
- favorire lo spirito di squadra agendo in maniera trasparente e cooperare spontaneamente;
- accettare le critiche e i suggerimenti.



Ambizione:

- ricercare spontaneamente di migliorare le proprie performance, anche contribuendo alla realizzazione degli obiettivi comuni;
- dare i propri suggerimenti per individuare azioni correttive.



Creatività:

- proporre innovazioni e partecipare ai cambiamenti, senza paura di esprimere il proprio punto di vista;
- essere aperti al cambiamento, prendere l'iniziativa, ricercare il miglioramento dei processi che determinano la qualità dei servizi;
- individuare nuove soluzioni ai problemi che si potranno presentare.



Reattività:

- sapersi adattare rapidamente a situazioni nuove o impreviste, coglierle come opportunità di sviluppo;
- saper integrare informazioni nuove per adattare alle attività programmate;
- saper anche fornire le prestazioni attese nei tempi richiesti, sia dai clienti interni che esterni.

Assetto Organizzativo

L'assetto organizzativo (il cui dettaglio è presente nel Bilancio d'Esercizio pubblicato nel sito www.bnl.it) distingue le Funzioni centrali della BNL S.p.A. in:

- *Linee di Business*, strutture a presidio dei mercati e a supporto delle attività commerciali della Banca;
- *Funzioni*, strutture a presidio dei processi di *governance* della Banca.

Tutte le strutture della Direzione Generale (Funzioni e Linee di Business) riportano al *General Management* (Amministratore Delegato e Direttore Generale) della Banca ove non diversamente specificato.

Inoltre le Funzioni poste a presidio dei processi di *governance* operano, per i rispettivi ambiti di competenza, in conformità alle linee guida ed alle politiche adottate dal Gruppo BNP Paribas.



Assetto di Governance

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

PRESIDENTE

Segreteria Organi Statutari

Servizio Relazioni Istituzionali
Servizio Media Relations
Servizio Studi

Comitato per il Controllo Interno
Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/01
Comitato per la Remunerazione

AMMINISTRATORE DELEGATO

DIRETTORE GENERALE

COMITATI INTERFUNZIONALI

Comitato di Direzione
Comitato Asset & Liability
Comitato Costi e Investimenti
Comitato Immobiliare
Comitato Rischi e Crediti
Comitato Investimenti Private Equity
Comitato validazione nuovi prodotti e servizi

LINEE DI BUSINESS

Divisione Retail e Private
Divisione Corporate
Divisione BNPP-BNL Corporate e Investment Banking
AMS Italia
Direzione produzione e Assistenza Commerciale*

FUNZIONI

Direzione BNL-BNPP Auditing Group Italia**
Direzione Compliance e Coord. Controlli Permanenti**
Direzione Comunicazione
Direzione Finanziaria
Direzione Immobiliare*
Direzione IT*
Direzione Legale
Direzione Rischi
Direzione Risorse Umane

* Sotto la supervisione dell'Entità "Progetti, Trasversalità, Efficacia" (PTE) creata nell'ambito della Direzione centrale

** A riporto anche del Consiglio di Amministrazione della Banca

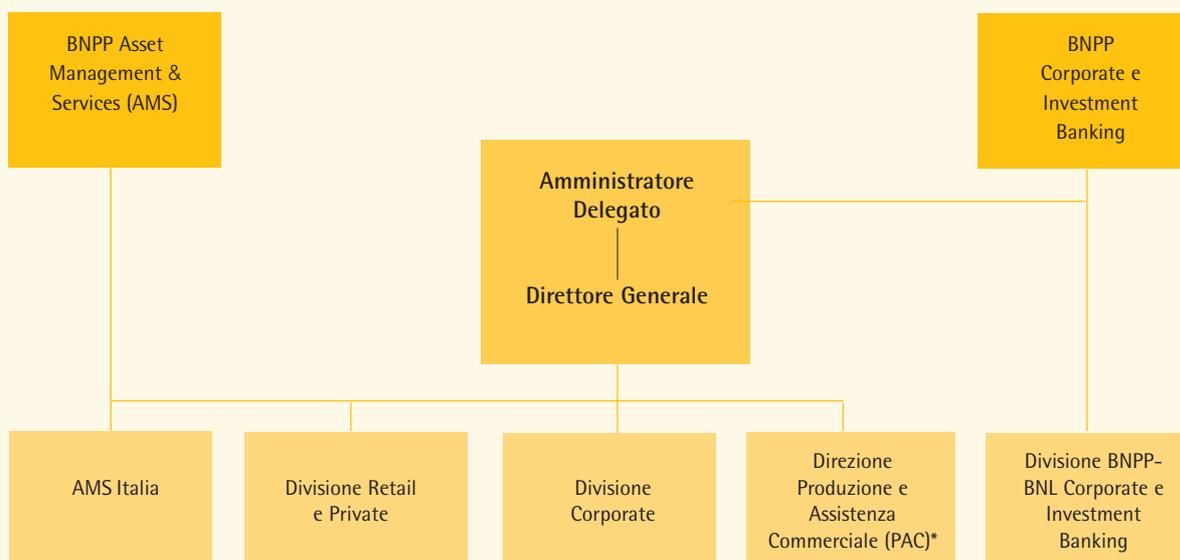
Organigramma delle Funzioni



* Sotto la supervisione dell'Entità "Progetti, Trasversalità, Efficacia" (PTE)

** A riporto anche del Consiglio di Amministrazione della Banca

Organigramma delle Linee di business



* Struttura di supporto al business sotto la supervisione dell'Entità "Progetti, Trasversalità, Efficacia" (PTE)

Comitati interfunzionali

L'assetto organizzativo della Banca prevede i *Comitati Interfunzionali* che operano quali organi di indirizzo e di governo al fine di rafforzare il presidio di governance in coerenza con le linee guida del Gruppo BNP Paribas.

I Comitati Interfunzionali operano, ove previsto, con i poteri delegati dagli Organi di Amministrazione (Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato).

Rete distributiva

Il modello distributivo di Rete (*anch'esso illustrato in dettaglio sul Bilancio d'Esercizio*) è articolato in 5 *Direzioni Territoriali*: Nord Ovest, Nord Est, Centro, Lazio e Sardegna, Sud.

Il presidio delle sinergie locali tra *Direzioni Territoriali* è affidato ai *Direttori Territoriali* delle diverse aree di competenza presenti in Rete: *Retail*, *Corporate*, *Produzione e Assistenza Commerciale*, *Rischi*.

I *Direttori* devono garantire un costante rapporto di comunicazione e collaborazione tra la *Direzione Territoriale* e quella *Centrale*, anche in ottica di *customer satisfaction* e creazione di valore per il cliente.

- 5 *Direzioni Territoriali Retail* responsabili del raggiungimento degli obiettivi commerciali e reddituali, di rischio creditizio e di *customer satisfaction* nei Mercati *Retail* e *Private* attraverso il presidio, lo sviluppo e la gestione del portafoglio Clienti, Prodotti e Canali assegnati.
- 5 *Direzioni Territoriali Corporate* responsabili del raggiungimento degli obiettivi commerciali e reddituali, di rischio creditizio e di *customer satisfaction* nei Mercati *Corporate*, *Large Corporate* e *Pubblica Amministrazione* attraverso il presidio, lo sviluppo e la gestione del portafoglio Clienti, Prodotti e Canali assegnati.
- 5 *Direzioni Territoriali di Produzione e Assistenza Commerciale* e 1 *Polo Centralizzato* responsabili del raggiungimento degli obiettivi di efficacia/efficienza delle strutture operative di servizio assegnati, al fine di massimizzare il livello di soddisfazione delle clientela esterna/interna, ottimizzare i costi operativi e presidiare i rischi di competenza.
- 5 *Direzioni Territoriali Rischi* responsabili del presidio delle attività finalizzate alla formulazione del parere vincolante, di monitoraggio e di recupero del credito di competenza, fornendo, ove necessario, un supporto tecnico specialistico ai ruoli commerciali.

La gestione dell'operatività dei servizi di sportello è attribuita alle Agenzie.

PREMESSA METODOLOGICA E CONTESTO DI MERCATO

Principi di redazione

La costruzione del Bilancio Sociale 2007 ha voluto rappresentare un momento qualificante del processo di integrazione di BNL nel Gruppo BNP Paribas. Nel rendiconto, che riguarda le attività poste in atto nel periodo compreso tra il 1 ottobre e il 31 dicembre 2007, ma anche il percorso etico attivato nei mesi precedenti dalla struttura poi confluita nella "Nuova BNL S.p.A.", è stata considerata principalmente una caratteristica tipica dell'esperienza francese: la capacità di fornire sinteticamente dati e informazioni rilevanti ai fini della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI).

Per questo, nella fase preparatoria, è stata predisposta una "guida" destinata al gruppo di lavoro chiamato a realizzare il rendiconto. I colleghi che lo hanno composto hanno così potuto facilmente ed in modo omogeneo raccogliere e produrre i dati essenziali e le notizie utili a delineare le iniziative di RSI della Banca. Le singole funzioni, attraverso i loro rappresentanti hanno realizzato – con il coordinamento dell'Unità RSI – questo documento che per quanto sintetico, rispetta i modelli di redazione suggeriti dall'Associazione Bancaria Italiana, dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale e dal Global Reporting Initiative, secondo lo standard G3, reso pubblico nel 2006.

Con riferimento all'applicazione di tale standard BNL considera raggiunto un livello pari a B+.

Il Bilancio Sociale – occorre specificarlo – analizza le scelte di responsabilità adottate da BNL nella sua nuova veste di organismo societario appartenente al Gruppo BNP Paribas. Rispetto all'anno precedente non presenta l'attività delle società collegate a BNL prima dell'incorporazione. Il documento descrive le politiche scelte nei confronti dei vari stakeholder (clienti, personale, fornitori), della collettività, dell'ambiente, del mercato territoriale di riferimento, in una logica di sviluppo sostenibile. Inoltre il rendiconto offre tabelle che esplicitano i diversi indicatori di sostenibilità, utili per una pronta verifica delle scelte etiche adottate nei vari ambiti di intervento.

Merita segnalare che Il Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2007 ha costituito il primo documento contabile della "nuova BNL S.p.A." (già BNL Progetto S.p.A.), costituita il 1° febbraio

2007, che ha beneficiato, con efficacia giuridica e contabile dal 1° ottobre 2007, del conferimento del ramo di azienda di banca commerciale da parte della "vecchia BNL", quest'ultima successivamente fusa per incorporazione nella controllante BNP Paribas.

Per tale motivo, i dati rielaborati per il calcolo del valore aggiunto da distribuire ai diversi stakeholder – aspetto questo che verrà richiamato anche nei prospetti di seguito presentati – sono esposti senza confronto temporale, in quanto il conto economico al 31 dicembre 2007 della "nuova BNL", per effetto della richiamata operazione di riorganizzazione societaria, riflette la performance del nuovo perimetro operativo della Banca per il solo ultimo trimestre dell'anno.

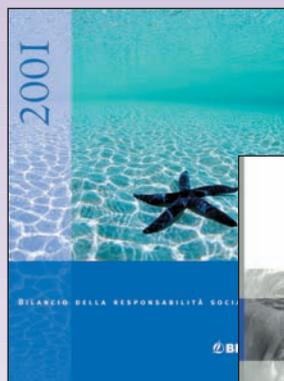
Gli obiettivi che la Banca intende conseguire sul piano della Responsabilità Sociale vengono evidenziati nel testo in corrispondenza della descrizione delle singole attività. Ciò perché la spinta al miglioramento della performance etica intende essere metodica, progressiva, ma soprattutto "trasversale" all'impegno quotidiano dell'intera azienda.

Contesto di mercato

L'economia mondiale e l'area euro

Nel corso del 2007 e ancora nel 2008 la congiuntura economica globale si è progressivamente indebolita. Connesso agli effetti delle turbolenze finanziarie, il rallentamento si è manifestato con particolare intensità in alcune economie industrializzate. Le quotazioni del petrolio hanno registrato forti accelerazioni. Oltre a limiti strutturali legati alla rigidità dell'offerta, hanno inciso fattori di natura finanziaria. Significativi incrementi hanno interessato anche le materie prime alimentari. Ne sono derivate crescenti pressioni sui prezzi al consumo.

Negli Stati Uniti, l'economia ha rallentato, risentendo della crisi dei "subprime". Il tasso di sviluppo è rimasto debole anche nella prima metà del 2008. La spesa delle famiglie ha risentito del calo della ricchezza netta. Nell'area dell'euro la crescita è stata trainata dalle esportazioni. Segnali di rallentamento sono emersi a partire dalla seconda metà del 2007. La crisi del settore



2001



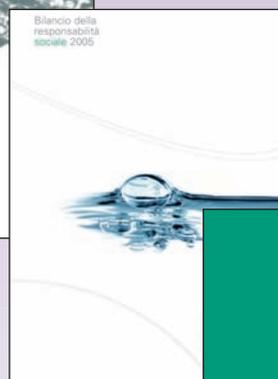
2002



2003



2004



2005



2006

Sei anni di rendicontazione sociale

immobiliare si è manifestata con particolare vigore in alcune delle principali economie dell'area. La moderata espansione del potere d'acquisto delle famiglie ha frenato i consumi. È proseguito il rialzo dell'inflazione che ha superato a luglio del 2008 il 4%, il valore più alto dalla creazione dell'area dell'euro.

L'economia italiana

Nel 2007, il Pil italiano è aumentato di circa l'1,5%. Nel corso dell'anno la congiuntura è gradualmente peggiorata creando i presupposti per un tasso di sviluppo nel 2008 non superiore al mezzo punto percentuale. Il principale contributo alla crescita è pervenuto dalla domanda estera. È mancato un adeguato rafforzamento della domanda interna.

I consumi hanno ristagnato. Sulla spesa delle famiglie ha inciso la debole crescita del reddito disponibile. Il peggioramento delle condizioni economiche ha contribuito a deteriorare il clima di fiducia che è sceso a luglio del 2008 ai minimi degli ultimi quindici anni. Una performance migliore è stata mostrata dalle esportazioni. Robusti incrementi hanno interessato le vendite in Russia e nei paesi OPEC, intercettando parte dei crescenti proventi accumulati dai paesi produttori di petrolio.

Dalla seconda metà del 2007, l'inflazione ha registrato un brusco incremento, passando dall'1,6% di agosto al 2,6% di dicembre. L'accelerazione è proseguita nel 2008, superando il 4% a luglio del 2008. L'aumento dei prezzi ha interessato prevalentemente i beni e i servizi ad alta frequenza di acquisto, come i generi alimentari e i carburanti.

L'attività creditizia

La difficile congiuntura dell'economia italiana si è riflessa in un rallentamento nell'espansione del credito bancario. Il tasso di crescita su base annua dei prestiti a residenti è passato dall'11,3% di gennaio 2007 al 10,1% di dicembre, per poi ridursi all'8,1% a giugno del 2008. Il peggioramento delle condizioni economiche si è ripercosso soprattutto sull'indebitamento delle famiglie. I prestiti alle società non finanziarie hanno invece continuato a crescere su ritmi elevati (+12,1% a giugno 2008). La raccolta del sistema bancario è rimasta ampia e vivace. La crescita annua dei depositi ha superato il 4% a dicembre del 2007 ed è salita intorno al 6% a giugno 2008. Le obbligazioni bancarie hanno segnato incrementi annui superiori al 10%. È proseguita, invece, la fase di flessione del risparmio gestito.

SCELTE QUALIFICANTI

Responsabilità Sociale d'Impresa

L'integrazione di BNL nel Gruppo sul piano della RSI si è consolidata. E' da perfezionare costantemente, com'è logico, ma è viva. Poggia su culture con vari punti in comune, valori etici analoghi e la sensazione di poter compiere un lungo pezzo di strada assieme con reciproca soddisfazione.

BNP Paribas è attore impegnato nella promozione dello sviluppo sostenibile: le sue iniziative in questo settore sono legate tradizionalmente a impegni pubblici mirati e coerenti. Fanno capo a protocolli internazionali (Global Compact, Institutional Investors Group on Climate Change (IIGCC), Carbon Disclosure Project, Enhanced Analytics Iniziative); nazionali (Osservatorio sulla Responsabilità Sociale d'Impresa (Orse), Imprese per l'ambiente (EPE); afferenti al mondo finanziario (Forum per l'investimento socialmente responsabile (FIR) e Eurosif (European Social Investment Forum)

Per BNL è positivo confrontarsi con una simile "esperienza-guida". Di qui un continuo scambio di informazioni tra Roma e Parigi, un'attenta valutazione delle iniziative di RSI realizzate dal Gruppo sui vari mercati mondiali, anche grazie alla lettura della newsletter realizzata dalla funzione Development Durable e all'ascolto delle notizie contenute nel video notiziario di Gruppo.

Con tali premesse il percorso di BNL sul sentiero della RSI è stato più deciso. L'impegno - testimoniato dalle dichiarazioni dei Dirigenti Centrali della Banca - è diventato "corale". Gli obiettivi etici delineati in passato sono stati realizzati con puntualità.

In cantiere ci sono nuove iniziative, per rilanciare e qualificare la progettualità etica della Banca, fondata sull'opzione per lo sviluppo sostenibile e articolata intorno all'equità sociale, all'efficienza economica e alla qualità dell'ambiente.

L'obiettivo ultimo è dare risposta a tutti gli stakeholder che nella BNL hanno fiducia e motivi di interesse.

Di qui i momenti di confronto appositamente preparati con le associazioni dei consumatori, con le organizzazioni sindacali, con le banche aderenti all'ABI, con quanti producono nel nostro Paese a vario titolo, nelle associazioni e nelle università, una cultura della RSI. In questo quadro rientrano le presenze garantite dalla unità RSI BNL in appositi seminari e convegni.

Citiamo ad esempio le tavole rotonde di Errepi e al Politecnico della Cultura, il Master RSI Università europea /KPMG, il Forum ABI sulla RSI, il Gruppo di lavoro ABI che ha seguito fenomeni tipo il migrant banking ed il mobility management, la partecipazione ai lavori associativi di Anima, Sodalitas, CSR Manager Network Italia, Gruppo di Frascati per Cittadinanzattiva.

Cultura dunque, ma anche pratica delle scelte responsabili. La raccolta delle informazioni, dei dati e dell'esperienza maturata nel nostro sistema-Paese sul piano etico è stata il più possibile sintetizzata per essere successivamente veicolata ai colleghi e a quanti all'esterno entrano in relazione con la Banca.

Frutti principali di tale impostazione sono stati: i corsi di formazione per i neoassunti imperniati sulla specificità dell'approccio BNL alla RSI; il rilancio ed il continuo aggiornamento del sito "Per il Sociale" sull'intranet aziendale, che ha creato una base-dati utile a quanti vogliono approfondire i temi dell'etica in BNL. Studenti e università italiane hanno attinto da questa base dati.

Articolazione pratica di questo sforzo culturale è stata l'iniziativa "Nel cuore di BNL" volta a sostenere i colleghi che si impegnano quotidianamente nel volontariato senza scopo di lucro. Numerose le associazioni non profit che oggi vengono "raccontate" sull'intranet aziendale costituendo un primo nucleo di un possibile "volontariato d'impresa".

Infine è stato impostato - con accesso dal sito web ufficiale della Banca - il progettato "vortal" dedicato alla RSI che si dipana in cinque pagine principali esaminando le scelte etiche BNL da tagli differenti: Economico, Ambientale, di





Gruppo, Sociale, Telethon; quest'ultima voce a testimonianza del valore che la banca attribuisce a tutte le iniziative di solidarietà.

Una fascia importante delle scelte di RSI riguarda l'attenzione agli stakeholder. Primo fra tutti il personale. Ad esso è stata rivolta l'indagine di clima, sviluppatasi per superare problemi avvertiti diffusamente dai colleghi attraverso uno confronto franco, impostato sul dialogo, con i responsabili degli uffici.

Si lavora ad un salto di qualità su altri "fronti etici": dalle pari

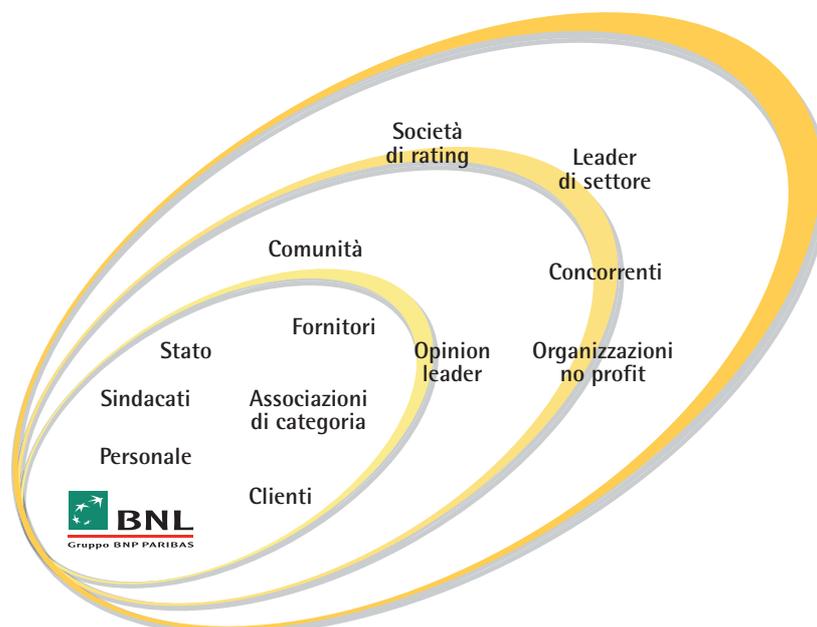
opportunità al clima aziendale, alla semplificazione degli spostamenti logistici quotidiani, all'attenzione ai colleghi affetti da forme di disabilità: quasi 500. A loro è destinato un apposito progetto.

Pianificato nel 2006 e messo a punto nell'ultimo trimestre 2007, esso intende propiziare interventi capaci di inserire con soddisfazione reciproca e a pieno titolo nella filiera produttiva queste persone, valorizzando le loro competenze professionali tramite l'utilizzo di specifici strumenti informatici e non, e di corsi ad hoc.

Ai clienti è stata dedicata attenzione dalla funzione RSI attraverso un continuo monitoraggio e confronto di benchmark circa i prodotti a valenza etica presenti nel sistema, con la continua segnalazione di esperienze interessanti, sfociata nella creazione di obbligazioni e carte prepagate per Telethon.

È proseguito il presidio della qualità etica dei fornitori della Banca e l'attenzione alle richieste degli osservatori esterni. Abbiamo risposto ad un'inchiesta della rivista Altroconsumo sugli standard etici delle banche italiane. Sono state seguite le attività di giornalisti, ricercatori e giovani studenti interessati ad approfondire le scelte di responsabilità sociale di BNL.

La mappa degli stakeholder



Piramide LBG

Gli interventi verso la collettività da parte di un'impresa responsabile vanno "gestiti". Questo significa inserirli in un quadro d'intervento razionale, capace di coniugare solidarietà e ritorno di business, iniziativa commerciale e interesse degli stakeholder.

Per effettuare al meglio questa gestione BNL ha scelto di utilizzare il modello "a piramide" del London Benchmarking Group. Esso suddivide gli interventi in quattro categorie che

si distinguono sulla base dei ritorni economici e sociali derivanti da ogni singola attività.

La prima è relativa ad erogazioni liberali senza ritorni sul marchio, la seconda è un impegno a lungo termine dell'azienda intorno ad una causa sociale, la terza riguarda la partnership anche con le organizzazioni umanitarie volte a promuovere il marchio, la quarta corrisponde ad attività di core business ad alta valenza socio-ambientale. La distribuzione degli interventi secondo il modello piramidale aiuta a rendere stabile e incisiva la gestione degli interventi verso la collettività.



LIBERALITÀ

La BNL ha sempre dimostrato sensibilità e dato concreto sostegno a iniziative "non profit". Nel 2007 è intervenuta con erogazioni liberali per circa 140 mila euro ad enti ed associazioni operanti in campo sociale e sanitario, assistenziale, culturale e scientifico. L'ammontare complessivo delle erogazioni risulta ripartito, tra le varie iniziative, come segue:

a) Assistenza sociale, sanitaria e umanitaria.

Sono stati effettuati interventi a favore di enti ed associazioni che operano a sostegno delle categorie più deboli e bisognose, quali l'infanzia abbandonata, le persone diversamente abili, i senza tetto e le persone affette da gravi malattie. Nel corso del 2007 sono stati effettuati interventi per circa 60 mila euro.

b) Cultura e ricerca scientifica.

Tra le erogazioni più significative rientranti nella categoria segnaliamo quelle a favore delle attività di ricerca per la lotta alla trombosi, per le malattie oncologiche, per la lotta all'AIDS, alla sclerosi multipla ed alla leucemia, oltre che per attività di formazione nel campo paramedico specializzato in terapie riabilitative. Nel corso del 2007 sono stati effettuati interventi per circa 30 mila euro.

c) Caritas.

È proseguito anche nel 2007 il tradizionale sostegno di BNL alle iniziative promosse dalla Caritas Diocesana - Vicariato di Roma - ed inoltre sono state effettuate tramite la stessa Caritas circa 300 oblazioni, per aderire con un aiuto diretto e concreto alle innumerevoli richieste che pervengono da persone indigenti e bisognose. Nel corso del 2007 sono stati effettuati interventi per circa 50 mila euro.

Spirito d'Innovazione e Qualità

Innovazione, qualità e incremento della competitività sono gli elementi qualificanti dell'Information Technology, quale "supporto trasversale" essenziale per la realizzazione delle strategie aziendali. È in tale contesto che si sviluppa l'operatività quotidiana dell'IT protesa alla continua ricerca e all'adozione, di strumenti e soluzioni informatiche sempre più innovative volte al progressivo miglioramento dei prodotti, dei servizi e dei processi di produzione. Ne è la conferma anche il ruolo assunto dall'IT nel 2007 quale referente dell'iniziativa "Spirito d'Innovazione" che ha visto la partecipazione fattiva, la collaborazione ed il contributo di tutte le altre Funzioni aziendali facendo leva proprio sulle capacità individuali dei dipendenti espresse in termini di creatività, di idee, di proposte e di suggerimenti.

Marc Henri Desportes
Direzione Information Technology

Lo sviluppo tecnologico, l'internazionalizzazione e le questioni ambientali, sono alcune delle sfide che oggi BNL sta affrontando con successo anche grazie alla sua capacità di stimolare idee innovative volte al raggiungimento di obiettivi sempre più ambiziosi. Non è un caso che uno dei valori di Gruppo sia proprio *la creatività*.

L'iniziativa "Spirito di Innovazione" evidenzia la determinazione di BNL a fare dell'innovazione uno dei propri principali asset in un mercato dove la ricerca e lo sviluppo giocano già un ruolo vitale. Si tratta di un'iniziativa dinamica, lanciata da BNP Paribas a livello mondiale - animata in BNL da un Team interfunzionale dedicato, coordinato da un Responsabile Innovazione - che ha come obiettivo quello di "mobilizzare" tutto il personale allo scopo di stimolare, sviluppare e valorizzare tutte le idee progettuali che risultino avere carattere innovativo.

Un momento centrale è rappresentato dagli "Innovation Days" di Parigi dove vengono premiate, nel corso di una cerimonia, le migliori espressioni innovative del Gruppo a livello mondiale. Nel 2007 BNL ha ricevuto un premio per la categoria "Prodotti e Servizi".

L'iniziativa "Spirito di Innovazione" si inserisce all'interno del perimetro della Qualità. BNL al centro del suo "fare Qualità" pone la soddisfazione del cliente e, per offrire ai suoi clienti un servizio costantemente adeguato alle nuove esigenze, ha deciso di affrontare i temi legati al mondo della qualità in modo sempre più evoluto, ancor più oggi che è parte di un Gruppo che vanta un primato per numero di certificazioni ISO 9001 acquisite. Nel 2007 BNL ha visto confermate con successo da parte dell'organismo di certificazione DNV, le sue due certificazioni ISO 9001 (erogazione del servizio di Tesoreria e cassa; progettazione ed erogazione del servizio di Formazione professionale), nonché la certificazione ISO 14001 (standard per la gestione ambientale) relativa al perimetro corrispondente alla Direzione Territoriale Nord-Ovest.



Gestione dei rischi

La gestione responsabile dei rischi, ampliata e rafforzata dall'innovazione introdotta con i principi di Basilea II e mirata al supporto al business, è l'obiettivo per garantire uno sviluppo duraturo della Banca.

Massimo Bonciani
Direzione Rischi - Direttore

Il presidio dei rischi è l'elemento fondamentale per assicurare una crescita stabile della Banca. Come ha sottolineato l'amministratore delegato della nostra capogruppo BNP Paribas, Baudouin Prot, "La crisi finanziaria ha, ancora una volta, accentuato il ruolo vitale dell'indipendenza del risk management". Proprio grazie ad una buona gestione dei rischi, BNP Paribas ha ben sopportato la crisi legata al crollo dei mutui "subprime" negli Stati Uniti.

Notevole è stata l'evoluzione compiuta per allineare BNL agli standard del Gruppo e con i principi di Basilea II. La Direzione Rischi ha svolto un'intensa attività progettuale per rafforzare il presidio del rischio di credito in tutte le sue fasi, da quelle di gestione delle singole operazioni - relative alla valutazione, monitoraggio e recupero - a quelle tipiche del risk management come la definizione di politiche di rischio, lo sviluppo di modelli di rating e scoring, la gestione in ottica di portafoglio. Sempre a fine 2007 è stato esteso a tutta la filiera corporate il nuovo processo di valutazione denominato "4 eyes" che prevede la delibera del finanziamento in capo al business, a fronte di un parere obbligatorio (*risk opinion*) dei rischi.

In questo modo BNL intensifica i suoi controlli sul processo del credito, prevedendo un "doppio esame" delle operazioni, ma al tempo stesso ricerca un miglioramento di efficienza attraverso l'aumento delle deleghe in Rete. La Banca, inoltre, svolge anche un'ampia serie di attività di monitoraggio, dal controllo dei fidi scaduti o irregolari, a quello degli inadempimenti persistenti ovvero dei crediti sconfinati o da rimborsare oltre 90-180 giorni - la cosiddetta "past due". La diminuzione degli ingressi a crediti problematici nel periodo considerato, con un tasso di decadimento annuo sensibilmente sceso, sintetizza i miglioramenti complessivi acquisiti nella gestione del rischio di credito attraverso l'uso di modelli, processi e controlli.

In una logica di adeguamento ai canoni di Basilea II, è stato introdotto il nuovo modello di rating; e a dicembre 2007, sono stati completati i modelli per la stima dell'esposizione della banca nei confronti dell'azienda al momento dell'insolvenza (*exposure at default* - EAD) e della perdita conseguente all'insolvenza (*loss given default* - LGD). L'estensione dei nuovi applicativi - pratica elettronica di fido (PEF) e fidi e garanzie - a tutto il segmento Corporate, ha permesso l'avvio nel 2008 della fase di sperimentazione ufficiale (*experience test*) prevista dalla normativa sul nuovo accordo sul capitale.

BNL, in linea con il programma già realizzato dalla capogruppo, ha avviato il progetto per la convalida del sistema di rating interno. Un traguardo pluriennale che rappresenta il coronamento delle attività progettuali indicate. Si tratta di realizzare un'ulteriore messa a punto dei modelli, dei processi e dei sistemi informatici che costituiscono il sistema di rating interno della Banca e, parallelamente, di "certificarli" da parte di una funzione di convalida, indipendente rispetto agli ambiti di sviluppo. L'obiettivo è quello di ottenere l'autorizzazione delle Autorità di Vigilanza all'utilizzo del sistema di rating per il calcolo dell'assorbimento patrimoniale.

In questo modo BNL potrà ottenere i benefici regolamentari derivanti da una buona qualità del portafoglio valorizzata dall'applicazione delle misure di Basilea II.

In conclusione, la gestione dei rischi responsabile si conferma elemento imprescindibile per garantire alla Banca uno sviluppo duraturo. La banca assolve così sia ai suoi obiettivi di impresa orientata al profitto e di crescita stabile, sia alla funzione sociale del credito che è quella di arbitro dell'economia di mercato.



Compliance e sistema dei controlli

Il nostro obiettivo è quello di sviluppare un dispositivo di compliance efficiente ed efficace che, attraverso la definizione e la diffusione di regole di comportamento e deontologiche esemplari, nonché dei necessari controlli del loro rispetto, assicuri la salvaguardia della reputazione del Gruppo e crei le condizioni più favorevoli alla generazione di valore per tutti i nostri stakeholder.

Giuseppe Crescenti
Direzione Compliance - Direttore

L'importanza della compliance ha assunto nel corso degli ultimi anni una valenza crescente, alla luce della rapida evoluzione del contesto normativo e regolamentare, sempre più incentrato sulla protezione del cliente e sulla tutela del corretto funzionamento del mercato dei capitali. Ciò anche in seguito agli scandali finanziari in Italia ed all'estero e del crescente utilizzo del sistema finanziario per attività illecite. In tale quadro, BNP Paribas per compliance intende l'insieme di principi, regole di comportamento e valori finalizzati a salvaguardare la reputazione e l'immagine del Gruppo e dei suoi collaboratori attraverso il rispetto delle norme e delle regolamentazioni interne ed esterne.

La Direttiva MiFID, le normative sulla trasparenza bancaria, la trasposizione della III Direttiva sull'antiriciclaggio, stanno determinando impatti operativi estremamente rilevanti per gli intermediari bancari e finanziari, richiedendo loro di essere conformi sempre più rapidamente al nuovo contesto regolamentare.

La Banca d'Italia ha emanato nel 2007 disposizioni di vigilanza per le banche in materia di conformità alle norme, che richiedono la costituzione della Funzione di compliance. Essa si inserisce nell'ambito del Sistema dei Controlli Interni come funzione di controllo permanente di secondo livello. La Banca d'Italia e la Consob, congiuntamente tra loro, hanno emanato il Regolamento in materia di organizzazione e procedure degli intermediari che prestano servizi di investimento o di gestione collettiva del risparmio. Esso prevede l'istituzione di funzioni permanenti di controllo di conformità alle norme.



In coerenza con i principi e le linee guida di Gruppo e strutturata già nel 2006 intorno alla Direzione Compliance e Coordinamento Controlli Permanenti di BNL, la Compliance di BNP Paribas in Italia (Compliance Italia) considera tutte le entità dei diversi poli del Gruppo BNP Paribas presenti nel territorio italiano.

La Funzione Compliance è responsabile di vigilare affinché le azioni intraprese siano coerenti con le regole di etica e di deontologia, le disposizioni legislative e regolamentari nonché i principi definiti dal Gruppo. Il rispetto di tali regole, interne ed esterne, è monitorato allo scopo di proteggere la reputazione del Gruppo BNP Paribas e della Banca, e rappresenta una responsabilità individuale di tutti i dipendenti, sia nelle Linee di Business che nelle Funzioni Centrali ed Entità del Gruppo BNP Paribas.

La Direzione assicura inoltre il coordinamento dei controlli permanenti e dei rischi operativi per il Polo BNL Banca Commerciale, ed il coordinamento della complessiva relazione con i Regulators Italiani per tutte le entità del Gruppo in Italia. Nel corso del 2007 sono stati messi a disposizione del personale i moduli e-learning dedicati alla Direttiva MiFID, alla Direttiva Market Abuse, al D.Lgs. 231/2001, cui ne seguiranno altri, in funzione dell'evoluzione del contesto normativo ed organizzativo.

Per il 2008 la Direzione punta attraverso iniziative di formazione, comunicazione e sensibilizzazione, a sviluppare una vera e propria "cultura della conformità" nel territorio italiano. Tale obiettivo verrà perseguito con la collaborazione tra la Funzione Compliance di Gruppo, la Formazione BNL e la Direzione Comunicazione.

Policy Armamenti ed Embarghi

BNL, oltre al pieno rispetto delle misure restrittive di embargo adottate dall'Unione Europea, recepisce nella propria normativa interna le Policy di Gruppo BNP Paribas in coerenza con le best practices internazionali che incoraggiano l'adeguata verifica delle transazioni (enhanced due diligence) allo scopo di contrastare i rischi di riciclaggio di denaro e di finanziamento al terrorismo ed ai programmi di proliferazione di armi di distruzione di massa.

In virtù di queste Policy, nell'ambito della gestione del rischio reputazionale e del rispetto delle misure adottate da altri paesi quando le operazioni rientrano nella giurisdizione loro, il Gruppo BNP Paribas si astiene da operazioni che coinvolgono persone o paesi oggetto di sanzioni, anche se le medesime misure non sono state adottate dall'ordinamento nazionale e comunitario, applicando in questo modo criteri ancora più stringenti di quanto previsto per legge.

Come noto, l'embargo economico e finanziario è uno strumento coercitivo, non militare, di "crisis management" internazionale. Si estrinseca in una pressione economica dosata, esercitata dalla comunità internazionale attraverso l'ONU, mirata a forzare un Paese, membro di questa, a porre in essere determinate politiche e/o ad abbandonare atteggiamenti considerati in qualche modo riprovevoli.

La dimensione giuridica degli embarghi trova riferimento nelle nozioni di diritto internazionale previste dall'ONU e dalla UE.

L'UE, ai fini dell'attuazione delle decisioni del Consiglio di Sicurezza dell'ONU in materia di embarghi o in via del tutto autonoma, adotta Regolamenti da applicare nel territorio specifico della Comunità, allorché l'oggetto della decisione rientri nel campo di applicazione del Trattato dell'UE. Non è escluso che anche il Legislatore nazionale possa affiancare il Legislatore comunitario con propri provvedimenti normativi.

Gli embarghi UE sono indirizzati verso Paesi terzi e/o persone fisiche o giuridiche, organismi e entità anche non governativi. Quanto ai loro contenuti, gli embarghi possono essere di natura:

a) Economica: restrizioni particolari o generali del commercio verso lo Stato colpito, oppure

b) Finanziaria: congelamento dei fondi e delle risorse economiche di singoli rappresentanti governativi o di organismi governativi e non.

Sono spesso presenti, nel medesimo embargo, sanzioni economiche e finanziarie.

L'elenco di persone fisiche o giuridiche, organismi e entità anche non governativi colpiti da provvedimenti di embargo del Consiglio dell'Unione Europea di natura finanziaria è contenuto nella "Lista di Sorveglianza", nella quale confluiscono anche nominativi di persone fisiche e giuridiche che, per diversi motivi, devono essere monitorate a seguito di segnalazione da parte delle Autorità e Organismi Internazionali competenti.

Codice Etico BNL e Policy Armamenti Legge 185/1990

Nell'ambito della canalizzazione dei regolamenti (e delle operazioni accessorie, quali i finanziamenti, le garanzie, ecc.) connessi alle operazioni di esportazione, importazione e transito di materiali di armamento regolate dalla Legge 9 luglio 1990, n. 185, BNL, nel quadro della propria strategia di Responsabilità Sociale, circoscrive la propria attività alle sole operazioni scambiate con Paesi UE e NATO, debitamente autorizzate dai ministeri a ciò preposti.

Annualmente, il Presidente del Consiglio dei Ministri presenta al Parlamento il "Rapporto sui lineamenti di politica del Governo in materia di esportazione, importazione e transito dei materiali d'armamento" nel cui ambito, con apposita tabella, sono resi noti i volumi degli importi autorizzati per istituto di credito.

In tale rapporto la posizione di BNL è rispecchiata dai volumi degli importi autorizzati. Avendo come riferimento il market share del 18,2% registrato nel 2002 (anno precedente alla emissione della policy di BNL), si registra un significativo ridimensionamento della presenza della Banca in tale mercato con una diminuzione progressiva al 5,21% .

Focus sulle iniziative di etica e deontologia

Modello di organizzazione, gestione e controllo

Sensibile all'esigenza prioritaria di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, BNL ha adottato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001. L'adozione e l'efficace attuazione del Modello non solo consentono alla Banca di beneficiare dell'esimente prevista dalla norma, ma rappresentano un importante strumento per migliorare anche la corporate governance della Banca. Grazie ad esso si limita il rischio di commissione dei reati e, più in generale, il rischio di non conformità dell'azienda.

Il Gruppo BNP Paribas è dotato di un "Code de Conduite" - applicato da ogni entità - che in coerenza con i suoi Valori (reattività, creatività, impegno e ambizione) declina i principi e le regole fondamentali di condotta che devono essere rispettati da parte di tutti i dipendenti, collaboratori ed esponenti aziendali.

Policy regali

Nel quadro dei principi di deontologia del Gruppo BNP Paribas, sono state recepite le regole di condotta del Gruppo in materia di "regali" - sia nel caso di regali ricevuti che offerti - che tutti i dipendenti e collaboratori sono tenuti ad adottare nelle loro relazioni commerciali/professionali con i clienti e i fornitori; ciò in quanto tra gli obiettivi primari del Gruppo vi è quello di rispettare la centralità delle

esigenze del cliente gestendo i conflitti di interesse, nonché di preservare la reputazione e l'immagine del Gruppo stesso.

Il termine regalo deve essere inteso nel senso più ampio: comprende i benefici, le liberalità, gli inviti, gli intrattenimenti di qualunque genere, materiali o immateriali qualunque ne sia la causa. È previsto uno specifico valore di riferimento entro il quale un regalo può essere considerato ragionevole. Nel caso di regalo non "ragionevole" ricevuto da un cliente e/o da un fornitore è responsabilità del destinatario rifiutarne l'accoglimento. Sono previsti peraltro possibili casi di "deroghe" comunque autorizzati per iscritto dal responsabile diretto e dalla Compliance.

Dispositivo di allerta etico

In coerenza con le scelte del Gruppo BNP Paribas, la BNL ha adottato il "dispositivo di allerta etico" che ogni collaboratore può attivare formulando specifiche segnalazioni relative alla effettiva conformità delle operazioni che realizza o di cui ha conoscenza ottenendo le relative risposte; a tale scopo potrà sottoporre il quesito innanzitutto al proprio superiore gerarchico e confrontarsi con questo. Laddove non ritenga opportuno rivolgersi al proprio superiore gerarchico potrà contattare direttamente la funzione Etica e Deontologia della Direzione Compliance.

I canali di comunicazione che possono essere utilizzati per l'invio delle segnalazioni, ivi incluse la violazione o sospetto di violazione del Codice Etico e/o del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/2001, sono, oltre alla posta ordinaria, un numero telefonico/fax dedicato ed il seguente indirizzo e-mail: allertaetico@bnlmail.com.

Controlli Interni

Il modello dei controlli interni

L'assunzione consapevole dei rischi è il concetto che permea l'attività delle Funzioni e delle Linee di business all'interno del Gruppo BNP Paribas.

Dotarsi di un adeguato Controllo Interno è, pertanto, una necessità che il Gruppo ha considerato prioritaria. L'obiettivo del Controllo Interno è infatti, quello di assicurare la gestione globale dei rischi, dando quindi ragionevole garanzia che i piani strategici definiti vengano raggiunti, attraverso:

- lo sviluppo di una "cultura del rischio" nelle risorse;
- l'efficacia e la qualità del funzionamento interno dell'azienda;
- l'attendibilità dell'informazione interna ed esterna;
- la sicurezza delle operazioni;
- la conformità alle leggi, ai regolamenti e alle politiche interne.

Il Controllo Interno si basa sui seguenti principi:

- la responsabilità di un'attività operativa comporta anche la responsabilità del rischio che tale attività genera; ne deriva l'onere della definizione e gestione di un efficace presidio di controllo.

L'applicazione di questo principio è alla base della definizione di un modello organizzativo che vede, in BNL:

- il Controllo Permanente (dispositivo continuativo di controllo dei rischi e monitoraggio della realizzazione

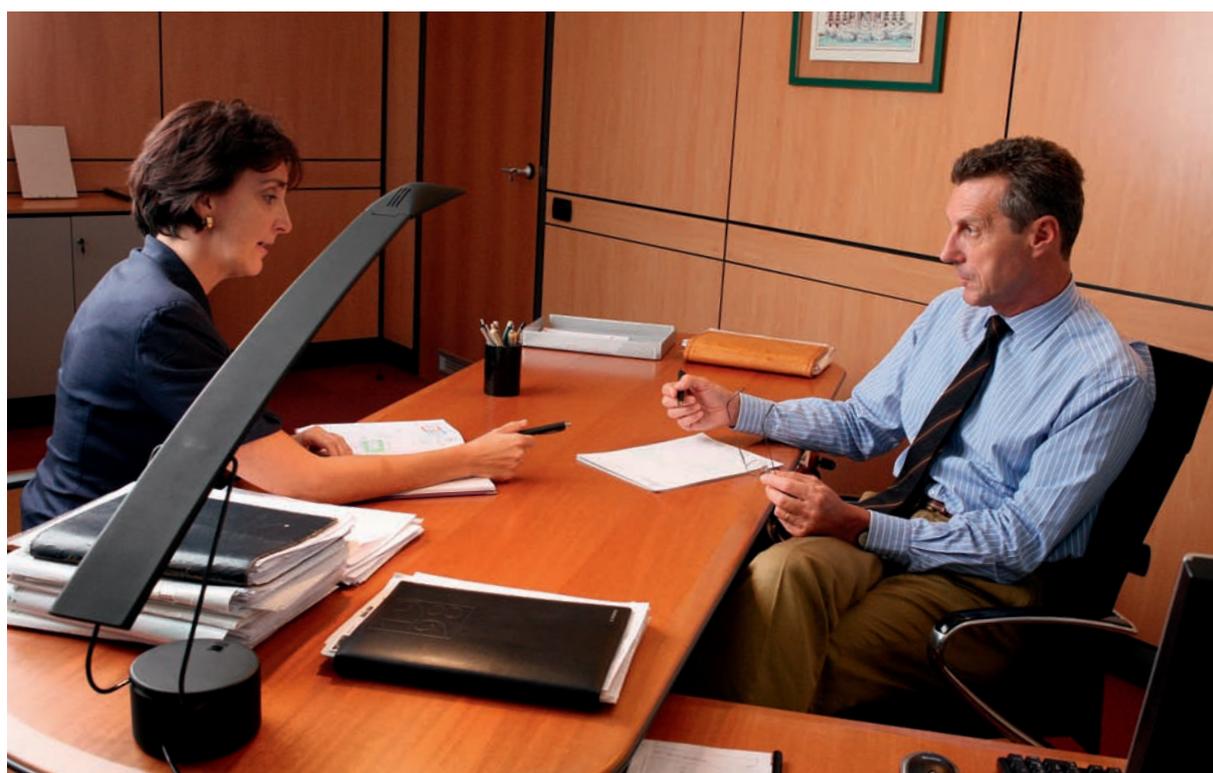
delle azioni strategiche di mitigazione degli stessi) integrato con la struttura di "Operational Risk";

- il Controllo Permanente integrato nell'organizzazione operativa delle entità del Gruppo;
- il controllo interno è parte dell'attività professionale di ciascuno, qualunque sia il suo livello di responsabilità;
- il controllo interno è esaustivo, si applica cioè a tutti i rischi e a tutte le Entità dell'organizzazione Aziendale;
- l'efficace gestione dei rischi si fonda sulla stretta separazione delle attività (origine, esecuzione, contabilizzazione, regolamento e controllo delle operazioni);
- la gestione dei rischi è resa efficace dalla presenza di un secondo livello di controllo attivabile presso una Funzione dedicata;
- il controllo interno è tracciabile.

Il Governo dei rischi ha implicato la messa in opera delle seguenti azioni:

- l'identificazione dei rischi;
- la loro valutazione e misurazione;
- l'attivazione dei controlli adeguati ai livelli di rischio identificati;
- l'implementazione delle azioni di mitigazione dei rischi;
- il monitoraggio e la rendicontazione delle azioni di cui ai punti precedenti.

Il "Controllo Periodico", incarnato dalla Funzione di Internal Auditing, completa il modello con le verifiche "ex post" dell'efficacia e qualità del dispositivo del Controllo Permanente.



Internal Auditing

L'impegno è quello di proseguire in modo incisivo e proattivo nello svolgimento del nostro ruolo nell'ambito - in continua evoluzione - dei controlli e della corporate governance, cooperando al presidio dei rischi e quindi all'accrescimento della tutela dei clienti, della trasparenza dei mercati e della stabilità del sistema.

Ilaria Baronti

Direzione BNL-BNPP Auditing Group Italia - Direttore

Nel contesto del Sistema dei Controlli Interni, la BNL attraverso la Funzione di Internal Auditing, responsabile di svolgere controlli periodici, nel 2007 ha operato in coerenza con standard internazionali e metodologie di Gruppo, e messo in esito alla propria attività le cosiddette "raccomandazioni", contributo costruttivo in termini di miglioramento dell'organizzazione.

Attraverso un'attività indipendente ed obiettiva ha informato gli Organi di Governo e di Controllo, della Banca e del Gruppo, sul presidio del livello globale del rischio residuo, concorrendo a misurare il grado di funzionalità del Sistema dei Controlli nel suo complesso.

Per una crescente efficacia di questa attività sarà cruciale nel 2008 consolidare un intenso e costante lavoro di squadra con il "Cliente Interno", l'auditato, diretto a promuovere una cooperativa azione di mitigazione dei rischi.

Produzione e assistenza commerciale

L'attività della Produzione e Assistenza Commerciale (da ora PAC) consiste nel realizzare le attività di "post vendita" e rendere operativi i servizi finanziari di vario tipo e natura (conti correnti, mutui, fidejussioni etc.) offerti dalle linee di business direttamente a contatto con i clienti esterni. Tale area costituisce per la Banca ciò che in un'impresa industriale è rappresentato dagli stabilimenti di produzione e dalla funzione logistica.

Da oltre un anno è in corso una profonda modifica nella struttura e nel funzionamento del PAC, chiamato non più e non solo a eseguire in modo preciso le operazioni di competenza, ma soprattutto a perseguire la "qualità totale" e la soddisfazione del cliente finale.

Tra i vari interventi in corso di realizzazione sotto questo profilo, particolarmente significativo è il programma ACE (Accrescimento Continuo dell'Efficacia). Si tratta di un'iniziativa che, mediante l'introduzione di tecniche informate ai principi della "qualità totale" (metodologia Lean Six Sigma) e con il diretto coinvolgimento del personale operativo, mira a ridurre gli errori e i tempi di lavorazione, con effetti chiari e immediati nei confronti dei clienti finali. Sono stati fin qui realizzati 30 progetti e altri 90 circa saranno completati nel corso del 2008, coinvolgendo complessivamente circa i 2/3 del personale dell'intera area PAC.

Sono anche in fase di realizzazione significativi investimenti in interventi formativi, tesi a migliorare il contributo delle risorse umane nella catena di creazione di valore per l'insieme degli "stakeholder", prevedendo l'erogazione di oltre 9 mila giornate di formazione nel triennio 2008-2010. La formazione sarà diretta non solo all'aggiornamento tecnico del personale, ma soprattutto a sviluppare una forte attenzione al servizio e alla soddisfazione dei bisogni e delle attese dei clienti finali.

La soddisfazione e la fidelizzazione del cliente è il risultato di un lavoro sinergico tra le diverse funzioni aziendali. L'obiettivo finale è quello di garantire performance ottimali al cliente. Il monitoraggio e la misurazione della qualità sono la base per il raggiungimento di tale obiettivo e il punto di partenza per offrire servizi sempre migliori.

Gabriella Serravalle

Direzione Produzione e Assistenza Commerciale - Direttore

RENDICONTO

Risultato d'esercizio

Nel 2007 è stato completato il piano di integrazione e riorganizzazione delle attività del Gruppo BNL nell'ambito del modello organizzativo del Gruppo BNP Paribas

Sotto il profilo societario-organizzativo, l'operazione si è realizzata con il conferimento alla *new-company* "BNL S.p.A." del ramo d'azienda di banca commerciale della "BNL *old*" e la contestuale fusione per incorporazione di quest'ultima nella controllante BNP Paribas.

L'operazione di conferimento ha avuto efficacia giuridico-contabile a partire dal 1° ottobre 2007, pertanto l'esercizio

2007 della "nuova BNL S.p.A." è coinciso di fatto con il quarto trimestre dell'anno.

Per effetto di tali accadimenti, i dati di seguito rappresentati sono esposti senza confronto temporale.

Nel suo primo periodo di attività, il conto economico della nuova BNL S.p.A. ha chiuso con una *perdita netta* di 35 milioni, dopo aver scontato svalutazioni per 52 milioni delle attività nette per imposte differite e costi straordinari di ristrutturazione per 15 milioni al netto del relativo effetto fiscale (22 milioni prima delle imposte).

Dati economici

(milioni di euro)

	Esercizio 2007
Margine di interesse	422
Margine netto dell'attività bancaria	644
Spese operative	(497)
<i>di cui: costi di ristrutturazione</i>	(22)
Risultato operativo lordo	147
Costo del rischio	(98)
Risultato operativo netto	49
Imposte dirette	(84)
<i>di cui: effetto adeguamento imposte differite</i>	(52)
Perdita d'esercizio	(35)

L'esercizio coincide con il periodo 1° ottobre-31 dicembre 2007.

I principali risultati economici intermedi evidenziano un *marginetto netto dell'attività bancaria* attestato a 644 milioni, determinato per il 65,5% del suo valore dal margine d'interesse (422 milioni), per il 31,2% dall'apporto delle commissioni nette (201 milioni) e per la parte rimanente dal risultato netto dell'operatività finanziaria (21 milioni).

Le *spese operative*, comprensive di 22 milioni di costi di ristrutturazione, si collocano a 497 milioni. Nel loro ambito le spese per il personale ammontano a 291 milioni. Le svalutazioni e

ammortamenti immobili, impianti, attrezzature e attività immateriali pari a 32 milioni, si riferiscono per 17 milioni alle attività materiali e per la parte rimanente alle attività immateriali.

Il *cost to income ratio*, nella definizione di spese operative rapportate al margine netto dell'attività bancaria, si colloca al 68,8%, se calcolato al netto dei 22 milioni di costi straordinari di ristrutturazione.

Il *risultato operativo lordo* registra nel periodo una contribuzione netta positiva pari a 147 milioni.

Le *costi per la copertura del rischio* ammontano a 98 milioni e fanno riferimento per 79 milioni a svalutazioni e accanto-

amenti netti su crediti per cassa e per firma e per 19 milioni ad accantonamenti netti per altri rischi operativi.

Dal lato dei volumi operativi, i *crediti verso clientela*, al netto delle rettifiche di valore, sono pari a 62,2 miliardi. Nei rapporti con la clientela, la qualità complessiva del portafoglio crediti trova

riscontro nel basso livello dell'incidenza delle sofferenze nette (1,4%) e degli incagli (0,9%) sul totale dei crediti verso clientela.

La *raccolta diretta da clientela* a fine 2007 è pari a 58,6 miliardi, mostrando un grado di copertura dell'attività di prestito a clientela ordinaria pari al 94,2%.

Dati patrimoniali

(milioni di euro)

	31/12/2007
Crediti verso clientela	62.244
Attività finanziarie di negoziazione e disponibili per la vendita	4.244
Totale attivo	89.607
Raccolta diretta da clientela (1)	58.553
Risparmio amministrato	27.650
Patrimonio netto	4.705

(1) Include i debiti verso clientela, i titoli in circolazione e le passività finanziarie valutate al fair value.

Indici di rischio del credito

(%)

	31/12/2007
Incidenza su crediti e clientela	
Sofferenze/Crediti a clientela	1,4
Incagli/Crediti a clientela	0,9
Crediti ristrutturati/Crediti a clientela	0,1
Crediti scaduti da oltre 180 gg./Crediti a clientela	0,2
Tasso di copertura (*)	
Sofferenze	68,3
Incagli	37,6
Ristrutturati (**)	34,8
Crediti scaduti da oltre 180 gg.	26,4
Crediti in bonis	1

(*) Rapporto tra le rettifiche di valore complessive e l'esposizione lorda per cassa.

(**) Calcolato sui crediti già al netto della perdita per ristrutturazione.

Il *patrimonio netto*, comprensivo della perdita netta di periodo, si attesta a 4.705 milioni. Al 31 dicembre 2007 il livello di

patrimonializzazione, ai fini di Vigilanza, è pari al 7,2% per il *Tier 1 ratio* e a 11,1% per il *Total risk ratio*.

Struttura patrimoniale di vigilanza

(milioni di euro e %)

	31/12/2007
Attività a rischio ponderante (RWA)	62.686
Patrimonio di vigilanza di base (Tier 1)	4.493
Patrimonio di vigilanza	6.927
Tier 1 ratio	7,2
Total risk ratio	11,1

Valore Aggiunto

Premessa

Il bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2007 ha costituito il primo documento contabile della "nuova BNL S.p.A." (già BNL Progetto S.p.A.), costituita il 1° febbraio 2007, che ha beneficiato, con efficacia giuridica e contabile dal 1° ottobre 2007, del conferimento del ramo di azienda di banca commerciale da parte della "vecchia BNL", quest'ultima successivamente fusa per incorporazione nella controllante BNP Paribas.

Per tale motivo, i dati rielaborati per il calcolo del valore aggiunto da distribuire ai diversi stakeholder, nei prospetti di seguito presentati, sono esposti senza confronto temporale, in quanto il conto economico al 31 dicembre 2007 della "nuova BNL", per effetto della richiamata operazione di riorganizzazione societaria, riflette la performance del nuovo perimetro operativo della Banca per il solo ultimo trimestre dell'anno.

Determinazione del Valore Aggiunto

La determinazione del Valore Aggiunto o "Prodotto Sociale" dell'impresa, inteso come differenza tra il totale dei ricavi netti e dei consumi intermedi (costi per beni e servizi) utilizzati, deriva da una rielaborazione delle voci del conto economico del bilancio civilistico 2007, approvato dall'Assemblea ordinaria degli azionisti riunitasi in data 28 aprile

2008, dopo aver sentito la relazione del Collegio Sindacale e preso atto della relazione rilasciata dalla Società di Revisione Contabile.

Il Valore Aggiunto esprime pertanto una grandezza monetaria sintetica in grado di evidenziare i risultati conseguiti nel rapporto con gli interlocutori interni ed esterni con i quali la Banca si relaziona, nella consapevolezza tuttavia che l'effettivo valore aggiunto creato non emerge soltanto dai prospetti contabili, ma comprende anche aspetti di natura qualitativa, sociale ed ambientale che sfuggono alla possibilità di misurazione. Di questi elementi qualitativi si tiene comunque conto nel presente documento nei capitoli relativi alle politiche sociali ed ambientali, descritte in relazione all'impatto nei confronti dei diversi stakeholder.

Sotto l'aspetto metodologico, come base di riferimento per la determinazione e distribuzione della "ricchezza prodotta", è stata scelta la configurazione di Valore Aggiunto suggerita dal Modello ABI/IBS per la redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito, aggiornato per tener conto della successiva introduzione dei principi contabili internazionali IAS/IFRS.

Come anticipato nella Premessa, essendo il periodo di riferimento di soli tre mesi (1° ottobre- 31 dicembre) i dati relativi alla determinazione e alla distribuzione del Valore Aggiunto 2007 sono esposti nei prospetti senza raffronto temporale. Nel periodo di riferimento, di fatto coincidente con il quarto trimestre 2007, la creazione di valore, denominata "Valore Aggiunto globale lordo", si è attestata a 381 milioni, di cui il 75,6% assorbito dalle risorse umane sotto forma di remunerazione diretta ed indiretta.

Determinazione del Valore Aggiunto

(euro)

1° ottobre – 31 dicembre 2007

Interessi attivi e proventi assimilati	1.043.932.650
Commissioni attive	220.815.027
Dividendi e proventi simili	59.361.760
Risultato netto dell'attività di negoziazione	(42.041.964)
Risultato netto dell'attività di copertura	1.024.259
Utili (perdite) da cessione o riacquisto di:	5.002.942
a) crediti	1.289.791
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	2.382.309
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-
d) passività finanziarie	1.330.842
Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al <i>fair value</i>	(48.853)
Altri oneri/proventi di gestione	(8.285.384)
Utili (Perdite) delle partecipazioni	462.382
TOTALE RICAVI NETTI	1.280.222.819
Interessi passivi e oneri assimilati	(649.262.303)
Commissioni passive	(19.886.857)
Altre spese amministrative (<i>al netto delle imposte indirette ed elargizioni e liberalità</i>)	(140.678.234)
Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	(53.879.275)
a) crediti	(46.347.355)
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	-
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-
d) altre operazioni finanziarie	(7.531.920)
Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	(35.444.130)
Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali	-
Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali	-
Rettifiche di valore dell'avviamento	-
TOTALE CONSUMI	(899.150.799)
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	381.072.020
Risultato netto della valutazione al <i>fair value</i> delle attività materiali e immateriali	-
Utili (Perdite) da cessione di investimenti	-
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	381.072.020
Ammortamenti	(30.999.789)
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	350.072.231
Spese per il personale	(287.806.499)
Altre spese amministrative: <i>imposte indirette</i>	(8.457.000)
Altre spese amministrative: <i>elargizioni e liberalità</i>	(4.234.027)
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	49.574.705
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	(84.618.766)
Utile (Perdita) dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	-
RISULTATO D'ESERCIZIO	(35.044.061)

Distribuzione del Valore Aggiunto

Nel prospetto di distribuzione del Valore Aggiunto è sintetizzato il rapporto di scambio con i principali *stakeholder*, interni ed esterni alla Banca: i dipendenti, gli

azionisti, lo Stato, gli enti, le istituzioni pubbliche e la collettività nonché lo stesso sistema impresa per la parte di ricchezza prodotta e investita nello sviluppo futuro dell'Azienda oppure destinata, secondo gli obblighi imposti dall'Autorità di Vigilanza, al mantenimento di adeguati livelli patrimoniali.

Prospetto Distribuzione del Valore Aggiunto

(milioni di euro)

1° ottobre - 31 dicembre 2007

A	TOTALE RICAVI NETTI	1.280
B	TOTALE CONSUMI	899
C	VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	381
D	VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	381
Ripartito tra:		
1	SOCI - Dividendi distribuiti ai soci	-
2	Risorse Umane	288
3	Sistema, enti, istituzioni (Amministrazione Centrale e periferiche)	93
	Imposte e tasse indirette e patrimoniali	8
	Imposte sul reddito dell'esercizio	85
4	Collettività e ambiente	4
	Elargizioni e liberalità	4
	Interventi di utilità sociale attuati mediante Fondazione	
5	Sistema impresa	4
	Riserve non distribuite	35
	Ammortamenti	31
	VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	381
<i>Il Valore aggiunto globale lordo risulta così distribuito percentualmente:</i>		
	Sistema impresa	1,05
	Collettività e ambiente	1,05
	Sistema, enti, istituzioni (Amministrazione Centrale e periferiche)	24,41
	Risorse Umane	75,59
	SOCI - Dividendi distribuiti ai soci	-



Divisione Retail e Private

Nel corso del 2007 la Divisione Retail e Private ha avviato importanti cambiamenti organizzativi, di servizio e di prodotto per il raggiungimento degli obiettivi del Piano industriale 2007-2009, tra cui i principali hanno riguardato:

- il Nuovo modello organizzativo della Rete;
- i nuovi modelli di segmentazione dei clienti e il rinnovamento della gamma di offerta;
- l'adeguamento dell'offerta dei servizi di investimento e del modello di servizio alla nuova normativa MiFID a tutela del cliente;
- l'avvio del programma di rinnovamento e sviluppo delle Agenzie e dei Centri Private Banking;
- lo sviluppo della multicanalità;
- la ridefinizione del sistema di misurazione e presidio della Customer Satisfaction.

I fattori chiave per la realizzazione dei cambiamenti sono stati la centralità del cliente, il rafforzamento del ruolo dei manager e la valorizzazione del contributo dei collaboratori.

Nuovo Modello di Rete

Nel corso del 2007 è stato attivato il Nuovo Modello di Rete, attraverso:

- la definizione dei perimetri geografici delle 5 Direzioni Territoriali, delle 29 Aree e dei 125 Distretti;
- la definizione della struttura organizzativa, dei dimensionamenti e dell'infrastruttura logistica;
- la predisposizione di circa 49 nuove job descriptions e la nomina di oltre 700 risorse in nuovi ruoli.

L'attivazione del Nuovo Modello è stata realizzata attraverso un completo programma di formazione residenziale e affiancamento sul campo, che ha coinvolto tutti i collaboratori con compiti manageriali: 372 tra ruoli di coordinamento di Territorio e di Area, 125 responsabili di distretto e 668 direttori di Agenzia. Nel corso di tale processo formativo e di affiancamento sono state raccolte oltre 900 segnalazioni dai partecipanti, poi "trasformate" in circa 130 progetti e classificate in 17 cantieri per sviluppare ulteriori innovazioni dei processi operativi, che saranno realizzate nel corso del 2008.

Nel 2007 la Divisione Retail e Private ha contribuito a rafforzare la dinamica delle relazioni tra banca e cliente, avviando un programma di cambiamento della gamma di prodotti, dei servizi, dei processi e delle strutture organizzative, per diventare la banca di riferimento per la qualità dei servizi e prodotti in Italia e offrire un maggior valore ai propri clienti, dipendenti e interlocutori sociali.

Stefano Calderano
Divisione Retail e Private - Direttore

Nel corso del 2008 il processo di implementazione del Nuovo Modello di Rete proseguirà attraverso un processo di formazione e affiancamento, che coinvolgerà tutto il personale commerciale e operativo delle Agenzie, per un totale di oltre 24.000 giornate di formazione dedicate a:

- *l'attivazione di nuovi modelli di servizio sui diversi segmenti, lo sviluppo di nuovi comportamenti commerciali e l'introduzione di nuovi strumenti a supporto dell'attività commerciale (piattaforma Record);*
- *l'attivazione di nuovi processi di erogazione del credito Business e Individuals, la metodologia del "4-eyes", il nuovo sistema di deleghe e l'introduzione dei nuovi applicativi informatici (PEF) a supporto dell'attività creditizia.*

Segmentazione dei clienti la nuova gamma di offerta

BNL ha condotto a termine un processo volto a migliorare il grado di conoscenza delle esigenze dei clienti e il livello

di servizio, attraverso una diversa modalità di segmentazione, che non si basa sul solo parametro della ricchezza posseduta, ma considera e valorizza la professione, l'età e il possesso prodotti.

Il processo di rinnovamento della gamma di prodotto è stato indirizzato ad offrire ai clienti, a fronte di una maggiore convenienza, maggiori benefici in termini di semplicità, trasparenza ed accessibilità:

- sul fronte dei conti correnti il Conto Revolution ha favorito la libertà di utilizzo attraverso tutti i canali, applicando il canone mensile solo in funzione della tipologia di utilizzo, risultando gratuito per utilizzi dai canali diretti (internet, telefono, ATM) e per operazioni ricorrenti (utenze domiciliate, rate mutui e prestiti...) e non prevedendo l'applicazione della commissione di massimo scoperto per utilizzi entro e fuori fido;
- sul fronte dei mutui il Mutuo BNL Revolution è andato incontro alle esigenze dei clienti di determinazione del tasso e della rata, di estensione della durata (è stato il primo sul mercato a tasso fisso fino a 40 anni) e di importo massimo finanziabile (è stato il primo sul mercato a finanziare fino al 100% del valore dell'immobile per un importo fino a 350.000 euro) e di convenienza (azzerando le spese di istruttoria);
- sul fronte dei prestiti personali il Prestito BNL Revolution è stato il primo sul mercato a offrire ai clienti, senza finalità specifiche, sia un importo massimo di 100.000 euro, sia l'estensione del piano di ammortamento fino a 120 mesi.

BNL ha altresì avviato lo studio di una gamma di prodotti socialmente responsabili, finalizzati, in particolare, a supportare la raccolta fondi per la ricerca scientifica di Telethon: a dicembre 2007 assieme al servizio RID senza commissioni per raccogliere le donazioni è stata lanciata BNL STEP per Telethon, obbligazione strutturata che ha devoluto il margine commerciale per BNL interamente alla ricerca.

Nel corso del 2008 la gamma di prodotti socialmente responsabili sarà ampliata, affiancando ai servizi di investimento le carte prepagate e sviluppando altre modalità di donazione in conto corrente e attraverso i canali diretti.



Normativa MiFID a tutela del cliente

Il 2007 ha visto l'introduzione della normativa MiFID, che ha comportato per BNL l'adeguamento attraverso una rigorosa riorganizzazione nel processo di gestione dei rapporti con i clienti nell'ottica di massimizzare l'efficienza e la trasparenza del rapporto Banca-Cliente (la nuova classificazione clienti, l'emissione e la ratifica dei Contratti Unici Finanza, la revisione dei questionari e degli algoritmi di profilazione, la conversione dei profili clienti, i processi di verifica dell'appropriatezza dei prodotti al profilo del cliente e dell'adeguatezza per le Gestioni Patrimoniali e i derivati OTC).

Nell'ambito di quanto disposto dalla normativa MiFID è stato avviato inoltre un progetto per l'introduzione delle novità normative denominato "MiFID opportunities", che si completerà nel 2008 con la definizione di un nuovo modello di consulenza in abbinamento a tutti i servizi di investimento, sempre più orientato a migliorare la qualità del servizio, fornendo informazioni e assistenza puntuale e precisa con il massimo livello di tutela per il Cliente.

UN FILM DI LUC BESSON
ARTHUR
 E IL POPOLO DEI MINIMEI

Scopri i vantaggi del nuovo
LIBRETTO BNL KIDS
 e riceverai subito
 un fantastico regalo

© 2004 EUROCOM - AMALANCHI PRODUCTIONS - OPTICUM PRODUCTIONS
 Promozione valida fino ad esaurimento omagge.
 Per maggiori dettagli sulle modalità di fruizione della promozione vai al sito bnl.it

La banca per un mondo che cambia

Multicanalità in BNL

Nel corso del 2007 è stato avviato il progetto per l'integrazione dei canali di contatto con i clienti (telefono, Internet, agenzie) per garantire una maggiore flessibilità di accesso ai servizi per il cliente, la gestione integrata delle richieste del cliente, la condivisione degli strumenti di supporto tra operatori dei diversi canali, la possibilità di fissare appuntamenti in agenzia attraverso i canali diretti (telefono e Internet).

Il Contact Center è stato integrato all'interno della Divisione Retail e Private, assumendo le funzioni di Centro Relazioni Clientela. Il cambiamento è stato attuato attraverso:

- un completo programma di formazione che ha coinvolto tutto il personale del CRC, in tre fasi che si sono concluse a gennaio 2008;
- il totale rinnovamento dell'infrastruttura tecnologica, con l'implementazione di nuovi strumenti hardware e software e l'allestimento di nuovi locali, per rendere più confortevoli gli spazi ed in generale la vita lavorativa dell'operatore telefonico.

Nel corso del 2008 gli strumenti di integrazione saranno rilasciati all'interno del programma di formazione e affiancamento del Nuovo Modello di Rete.

Canale internet (e-family BNL)

BNL ha registrato la definitiva affermazione del canale internet con riferimento al processo di progressiva migrazione dell'attività transazionale di base della clientela Retail dallo sportello verso i canali a distanza.

I sostenuti ritmi di crescita del bacino dei clienti abilitati ai Canali Diretti e l'incremento dei tassi di operatività risultanti da una proposizione più mirata dei servizi di Internet Banking verso segmenti di clientela con maggiore propensione all'utilizzo dei nuovi canali (lancio del nuovo Conto BNL Revolution), hanno determinato un significativo sviluppo dei volumi di operatività. Internet è ormai diventato il primo canale transazionale della banca, con una share superiore al 50% rispetto al totale dei canali BNL per le operazioni dispositive bancarie (con riferimento alle cosiddette operazioni "migrabili"), e del 65% per il trading.

Con riferimento all'offerta c'è stata anche una profonda revisione del posizionamento di BNL sul canale internet, che ha portato all'avvio del progetto di realizzazione del nuovo portale commerciale della Banca, ivi inclusa la migrazione dell'offerta di Internet Banking su nuova piattaforma, il cui rilascio è stato pianificato per il 2008.

Tali iniziative, oltre a portare il canale internet ad essere perfettamente integrato nel nuovo modello di servizio multicanale della Banca, mirano a sviluppare ulteriormente l'accessibilità alle informazioni ed ai servizi offerti dalla Banca sul web da parte di tutti i possibili segmenti di utenza, con particolare attenzione alla clientela diversamente abile ed a chi disponga di strumenti hardware e software limitati.

Cresce il contributo del canale internet per la ricerca scientifica, con poco meno di 2.500 versamenti a favore dell'iniziativa Telethon ed il rilascio di nuove funzionalità a fine esercizio, i cui benefici saranno evidenti a partire dal 2008, a testimonianza del continuo impegno di BNL nella raccolta di fondi.

Agenzie e Centri Private Banking

È stato avviato il programma di rinnovamento e sviluppo della rete di Agenzie e Centri Private Banking con la ristruttura-



zione di 2 Agenzie "pilota", su cui sono state applicate nuove soluzioni architettoniche e di arredamento per rendere più confortevoli gli spazi per i clienti ed il personale e introdotte innovazioni tecnologiche e di servizio:

- il posizionamento di macchine multi-funzione per estendere il servizio sulle 24 ore sui sette giorni alla settimana,
- il servizio di accoglienza per i clienti,
- un nuovo modello sicurezza per la gestione dei valori.

Il programma di ristrutturazioni coinvolgerà nel 2008 circa 50 Agenzie.

Nel frattempo è stato attuato un programma di implementazione del nuovo layout in logica modulare ("Kit of Parts"), attraverso interventi di rinnovamento degli esterni, dei locali e degli arredi, che ha coinvolto circa 50 Agenzie e che proseguirà nel 2008 su circa 200 Agenzie.

Importante è stata l'inaugurazione 8 nuovi Centri Private Banking con l'obiettivo per il 2008 di servire i clienti Private con una rete di almeno un Centro per ciascuna delle 29 Aree.

Il piano di sviluppo della rete di Agenzie prevede circa 50 nuove aperture nel corso del 2008.

Divisione Corporate

La Divisione Corporate ha rivisto il proprio modello distributivo al fine di migliorare il contatto con la clientela attraverso un rafforzamento della centralità e della flessibilità della rete. Il nuovo modello implementato si articola in 5 Direzioni Territoriali, 21 Centri d'affari e 52 Filiali. Sono stati costituiti anche 5 Trade Centers che offrono una gamma completa di prodotti, servizi e soluzioni sia alle aziende già attive sui mercati internazionali sia a quelle che puntano allo sviluppo del commercio con l'estero.

Le grandi imprese si costruiscono insieme.

Non è uno slogan, sono assolutamente convinto che soltanto una partnership stabile e duratura con la clientela crei valore per le imprese e per la Banca in modo sostenibile. La nostra missione è meritare la fiducia dei clienti e divenire per loro la banca di riferimento, il partner di business a cui affidare i propri piani di sviluppo per il futuro. Per fare questo è indispensabile mantenere vivo e costante il colloquio con gli imprenditori, valutare il merito dei loro progetti di investimento, riuscendo ad accompagnare le aziende anche in momenti cruciali della loro vita, quali le discontinuità di assetto, i processi di internazionalizzazione, il passaggio generazionale. La focalizzazione sul cliente, anche come individuo, è l'espressione concreta della nostra attenzione ai principi della responsabilità sociale, della trasparenza e della correttezza, per noi profondamente correlati alla ricerca del successo. Solo così la Banca può riuscire a dare un concreto contributo allo sviluppo della società.

Paolo Alberto De Angelis
Divisione Corporate - Direttore

Allo stesso tempo BNL ha rafforzato la rete che assiste le aziende italiane all'estero, così come le multinazionali con investimenti diretti in Italia, attraverso l'apertura di 10 Italian Desk nei paesi con più alta propensione a scambi commerciali con l'Italia.

Clientela Corporate

In un contesto di mercato teso e competitivo, contraddistinto dall'introduzione di novità legislative e da una dinamica di tassi in crescita, il Corporate è riuscito a confermare la posizione BNL di Banca di riferimento delle PMI italiane facendo leva sulle maggiori occasioni di sinergia, anche a livello internazionale, e sull'alto livello qualitativo garantito dalle proprie fabbriche prodotte e da quelle del Gruppo BNP Paribas.

Per il Corporate è stata significativa la trasformazione del modello operativo sia per quanto riguarda gli aspetti organizzativi sia per la gestione del credito. Con riferimento al modello organizzativo le aree centrali di rinnovamento sono state:

- nuova segmentazione della clientela per migliorare la qualità del servizio e facilitare le opportunità di cross-selling con CIB;
- introduzione di 25 senior banker, i Responsabili Grandi Relazioni, dedicati allo sviluppo delle relazioni con le più importanti aziende del segmento Mid Cap;
- introduzione di specialisti in tutta la rete commerciale e ampliamento dell'offerta di prodotto nel cash management, trade finance e finanza d'impresa;
- accesso al network internazionale del Gruppo BNP Paribas, presente in 85 paesi, e rafforzamento della presenza nel Mediterraneo;

Per quanto riguarda il modello di gestione del credito, l'innovazione fondamentale è stata l'introduzione della metodologia "4 eyes" che consiste nella condivisione della decisione tra strutture commerciali e creditizie.

Finanza d'impresa

La Divisione Corporate, con la struttura Finanza d'Impresa, si è proposta come interlocutore di riferimento per le PMI italiane, sostenendo in particolare i loro processi di crescita, efficientamento ed internazionalizzazione.

In tale contesto sono stati perfezionati circa 160 finanziamenti, in prevalenza a medio termine, privilegiando l'attenzione ad iniziative imprenditoriali che accanto alla propria

valenza economica avessero importanti connotati sociali culturali ed ambientali.

Il crescente sviluppo di attività imprenditoriali connesse alla tutela ambientale e sviluppo sostenibile del territorio ha in particolare favorito attività di origination per interventi a sostegno delle imprese attive nel settore della produzione di energia da fonti rinnovabili (eolico, fotovoltaico, biomasse e di raccolta e trattamento di rifiuti). Si segnalano alcuni finanziamenti: uno nel Nord Est per la realizzazione e gestione di un parco fotovoltaico di 4 MW, uno a supporto finanziario della costruzione e gestione di 3 reti di teleriscaldamento in Lombardia, un altro a favore di una società del Centro Italia finalizzato alla realizzazione di un impianto di trattamento per rifiuti solidi urbani.

Il settore idrico permane altro segmento di riferimento per l'attività creditizia: al termine del 2007 è stato in tal senso definito un finanziamento "corporate basis" di € 68 milioni a supporto della società che gestisce il servizio idrico integrato nel territorio di Mantova.

Nel settore della sanità è proseguito l'impegno nel finanziamento di progetti ad elevata valenza sociale. Si segnala al riguardo l'accordo con un importante gruppo internazionale per l'assistenza finanziaria a supporto di un progetto di ampio respiro nel settore della gestione di residenze sanitarie assistenziali (RSA) e che ha visto al termine dell'anno l'organizzazione di un finanziamento di € 10 milioni a sostegno della prima iniziativa in tale ambito.

Con riferimento alle attività che hanno visto la Finanza d'Impresa intrattenere rapporti anche con le istituzioni finanziarie sovranazionali con positivo impatto sociale, si segnala il perfezionamento di un contratto di finanziamento di € 120 milioni con la Banca di Sviluppo del Consiglio d'Europa (BSCE), a fronte di progetti di edilizia sociale da finanziarsi mediante la concessione di mutui edilizi agevolati a favore di soggetti titolari di basso reddito non proprietari di abitazione.

Nell'ambito dell'operatività di finanza agevolata si segnala la gestione del Fondo di rotazione "Foncoper" destinato alla "promozione e sviluppo della cooperazione" e, pertanto, al sostegno del mondo cooperativo e mutualistico, mediante la concessione di finanziamenti agevolati a PMI. Nell'ambito di tale operatività ha assunto un importante rilievo l'attività svolta dalla BNL nel comparto delle "Cooperative Sociali", in favore delle quali sono stati deliberati finanziamenti destinati alla realizzazione di strutture per l'assistenza a soggetti svantaggiati (sostegno a disabili o persone anziane) o a favore di cooperative di produzione e lavoro.

Cash Management

È iniziata l'operatività del Cash Management nell'ambito del nuovo modello di business sviluppato dopo l'ingresso nel Gruppo BNP Paribas, che grazie all'expertise sviluppata e alla priorità strategica attribuita a tale attività, ha consentito a BNL di garantire un'offerta e un posizionamento unici sul mercato italiano, capaci di rispondere a tutti i bisogni di incasso e pagamento - dai più semplici ai più complessi ed innovativi - di aziende ed enti pubblici di ogni dimensione. In questo contesto, anche la presenza internazionale del Gruppo in 85 paesi ha contribuito a rafforzare la *value-proposition* della Banca nei confronti delle moltissime aziende italiane che importano o esportano beni da o verso l'estero. Oltre allo sforzo di innovazione e miglioramento continuo dell'offerta prodotto, fattore tradizionalmente distintivo del Gruppo, BNL Cash Management ha sviluppato un modello organizzativo in grado di garantire ai clienti un supporto specialistico, in modo da poter offrire il miglior servizio durante tutto il processo di pre-vendita, vendita e post-vendita:

- La struttura di *Solution Design & Implementation* accompagna i clienti nella definizione e nell'implementazione di soluzioni complesse di incasso o pagamento quali ad esempio cash-pooling domestici o internazionali
- L'attività commerciale è organizzata attorno ad un gruppo di *Sales* e di Gestori Cash Management, i primi al servizio delle principali aziende ed enti clienti della Banca ed i secondi presenti sul territorio per servire i clienti "Grandi Relazioni" o supportare i Gestori Corporate nella definizione di offerte ai clienti della Banca
- Un presidio integrato dell'evoluzione dell'offerta di servizi e prodotti garantisce la migliore qualità nei livelli di servizio e nei processi, con un'attenzione particolare all'ampiezza della gamma ed alla capacità di supportare i clienti anche con soluzioni personalizzate

Con questo nuovo modello BNL è in grado di rispondere in modo sempre più innovativo e distintivo alle richieste dei propri clienti per garantirne la soddisfazione.



Ascolto

Sistema di misurazione della customer satisfaction

BNL ha interamente rinnovato il sistema di misurazione e presidio della customer satisfaction:

L'obiettivo è di fornire a tutte le unità organizzative, che gestiscono processi che impattano direttamente o indirettamente sulla soddisfazione dei clienti, informazioni quantitative, frequenti, veritiere e affidabili sulle opinioni dei clienti e supportarle nell'indirizzare e sintonizzare continuamente le decisioni operative verso le esigenze dei clienti stessi.

Il sistema di misurazione si basa su modelli di indicatori e questionari di rilevazione che consentono di calcolare Indici di qualità percepita del servizio per ogni canale di contatto del cliente con la Banca (Agenzia, Call Center, Internet...), per i principali prodotti offerti (Prodotti di Investimento, Finanziamenti, Carte di Credito, Carte di Debito...) e per ciascuno dei segmenti di clienti (Individuals, Private e Business). L'intero sistema di misurazione vede l'impiego di tecniche di campionamento e l'applicazione di metodologie di rilevazione e principi di calcolo veritieri e affidabili, in quanto riconosciuti dalla comunità scientifica e accademica internazionale.

In particolare è stato intensificato il monitoraggio del servizio erogato nelle Agenzie, attraverso l'introduzione di importanti novità nell'impianto metodologico: l'aumento della numerosità campionaria, l'intensificazione della frequenza della rilevazione (quotidiana) e la diffusione immediata dei risultati a tutte le strutture di Territorio/Area/Agenzia (reporting settimanali e mensili).

L'attività di ascolto di BNL ha coinvolto nel complesso l'8% di tutti i clienti della Divisione Retail e Private, il 10% di coloro che utilizzano i servizi/canali.

Il sistema di misurazione della customer satisfaction è stato integrato con rilevazioni periodiche della soddisfazione dei "clienti interni": è stata effettuata in particolare la rilevazione della soddisfazione dei Direttori di Agenzia sul livello di servizio ricevuto dalle funzioni della Direzione Centrale e dalle strutture di Territorio e di Area.

Nel corso del 2008 il monitoraggio procederà con cadenza trimestrale e sarà esteso agli utilizzatori di altri servizi offerti dalle funzioni interne dedicate all'assistenza tecnica e operativa dei dipendenti che operano nelle funzioni di contatto con i clienti finali.

Ascolto nel mercato Retail

Tipologia di Ricerca	Campione	Metodologia	Mese di avvio indagine	Obiettivo
Customer Satisfaction Agenzia	- ca. 117.000 Clienti Individuals e Business BNL	Interviste telefoniche (CATI)	Maggio 2007 Attualmente in corso	Monitoraggio soddisfazione dei clienti che si sono recati in Agenzia nella settimana precedente l'intervista per effettuare un'operazione di sportello, e/o parlare con i gestori commerciali.
Indagine sulla qualità del servizio del Call Center BNL	- 2.000 Clienti Individuals e Business che hanno contattato il Call Center nei due mesi precedenti l'intervista	Interviste telefoniche (CATI)	I° Wave Giugno 07 II° Wave Dicembre 07	Monitoraggio soddisfazione dei clienti che hanno utilizzato il Call Center BNL.
Customer Satisfaction Clienti Private	Universo dei Clienti Private BNL	Questionario postalizzato	Dicembre 2007	Monitoraggio soddisfazione dei clienti Private.
Customer Satisfaction Internet	Clienti che hanno utilizzato il canale online e-Family	Questionario autocompilato su Internet (CAWI)	Dicembre 2007	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori dei canali di e-banking.
Indagine sul modello di servizio adottato per i clienti Business Imprese	- 776 Clienti Business segmento Imprese	Interviste telefoniche (CATI)	Ottobre 2007	Monitoraggio soddisfazione dei clienti nei confronti del gestore dedicato.
Customer Satisfaction Carte di Credito	- 425 Clienti Individuals	Interviste telefoniche (CATI)	Ottobre 2007	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori di Carte di Credito BNL.
Customer Satisfaction Carte di Debito	- 386 Clienti Individuals	Interviste telefoniche (CATI)	Novembre 2007	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori di Carte di Debito BNL.
Customer Satisfaction Servizio POS	- 391 Clienti Business	Interviste telefoniche (CATI)	Ottobre 2007	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori del Servizio POS BNL.
Customer Satisfaction Nuovo Modello di Agenzia	- progetto sui Clienti di 12 agenzie "pilota"	Indagine quali/quantitativa	Ottobre 2007	Monitoraggio soddisfazione dei clienti sulla riorganizzazione degli spazi delle Agenzie.
CS Confronto Competitivo	- 14.500 interviste a clienti BNL e clienti dei principali competitors nazionali e locali	Interviste telefoniche (CATI)	Dicembre 2007	Confronto competitivo del livello di soddisfazione dei clienti sui principali canali, servizi e prodotti offerti.

Ascolto nel mercato Corporate

La relazione di un'impresa con una banca è basata sulla fiducia e la vicinanza che si costruisce con la proprietà; la conoscenza e l'ascolto del cliente consentono di anticipare e di adeguarsi alle esigenze delle aziende al fine di lavorare con loro in una logica di partnership.

Lo strumento principale di ascolto è l'indagine di Customer Satisfaction condotta con cadenza annuale nei confronti della clientela Imprese e Pubblica Amministrazione.

In una serie di interviste telefoniche viene chiesta ai clienti l'opinione sui diversi aspetti della loro relazione con la BNL: la soddisfazione, espressa su una scala di voti da 1 a 10 su diversi argomenti, si è attestata, nel corso dell'ultima rileva-

zione effettuata, su un valore medio di 6,8 per le imprese e di 7,3 per gli enti della PA.

Il fattore che negli anni si conferma come quello più determinante nella soddisfazione del cliente è il referente commerciale che è anche il punto di forza nella relazione cliente-banca raccogliendo i voti più elevati dell'intero modello di rilevazione.

Ai clienti è stata chiesta la loro opinione in merito al recente ingresso della BNL nel Gruppo BNP Paribas; a tal riguardo sono stati individuati dei vantaggi legati a fattori quali la maggior presenza internazionale, un miglioramento nell'offerta e nell'organizzazione, una rinnovata immagine della banca ed un maggior orientamento al cliente.

Tipologia di Ricerca	Campione intervistato	Modalità di ricerca	Obiettivo
Barometro di Soddisfazione Clientela Corporate e PA	2.500 Imprese > 5 mln fatturato 1.200 Enti PA	Interviste telefoniche	Monitorare andamento della soddisfazione; effettuare confronti in termini di trend, individuare punti di forza e debolezza per piani di miglioramento

Presidio della customer satisfaction

Il completamento del rinnovamento delle attività legate all'ascolto del cliente è stato realizzato attraverso la creazione di una funzione dedicata alla customer satisfaction, al fine di presidiare tutte le principali attività di misurazione e utilizzo delle informazioni relative alla customer satisfaction in Direzione Centrale e presso le 5 Direzioni Territoriali e le 29 Aree della Rete.

I Responsabili customer satisfaction di Territorio e di Area, con riporto diretto al Responsabile della struttura organizzativa, operano a supporto delle strutture di Rete (Direttori di Agenzia, Responsabili di Distretto, Direttori di Area e Direttori Territoriali) nel fissare le priorità di qualità del servizio, nella definizione di interventi di miglioramento, nella gestione dei clienti insoddisfatti e dei reclami.

Nel corso del 2008 il sistema di misurazione e gestione della customer satisfaction sarà sviluppato inserendo l'indice di customer satisfaction nel sistema incentivante per la Rete ed esteso per coprire i processi non ancora monitorati (in particolare la gestione dei reclami formali, i nuovi servizi Internet, i nuovi processi di gestione

della relazione con i clienti attraverso la nuova piattaforma commerciale).

L'analisi dei reclami per segmento di clientela evidenzia che nel 92,4% dei casi provengono da clienti Retail (di cui l'12,2% Business), il 7,6% è stato inviato da clienti Corporate e lo 0,9% da clienti del Mercato Private.

La ripartizione dei reclami, rispetto al prodotto oggetto della segnalazione, vede una prevalenza dei reclami sull'operatività di base (conto corrente), seguiti da quelli sull'intermediazione finanziaria.

RIPARTIZIONE RECLAMI PER PRODOTTO NEL 4° TRIMESTRE 2007

Area prodotto	2007	
	num	%
Conto corrente	315	40,5%
Finanziamenti	85	10,9%
Intermediaz finanziaria	174	22,4%
Monetica	126	16,2%
Aspetti generali/altro	77	10,0%
Totale complessivo	777	100,0%

RIPARTIZIONE RECLAMI PER AREA DI BUSINESS 4° TRIMESTRE 2007

Tipologia di clientela	2007	
	num	%
Privati e famiglie	616	79,3%
Private Banking	7	0,9%
Business	95	12,2%
Corporate	59	7,6%
Totale complessivo	777	100,0%

PRINCIPALI MOTIVAZIONI DEL RECLAMO 4° TRIMESTRE 2007

	2007	
	num	%
Comunicazione/inf. Cliente	95	12,2%
Personale	42	5,4%
Esecuzione operazioni	140	18,0%
Condizioni	55	7,1%
Applicazione delle condizioni	173	22,3%
Anatocismo	34	4,38%
Merito di credito	18	2,3%
Altro	220	28,3%
Totale complessivo	777	100,0%



BNL ha continuato la sua collaborazione all'interno della TFA (Task Force Argentina) Associazione fra gli intermediari creditizi italiani costituita in ambito ABI per la tutela degli interessi dei risparmiatori coinvolti nella crisi della Repubblica Argentina a seguito della dichiarazione di moratoria del debito annunciata dall'emittente il 23 dicembre 2001.

La TFA, dopo aver partecipato attivamente alla ristrutturazione del debito di alcuni emittenti argentini (come Banco Hipotecario, Telekom Argentina ed altri), nel corso del 2006 ha avviato un ricorso arbitrale presso l'ICSID contro la Repubblica Argentina a seguito della indisponibilità della stessa a prendere in considerazione ogni possibilità di trattativa per la ricerca di soluzioni condivise. Sono stati affrontati e risolti i problemi procedurali posti dalla Repubblica Argentina e nel 2008 l'arbitrato entrerà nella fase giurisdizionale.

Progetto PattiChiari

L'adesione al Consorzio PattiChiari ha sottoposto la banca ad una corretta applicazione degli adempimenti definiti dai Protocolli PattiChiari, finalizzati ad una maggiore chiarezza e trasparenza nei confronti dei clienti e all'applicazione di alcune regole di comportamento da adottare allo sportello.

Controlli periodici a scadenze programmate, effettuati da un ente esterno (DNV - Det Norske Veritas), sono svolti al fine di verificare che la Banca applichi correttamente, e in modo continuo, i requisiti delle iniziative per le quali ha ottenuto la certificazione.

Nel mese di ottobre 2007 sono state effettuate le verifiche di mantenimento e di rinnovo del marchio PattiChiari sulle otto iniziative già certificate, prendendo a campione 27 Agenzie, 2 Direzioni Territoriali (Nord Ovest e Nord Est), e la Direzione Generale.

L'esito di tali controlli è risultato positivo e ha confermato, anche attraverso il buon livello di preparazione delle risorse in agenzia, che il progetto PattiChiari è ormai parte integrante del nostro processo di gestione.

In particolare, l'Ente Certificatore esterno DNV (Der Norske Veritas), nell'attribuire il punteggio di 100/100 su tutti e otto i protocolli, sia in Rete che in Direzione Centrale, ha sottolineato come "il Nuovo Modello Organizzativo di Rete sia assolutamente coerente con le finalità del Progetto PattiChiari, con specifiche segnalazioni positive sulla gestione della Formazione e della Customer Satisfaction".

BNL ha, inoltre, attivato altre due iniziative "Investimenti finanziari a confronto" e "Cambio Conto", per le quali la banca dovrà ottenere, attraverso una nuova certificazione, il Marchio PattiChiari.

Controversie

L'importanza del dialogo con la clientela è il "leit motiv" delle scelte degli uffici legali della Banca. In un momento così delicato, anche per l'insieme del sistema giudiziario italiano, la nostra scelta di Responsabilità sociale è mirata alla prevenzione ed eventualmente ad una soluzione concordata delle controversie che possono sorgere con i nostri clienti. Anche attraverso un costante contatto con la Rete. Ne guadagna il business e ne risultano accresciute la stima per la Banca e la fedeltà della clientela.

Carlo Caprodossi
Direzione Legale - Direttore

Controversie legali

Il valore della prevenzione da sempre ispira in BNL la gestione degli affari legali, con l'invito, in particolare, a tutte le Direzioni Territoriali di comunicare tempestivamente alla Direzione Legale tutti i fatti penalmente rilevanti di cui sono a conoscenza che possano costituire oggetto di valutazione di un possibile impatto legale sulla Banca.

Alla logica preventiva si accompagna quella dell'efficienza nella soluzione delle problematiche di carattere legale che prendono corpo nella relazione con i clienti. In questo quadro vi è la possibilità, soprattutto da parte del personale che opera al front-office, di avvalersi di un servizio di consulenza online fornito dalla Direzione Legale che anticipa gli esiti della normale corrispondenza interna a vantaggio dei clienti e del personale coinvolto nelle problematiche gestite.

La Direzione Legale vede arricchita la sua operatività dal contributo di legali esterni che assistono la Banca nei procedimenti giudiziari in cui è coinvolta. Essi devono essere esenti da qualsiasi elemento di incompatibilità allo svolgimento del loro mandato e sono scelti in base a requisiti etici e professionali di prim'ordine. La scelta di puntare ad una fattiva collaborazione tra i consulenti legali esterni e il personale della Banca mira anche ad un contenimento delle spese legali. Le controversie legali sono gestite da BNL sostituendo per quanto possibile l'approccio burocratico con un atteggiamento di apertura e di flessibilità che intende tradursi, in presenza di dimostrate carenze organizzative/documentali e ove consentito dalle norme, in transazioni soddisfacenti per ambedue le parti in causa. La logica del dialogo con i clienti, anche in casi di forte conflittualità, non deve essere compromessa.

In base alla predetta linea guida, possono indicarsi alcuni dati relativi a cause per anatocismo e bond:

1) ANATOCISMO (n. 1.225 cause)

A dimostrazione della opinabilità del tema, è stato registrato un numero pressoché equivalente di sentenze favorevoli rispetto a quelle sfavorevoli.

2) BOND (n. 231 cause tra bond Argentina, Parmalat e Cirio)

Per quanto concerne i bond in default, dove risulta una leggera prevalenza di sentenze sfavorevoli rispetto a quelle favorevoli, circa il 20% delle controversie sono state concluse con soluzioni stragiudiziali.

Revocatorie

Il fondo rischi relativo alle causa di revocatoria nel 2007 è stato stabilito in misura pari al 34,5% del valore nominale delle cause in corso. Merita segnalare che tali cause sono promosse per ottenere, con riferimento all'anno o al biennio antecedente l'assoggettamento del cliente alla procedura concorsuale, la condanna della Banca alla restituzione di somme accreditate sul conto corrente ovvero la dichiarazione di inefficacia di garanzie acquisite. I tempi medi di definizione dei giudizi, sono individuabili in circa 4/5 anni per il primo grado ed in 2/3 anni per il secondo grado.

PERSONE

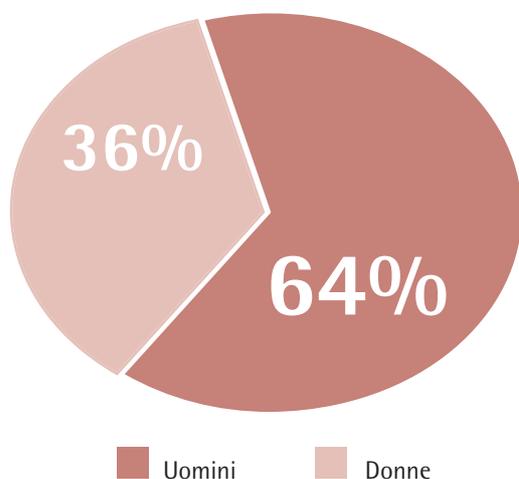
Composizione

Il personale della Banca si compone di 14.783 risorse (totale non comprensivo del personale distaccato). Il 36% del totale è composto da donne, in netta crescita rispetto agli anni precedenti nonostante il numero complessivo dei dipendenti sia diminuito del 5,3%.

L'anzianità media di servizio dei dipendenti BNL è di 19 anni e 3 mesi: la percentuale più alta, pari al 27% è relativa ai dipendenti con un'anzianità di servizio tra i 26 e i 30 anni, seguita dal 20,8% relativo alla fascia di dipendenti assunti negli ultimi quattro anni.

L'età media del personale è di 45 anni e 9 mesi.

Distribuzione per sesso



Dipendenti 2007	
DONNE	5.355
UOMINI	9.428
TOTALE	14.783

È nostra profonda convinzione che lo sviluppo sostenibile non può avere una reale prospettiva se resta un argomento confinato agli specialisti di settore. Ogni collaboratore del Gruppo, qualunque sia il suo ruolo, la sua funzione o il suo territorio operativo deve poter contribuire ad arricchire la cultura etica della Banca. Per tale motivo desideriamo far conoscere ad ogni collega con esattezza i meccanismi attraverso cui "si produce" l'etica sia all'esterno che nell'organizzazione interna del Gruppo.

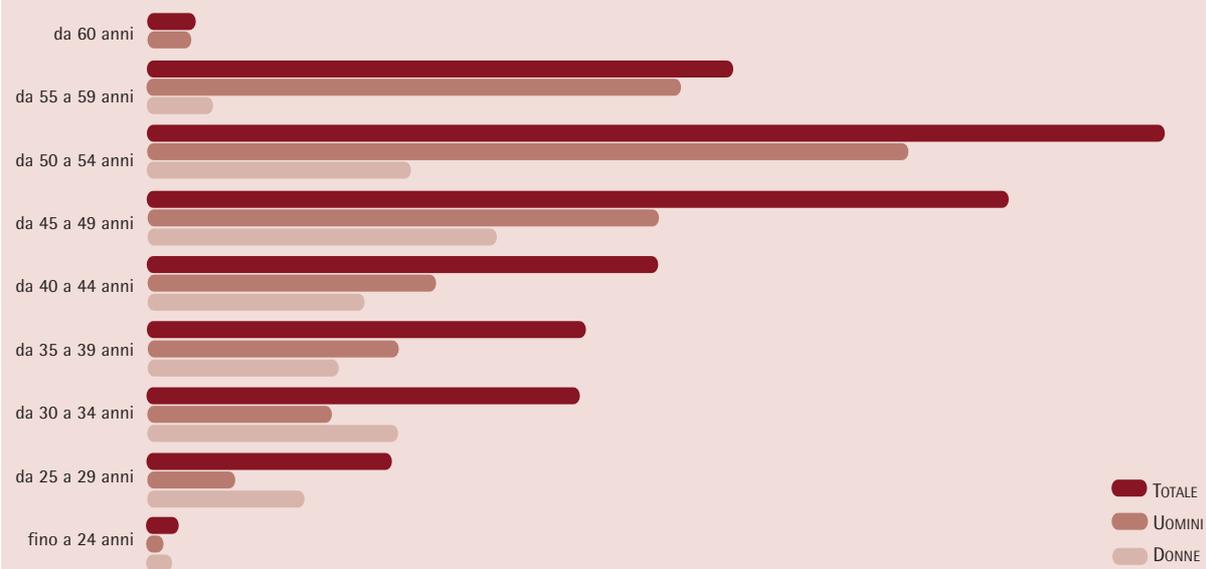
Direzione Risorse Umane
Gianfilippo Pandolfini - Direttore

Il personale della Banca con un'anzianità di servizio inferiore a 4 anni è il 20,8% sul totale dei dipendenti. Per la categoria dirigenti la percentuale sale rispetto all'anno precedente al 21,9%.

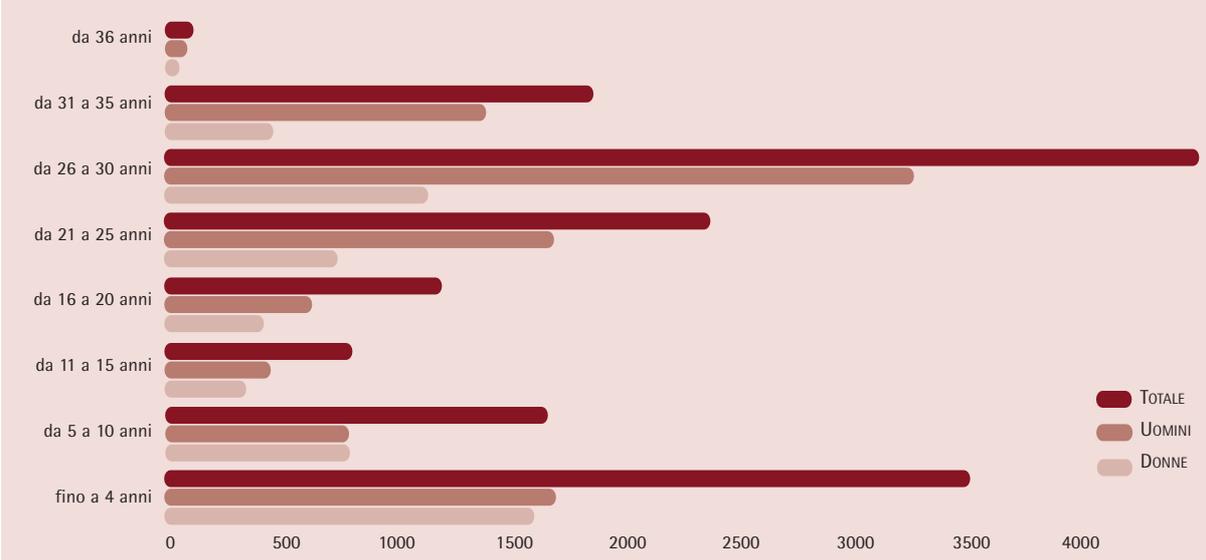
In BNL il livello di scolarità presenta un'alta percentuale di laureati, in continua crescita: nel 2007 il personale laureato è il 35% del totale. La percentuale dei non laureati, di riflesso, è in diminuzione (52% sono diplomati, il 13% ha la licenza media inferiore o elementare).

SCOLARITÀ	2007
Laureati	35%
Diplomati	52%
Licenza Media ed Elementare	13%

Fascia età

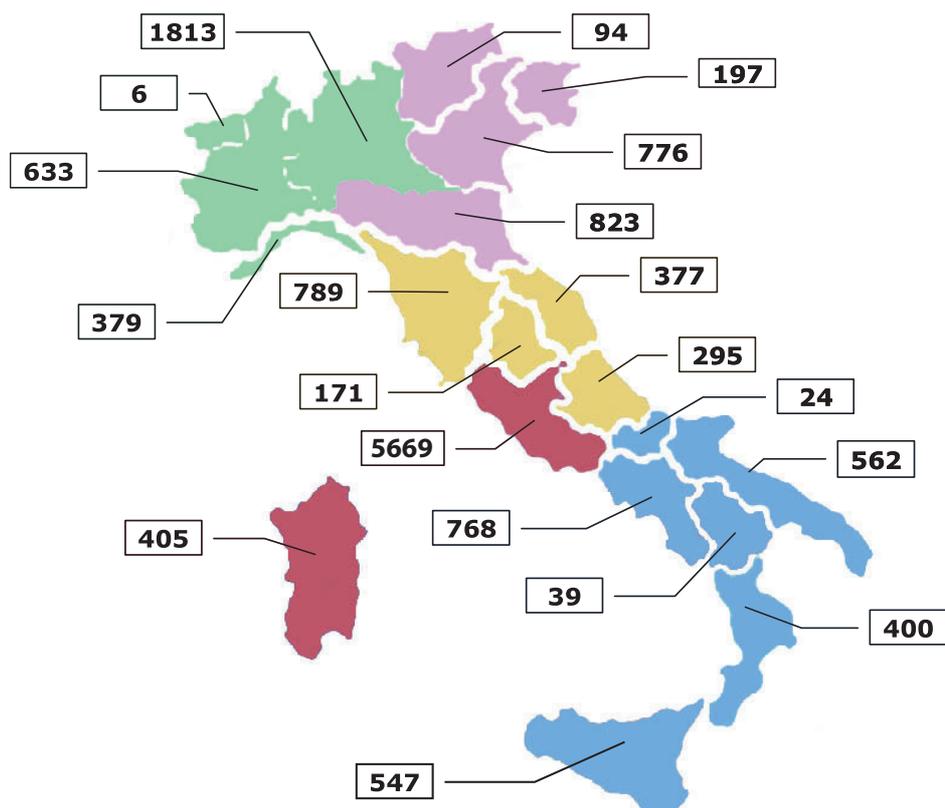


Anzianità di servizio



SCOLARITÀ	DONNE	UOMINI	TOTALE	SCOLARITA' (%)	SUL TOT DONNE	SUL TOT UOMINI	SUL TOT DIPENDENTI
LICENZA MEDIA INFERIORE	485	1371	1856	LICENZA MEDIA INFERIORE	9%	15%	13%
LICENZA MEDIA SUPERIORE	2765	4971	7736	LICENZA MEDIA SUPERIORE	52%	53%	52%
LAUREA	2105	3086	5191	LAUREA	39%	33%	35%
TOTALE	5355	9428	14783	TOTALE	100%	100%	100%

Distribuzione geografica del personale



La distribuzione del personale per aree di attività evidenzia che il 79,8% delle risorse lavora nelle attività

core: canali innovativi, Rete Tradizionale e attività di Business Units.

Distribuzione del personale per attività

Aggregati	Aree	2007			Totale
		Dirigenti	Quadri	Aree P.	
DISTRIBUZIONE	Canali innovativi	50	2.914	7.074	850
	Rete Tradizionale	39	492	319	10.038
BUSINESS UNITS	Finanza	40	345	107	492
	Credito	6	108	53	167
	Commerciale e Presidio del mercato	30	172	51	253
STAFF	Risorse Umane e Organizzazione	15	125	110	250
	Pianificazione strategica	25	192	77	294
	Affari generali e legali	9	69	36	114
	Internal Audit	7	72	17	96
	Risk Management	10	70	38	118
SERVIZI OPERATIVI	Amministrazione e controllo	14	82	28	124
	Sistemi informativi	19	682	113	814
	Logistica	17	351	622	990
ALTRO		20	95	68	183
TOTALE		301	5.769	8.713	14.783

Politica delle pari opportunità

BNL promuove la politica delle pari opportunità. La presenza femminile è in continua crescita. L'attenzione della Banca verso le pari opportunità per la carriera e lo sviluppo professionale si rilevano anche dall'aumento del personale direttivo femminile che evidenzia un trend positivo. Sul totale dei quadri direttivi le donne sono il 24,7%, sul totale dei dirigenti raggiungono un totale del 9,6%.

Il personale direttivo, comprensivo di dirigenti e quadri, rappresenta circa il 41,1% del totale.

Il 2% è composto da dirigenti, il 39,1% da quadri direttivi.

Personale	2007
Uomini	
personale direttivo	4616
personale non direttivo	4812
TOTALE	9428
Donne	
personale direttivo	1454
personale non direttivo	3901
TOTALE	5355

La forma di impiego più comune in Banca è quella a tempo indeterminato full-time.

Il 94% dei contratti part-time è riservato a dipendenti donne e anche i nuovi ingressi con modalità contrattuali di apprendistato e interinali sono per un buon numero al femminile.



Tipologia Contrattuale	Donne			Uomini			Totale Personale
	Full Time	Part Time	Totale Donne	Full Time	Part Time	Totale Uomini	
TEMPO INDETERMINATO	4199	943	5142	9266	59	9325	
TEMPO DETERMINATO	17	20	37	36	4	40	
APPRENDISTATO	176		176	63		63	
Totale	4392	963	5355	9365	63	9428	14.783 (*)
INTERINALI (**)	115		115	59		59	
COLLABORATORI (***)	1		1	5		5	

(*) Totale comprensivo del personale distaccato (39 persone).

(**) (***) Queste categorie non vengono considerate nel calcolo del Personale Dipendente della Banca.

BNL ha riservato una grande attenzione anche alle categorie disagiate (orfani, vedove e diversamente abili) e nell'arco di tutto il 2007 sono state assunte 32 persone appartenenti a tali categorie, con una distribuzione uniforme su tutto il territorio nazionale.

In particolare l'inserimento degli orfani è stato condiviso con le funzioni sindacali interne, con le quali è stata concordata l'attività di selezione e la pianificazione degli inserimenti in

azienda nelle diverse sedi sulla base delle esigenze individuali. Per l'inserimento delle persone diversamente abili, la Selezione ha intensificato i contatti con gli uffici del collocamento obbligatorio (anche grazie ai referenti locali) e ha operato per pianificare gli inserimenti di persone appartenenti a tale categoria, dando vita ad un impegno sociale importante in questo ambito e favorendo un sistema di garanzia delle fasce meno protette.

	2007
Invalidi civili di guerra	-
Invalidi per servizio	16
Invalidi del lavoro	13
Invalidi civili	428
Vedove ed orfani (di guerra, per causa di servizio e del lavoro) ed equiparati	126
Sordomuti	6
Centralinisti ciechi	69
Profughi	31

Aspetti retributivi

L'obiettivo primario delle politiche retributive in BNL è la valorizzazione del capitale umano, attraverso il riconoscimento delle capacità e delle competenze sviluppate, ed il

riconoscimento dei risultati conseguiti a livello individuale e di team.

Si intende, in questo modo, accompagnare i percorsi di sviluppo professionale e rinforzare l'orientamento ai risultati, assicurando la soddisfazione e motivazione delle risorse e favorendo comportamenti coerenti con gli obiettivi aziendali.

I livelli retributivi, definiti in funzione del ruolo ricoperto e del valore professionale espresso da ciascuna persona, e le principali linee guida applicate nel corso del 2007 sono state volte a garantire sia l'equità retributiva interna che la competitività con il mercato del lavoro esterno.

Tuttavia permane un divario retributivo tra uomini e donne, in parte dovuto all'incidenza maggiore del personale part time femminile, che nel 2007 è compreso tra 3.600 – 6.900 euro. In termini relativi, il differenziale risulta minore all'interno della categoria dei Dirigenti (6%) e maggiore in quella delle 2° Aree Professionali (27%), anche in considerazione della differente età media di queste ultime.

Retribuzione annua lorda 2007* – Uomo/Donna

	Donne	Uomini	Totale	uomo vs donna	uomo vs donna (%)
DIRIGENTI	110.500	116.800	116.300	6.300	6%
QUADRI	46.900	53.800	52.300	6.900	15%
3° AREE PROFESSIONALI	29.800	33.400	32.000	3.600	12%
2° AREE PROFESSIONALI	22.100	28.100	25.800	6.000	27%

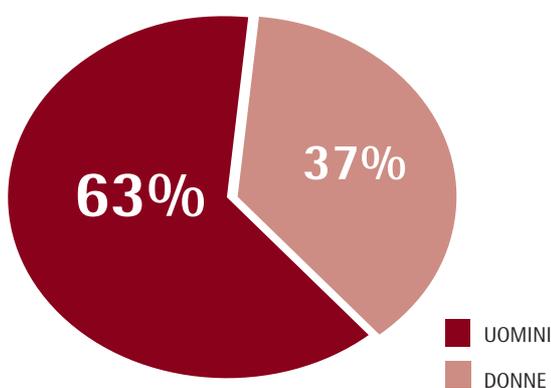
*L'analisi è stata effettuata sulla base della Retribuzione Annua Lorda a dicembre 2007 (fonte SAP) con l'esclusione del personale espatriato.

Totale avanzamenti 2007

Qualifica	Avanzamenti di carriera		
	Donne	Uomini	Totale
3 AREA 1 LIV-I	8	11	19
3 AREA 2 LIV-I	135	106	241
3 AREA 3 LIV-I	99	98	197
3 AREA 4 LIV-I	124	140	264
QUADRO DIR.1LIV	49	60	109
QUADRO DIR.2LIV	16	50	66
QUADRO DIR.3 LIV	25	47	72
QUADRO DIR.4 LIV	21	74	95
DIRIGENTE	6	45	51
Totale complessivo	483	631	1.114
percentuale promozioni	43%	57%	100%

Con riferimento alle sole promozioni per merito**, il numero delle promozioni per le donne è inferiore, (37% donne contro il 63% uomini) ma il dato risulta in linea con la composizione dell'organico.

La percentuale dei promossi per merito sul totale organico è del 2%.



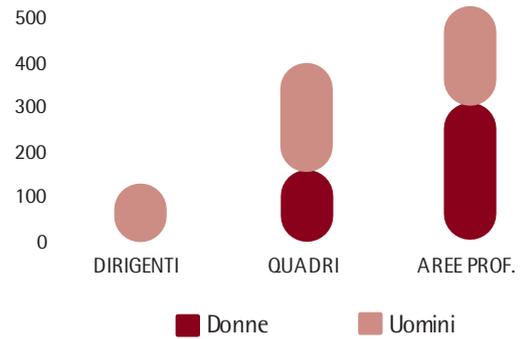
** Per "Promozione per merito" si intende la qualifica superiore riconosciuta individualmente da parte dell'azienda anche in relazione alla valutazione professionale (include gli avanzamenti per merito e i passaggi alla dirigenza)

Turnover

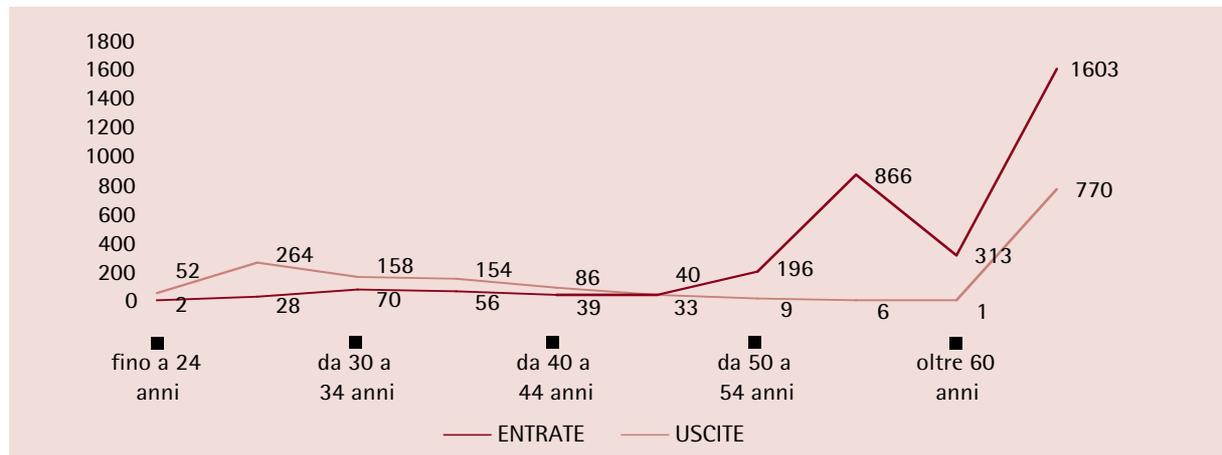
Il turnover in Banca nel 2007 ha registrato un maggior numero di uscite del personale tra i 50 e i 60 anni, mentre un maggior numero di ingressi tra i 24 e i 39 anni.

	M	F	TOT
Totale assunti nell'anno	416	354	770
a tempo indeterminato	352	206	558
con contratto a termine	34	39	73
Apprendistato	30	109	139
Totale cessati nell'anno	1326	277	1603
a tempo indeterminato	1319	270	1589
con contratto a termine	7	7	14

Assunzioni per categorie



Il turnover in relazione all'età

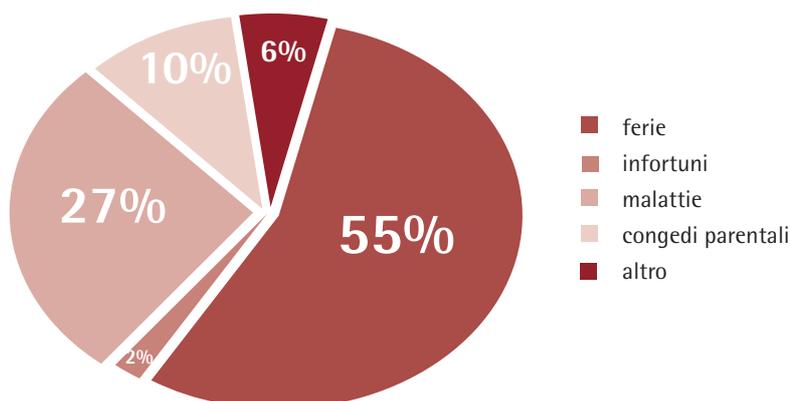


Assenze del personale

La ripartizione percentuale delle assenze del personale BNL mostra come i dati più rilevanti riguardano le ferie con il 55%

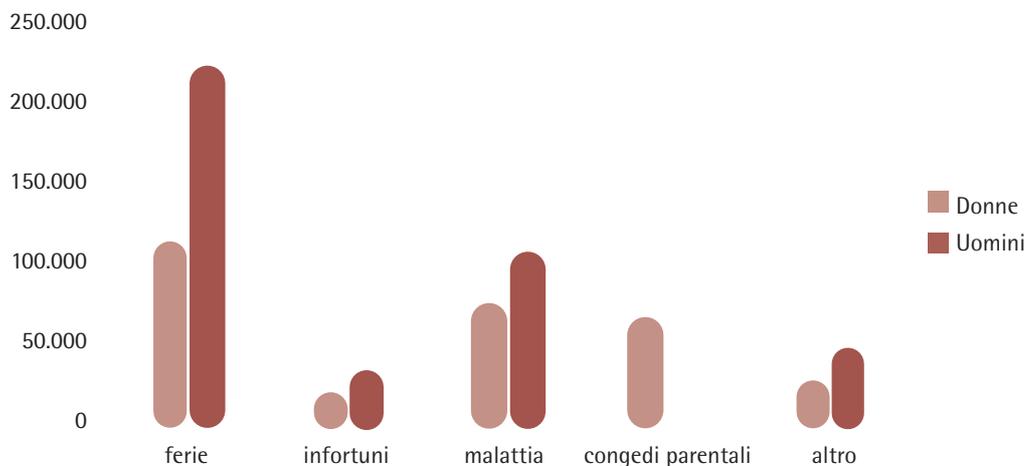
e la malattia con il 27%. Seguono con il 10% le assenze per congedi parentali: astensione obbligatoria, congedo di maternità, astensione facoltativa.

TIPOLOGIA DI ASSENZE



La distribuzione delle assenze tra donne e uomini conferma quanto detto sulla tipologia di assenze.

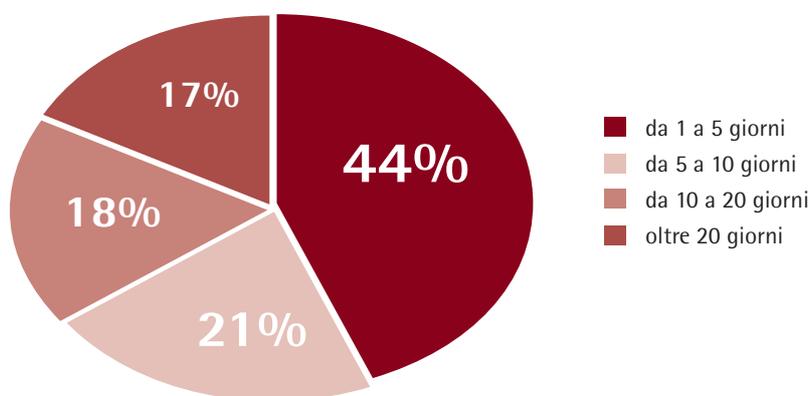
Distribuzione assenze



Il 36% delle casistiche di malattia riguarda un numero di giorni totali annui maggiore di 10, mentre circa il 15% dei dipendenti non ha avuto nemmeno 1 giorno di malattia.

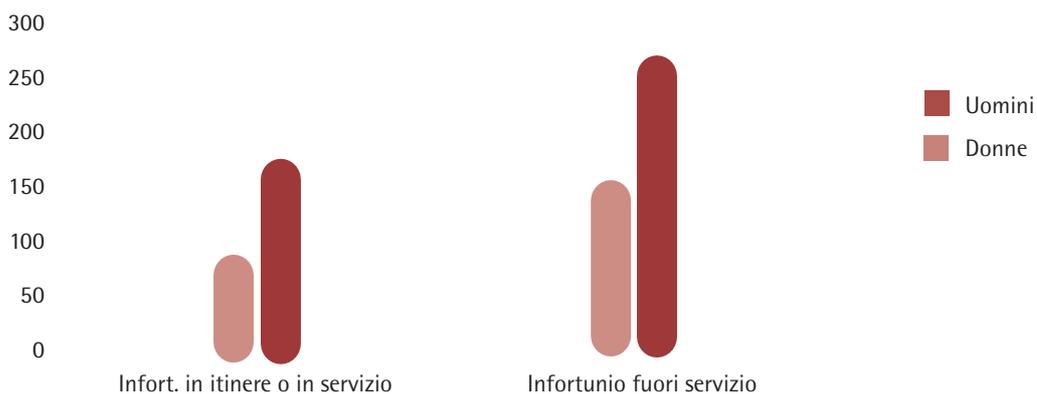
Il numero medio di giorni di malattia è pari a 14 giorni per le donne e 13 per gli uomini.

Malattia



Il grafico che segue dettaglia il numero di casi per tipologia di infortunio:

Infortuni



MOTIVI DI FINE RAPPORTO LAVORATIVO

DIMISSIONI	13 %
LICENZIAMENTI	1 %
PREPENSIONAMENTO	41 %
PENSIONAMENTO	42 %
DECESSI	1 %
ALTRI MOTIVI	2 %

TOTALE 100 %

Dinamica degli organici

Nel 2007 sono state effettuate 770 assunzioni. Le assunzioni hanno principalmente riguardato personale destinato alla

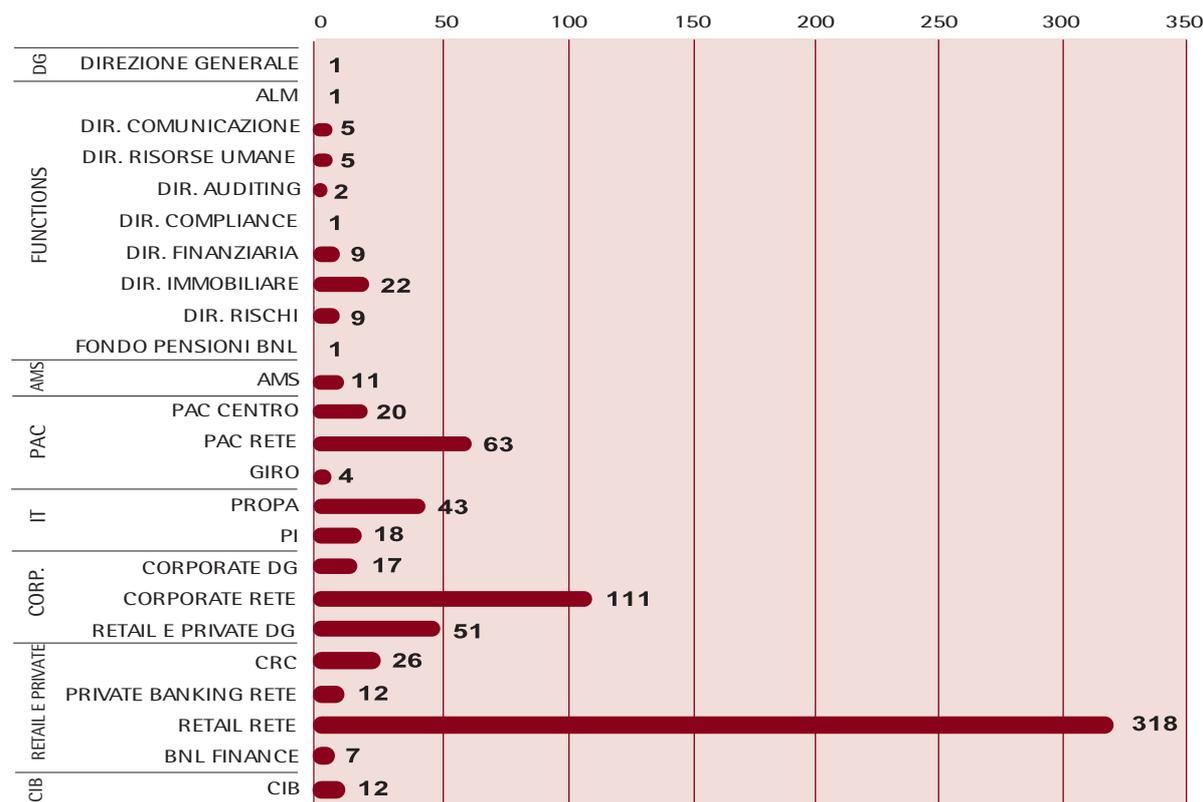
rete distributiva (il 64% delle assunzioni sono state effettuate per ruoli di rete).

Il focus delle assunzioni, dopo una prima fase essenzialmente rivolta ai ruoli di ingresso, si è sostanzialmente indirizzato verso la ricerca di professionisti con competenze "forti" e specialistiche.

Nel corso dell'anno le donne assunte sono state il 46% sul totale, valore lievemente inferiore rispetto allo scorso anno, ma con un incremento rispetto al passato della presenza femminile su ruoli *professionals* e di carattere direttivo come già evidenziato nel capitolo sulle pari opportunità.

Dei 770 assunti il 68% sono laureati, e di questi il 73% sono laureati in discipline economiche.

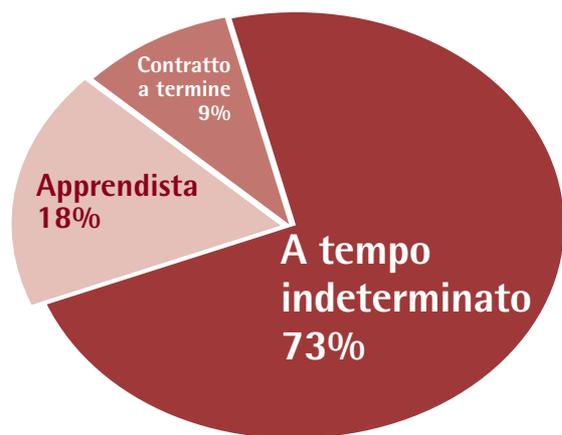
Assunzioni per mestiere



TITOLO DI STUDIO	%
Laurea in Discipline Economiche	51%
Laurea in Discipline Giuridiche	6%
Laurea in Discipline Scientifiche	2%
Laurea in Discipline Umanistiche	2%
Laurea in Ingegneria	3%
Laurea in Scienze Politiche	5%
Diploma di Maturità Classica	1%
Diploma di Maturità Scientifica	9%
Diploma in Ragioneria	7%
Diploma Istituti Tecnici	1%
Altro Diploma	3%
Licenza Media	0%
nd	10%
TOTALE	100%

Per favorire l'inserimento di giovani neo diplomati e neo laureati alla loro prima esperienza professionale, sono state assunte 139 risorse con contratto di Apprendistato professionalizzante.

Distribuzione % assunzioni per tipologia contratto



Le assunzioni si sono concentrate principalmente nei mesi di luglio e settembre, cioè rispettivamente subito dopo e a cavallo delle due principali campagne stampa realizzate per favorire il reclutamento di candidature (maggio e settembre 2007).

ASSUNZIONI 2007 - TREND MENSILE ASSUNZIONI



Le due campagne stampa realizzate hanno puntato a promuovere verso l'esterno il cambiamento della Banca e la ricerca di specifiche e distintive professionalità, contribuendo a rinnovare l'immagine BNL.

Per effetto delle campagne recruiting il sito BNL nell'arco di sei mesi ha registrato più di 100 mila candidature (numero totale candidature: 101.664). La quantità e la qualità del database hanno fatto del sito il principale canale di reclutamento di BNL e proprio la valorizzazione di questo database ha consentito di raggiungere oltre il 50% del totale delle assunzioni effettuate nel 2007.



La ricerca di una nuova immagine da parte di BNL e la volontà di trasmettere una condizione di profondo cambiamento ha trovato una sua realizzazione nell'impiego di modalità comunicative originali e innovative, come ad esempio il lancio di una ricerca di specialisti informatici organizzata nell'universo virtuale di Second Life, ove BNL è stata la prima banca italiana a svolgere le selezioni nel salottino "virtuale" del BNL Café attraverso un avatar che conduceva il colloquio. Tali iniziative contribuiscono a consolidare l'immagine di BNL quale impresa moderna, capace di rispondere alle attese dei candidati e in grado di porsi come precursore in questo campo e all'interno di un settore come quello bancario percepito come poco innovativo.

Il raggiungimento degli sfidanti obiettivi che il 2007 proponeva in termini di piano assunzioni è stato possibile grazie ad una rivitalizzazione dell'immagine di BNL sul mercato del lavoro, ma anche grazie ad una revisione dell'organizzazione, dei processi e degli strumenti di Reclutamento e Selezione (disponibilità di un nuovo Tool di e-recruiting e di un sito BNL sezione job rinnovato e innovativo con video profili che presentano alcuni dei principali ruoli di ricerca e assunzione). In questo contesto, la partnership tra gli uffici che si occupano di selezione e quelli centrati sul business è stata una condizione fondamentale di successo e che ha consentito di rispondere in modo efficace ed efficiente alle aspettative del business.

Incontri con il mercato del lavoro

Sebbene la politica delle assunzioni si sia principalmente rivolta ad inserire figure professionalizzate, la volontà di perseguire una strategia di potenziamento e valorizzazione dell'immagine della banca come datore di lavoro attrattivo ha spinto BNL a confermare il proprio investimento nella partecipazione a giornate dedicate ai giovani e al lavoro presso le principali università italiane o eventi fieristici specifici. Tali eventi hanno dato la possibilità a giovani neo laureati, e non solo, di conoscere BNL attraverso un contatto diretto. Anche per la Banca questi eventi hanno rappresentato un'ottima occasione per rafforzare la propria immagine sul mercato del lavoro e consolidare un canale fondamentale di raccolta di nuove candidature.

Tutte queste iniziative, unite sia alle campagne mirate al recruiting che alla presenza nelle principali job fair e presso le Università, hanno potenziato l'immagine di BNL e rappresentato un approccio innovativo e originale contribuendo al miglioramento dell'employer branding.



Infatti, nel corso del 2007 BNL è passata dal 17° al 7° posto nella ricerca annuale Recent Graduate Survey, indagine condotta da una società specializzata in employer branding e volta a rilevare nei neolaureati la percezione dell'immagine aziendale finalizzata all'assunzione.

Figli ex-dipendenti

BNL continua ad offrire ai figli di ex-dipendenti la possibilità di accedere alle selezioni, il tutto nel segno di un'attenzione al personale e di un rafforzamento del senso di appartenenza all'azienda. Nella sezione dedicata alla ricerca di personale del sito internet istituzionale è infatti possibile segnalare eventuali gradi di parentela con personale BNL. Fino al 31 dicembre 2007 sono state raccolte 1077 candidature, che sono state fatte oggetto di una prima fase di screening per valutarne la rispondenza con i requisiti richiesti dalle posizioni in ricerca. Al termine dei necessari screening, 237 candidati sono stati incontrati da Reclutamento e Selezione: 143 candidati hanno partecipato a sessioni di Assessment Center per ruoli di ingresso e 94 hanno effettuato interviste individuali per ruoli professionalizzati. Di questi candidati incontrati, 23 sono stati assunti per ruoli di ingresso e 4 per ruoli *professionals*.

Asili nido

Porterebbe suo figlio ad un asilo nido aziendale? A questa domanda il 99% dei 208 colleghi intervistati in proposito ha risposto un semplice ma significativo: sì. La stragrande maggioranza dei colleghi interpellati si è detta disponibile a lasciare i bimbi che hanno un'età compresa tra i 3 mesi e i 3 anni presso la struttura sfruttando in questo modo, la comodità degli orari e godendo principalmente della tranquillità derivante dalla vicinanza del bambino. Questi dati dimostrano che l'idea di aprire in BNL - nella sede di via degli Aldobrandeschi a Roma - un asilo nido, maturata progressivamente in una logica di RSI e di attenzione al personale, ha colto nel segno. L'asilo potrebbe essere aperto già dai primi mesi del 2009 - al momento sono in corso i lavori finalizzati alla predisposizione della struttura che occuperà uno spazio di circa 800 mq con un'area esterna interamente dedicata - e ospiterà 60 bambini, prioritariamente figli di dipendenti.

Sviluppo delle persone

Sui principali fronti dello sviluppo Risorse Umane – valutazione professionale, nuovo modello di gestione individuale e sviluppo delle competenze – il 2007 è stato caratterizzato da progetti e attività finalizzati sia a proseguire la piena integrazione con i processi e gli strumenti del Gruppo BNP Paribas sia ad accompagnare efficacemente l'evoluzione organizzativa della Banca.

Valutazione prestazioni

Non sono intervenute rilevanti modifiche al processo valutativo e alle dimensioni di valutazione. I principali cambiamenti sono riconducibili essenzialmente al miglioramento delle funzionalità nel sistema. A supporto dell'attività di valutazione, per i valutatori è stato attivato un servizio di Help Desk telefonico che ha gestito e risolto 1.640 richieste di assistenza.

La Direzione Risorse Umane ha avviato un progetto di innovazione sulla valutazione professionale, volto a rendere coerenti con il Gruppo BNP Paribas non solo le tempistiche ma anche le schede di valutazione nei loro contenuti e il ruolo dei gestori individuali nel processo. L'implementazione di queste novità è prevista nel ciclo di valutazione 2007-2008.

Modello di Gestione Individuale

È proseguito il processo di progettazione e implementazione della nuova organizzazione di gestione Risorse Umane, basata sul modello della Gestione Individuale BNP Paribas.

Il processo si è svolto attraverso 2 fasi:

- 1 - Disegno del modello di Gestione Individuale.
- 2 - Implementazione del modello, attraverso:
 - organizzazione della linea Risorse Umane;
 - definizione nuovi processi;
 - azioni di formazione e comunicazione.

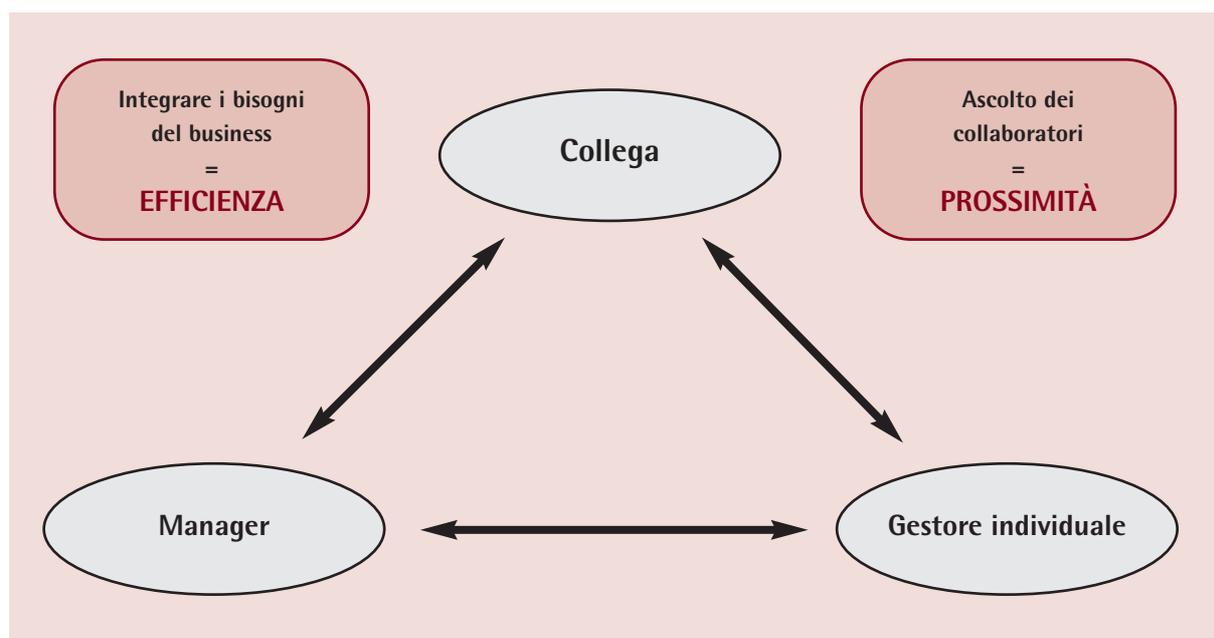
Fase 1: Disegno del modello e dei processi

L'implementazione del modello di Gestione Individuale ha un duplice obiettivo:

- a) favorire l'integrazione con BNP Paribas condividendo valori, comportamenti, processi, strumenti;
- b) realizzare una politica di gestione e valorizzazione delle Risorse Umane basata su una conoscenza diretta e continuativa delle persone e del loro percorso professionale.

La mission del Gestore Individuale si realizza nell'ambito del nuovo modello, che vede il gestore al fianco dei manager come partner nella gestione dei collaboratori:

- per integrare le azioni di gestione e di sviluppo con gli obiettivi del business;
- per conoscere le risorse e accompagnarle nel loro sviluppo professionale.



Il Gestore Individuale conosce direttamente la persona, parla sistematicamente con il suo responsabile e contribuisce alla definizione di un "percorso di crescita individuale", qualora la persona mostri di avere le competenze, le potenzialità, la motivazione.

Fase 2: Implementazione del modello

Il modello parte dall'esigenza di individuare i gestori Risorse Umane (gestori individuali) all'interno delle singole strutture e territori della Banca. Alla fine del 2007 erano stati individuati circa 70 Gestori, distribuiti nelle filiere.

Per implementare il modello sono stati disegnati nuovi processi e strumenti a supporto della gestione individuale. Il ridisegno è stato guidato dall'obiettivo di coinvolgere direttamente i gestori individuali rispetto alle risorse di propria competenza:

- ***Selezione: è stato disegnato un nuovo processo di recruiting che vede i gestori Risorse Umane direttamente coinvolti nell'attività;***
- ***Mobilità: oltre al disegno del processo, è stato sviluppato e implementato in BNL Arpège, uno strumento on line di Gruppo, che i gestori utilizzano per facilitare la conoscenza delle posizioni ricercate e la gestione dei conseguenti processi di mobilità.***
- ***L'utilizzo di Arpège è stato avviato in un progetto pilota nel territorio Lazio a fine 2007, in vista di un'estensione a tutti i territori nel corso del 2008.***

Un'ulteriore azione di implementazione del modello è stato "l'accompagnamento" dei gestori individuali, in particolare per coloro che non provenivano dalla famiglia Risorse Umane, attraverso la messa in campo di iniziative di formazione e comunicazione. In particolare:

- un programma dedicato di azioni formative e incontri sui processi e strumenti Risorse Umane che ha coinvolto più di 100 gestori individuali in incontri di sensibilizzazione e in oltre 15 edizioni formative specifiche (seminari di Gestione Individuale, Welcome Day, moduli di formazione tecnica/comportamentale);
- un'attività di "demoltiplica" (Task Force RU) rivolta ai 29 Ruoli di Responsabili Risorse Umane e Supporto di Area finalizzata ad affiancarli e indirizzare le specifiche azioni di formazione.
- l'attivazione di strumenti di comunicazione e di condivisione della conoscenza, nello specifico:
 - 6 edizioni della newsletter "Legami di Valore", rivolta ai Gestori Individuali e ai Responsabili di Formazione territoriale.

– una sezione ad hoc nella intranet di Gruppo, "Cogito BNL", dedicata all'attività dei gestori individuali in BNL.

Sviluppo competenze

BNL è stata coinvolta in un importante progetto lanciato a livello di Gruppo per la revisione del "Répertoire des emplois". Il repertorio dei mestieri definisce e descrive tutti i ruoli professionali presenti a livello di Gruppo, in modo da fornire una visione generale dei mestieri in termini di attività e competenze e, quindi, delle possibilità di sviluppo e crescita professionale.

Pertanto, su tali linee guida, è proseguita l'attività di individuazione dei ruoli professionali nelle strutture della Banca. In particolare, nella Direzione Generale sono stati identificati e formalizzati i ruoli nell'ambito Direzione BNL-BNPP Auditing Group Italia ed è stato avviato un analogo lavoro per la Direzione IT. Nella Direzione BNL-BNPP Auditing Group Italia il lavoro ha consentito di comunicare alle risorse il ruolo professionale di riferimento, le competenze da sviluppare per svolgere efficacemente la loro professione e le azioni di sviluppo e formazione che ne conseguono.

Nel 2008 proseguirà l'attività di identificazione di tutti gli altri ruoli presenti in banca in coerenza con la struttura del repertorio a livello Gruppo.

Per il 2008 gli obiettivi da raggiungere nelle politiche di sviluppo delle persone possono essere sintetizzati principalmente in due punti:

Realizzazione di interventi evolutivi sul processo di valutazione delle prestazioni, finalizzati a riconoscere i comportamenti delle persone in coerenza con i quattro valori del Gruppo BNPP Paribas e a orientare efficacemente i comportamenti manageriali.

Progetto di disegno e implementazione del "Répertoire des emplois": il repertorio, da definire in integrazione con tutti gli altri poli e funzioni BNP Paribas, definisce le famiglie professionali e i mestieri presenti in Banca, favorendo l'individuazione dei percorsi di sviluppo.

Comunicazione interna

L'azione della Comunicazione interna è stata rivolta a far comprendere e rafforzare il modello di business e di sviluppo di BNP Paribas, che è caratterizzato da tre principi: il cliente è al centro dell'organizzazione; il contributo di ogni persona è importante; il manager è il perno del modello commerciale decentralizzato.

Per lavorare con efficacia su un cambiamento culturale di questo tipo, il tema che ha improntato tutte le attività è stato l'ascolto. Si è ritenuto infatti indispensabile rilevare tra i dipendenti BNL la cultura organizzativa prevalente e il grado di consapevolezza del cambiamento in corso; a questo scopo sono state organizzate due grandi indagini tra i dipendenti nel primo semestre.

La prima è stata una indagine di clima aziendale globale, realizzata da un istituto esterno, cui hanno partecipato con un modulo anonimo on line oltre il 50% dei dipendenti.

Dai risultati di questa indagine sono emersi – oltre all'indicazione di meritocrazia e burocrazia come principali aree di miglioramento della vita aziendale – alcuni elementi rilevanti per l'azione della comunicazione interna: la mancanza di visione chiara tra i dipendenti della strategia del Gruppo BNP Paribas e la valutazione positiva del management di prossimità.

Sulla scorta di questi risultati la Comunicazione interna ha potuto quindi avviare la definizione di una vera e propria strategia di comunicazione interna.

La prima iniziativa in questa direzione è stata originata proprio dai risultati dell'indagine di clima. Con l'iniziativa, chiamata "Demoltiplica", tutti i manager (oltre 1000 persone) sono stati informati sui risultati dell'indagine, a livello aziendale e al livello della propria direzione; è stato inoltre fornito un "kit" di autoaddestramento per "demoltiplicare" i risultati fra i propri collaboratori. Il "kit" conteneva consigli per stabilire una comunicazione trasparente, per organizzare una riunione efficace, per raccogliere pareri e feedback dei colleghi. Sono state organizzate riunioni in cui tutti i dipendenti BNL hanno potuto ascoltare la sintesi dei risultati dell'indagine di clima e le direttrici fondamentali della strategia di sviluppo BNL e BNP Paribas. Il processo di demoltiplica è così servito a trasmettere la strategia di BNP Paribas rafforzando nel contempo il modello organizzativo decentrato, basato sul manager di prossimità.

Sempre nell'ambito dello sviluppo della strategia complessiva di comunicazione interna, è stato affidato a un istituto esterno il compito di rilevare – attraverso circa 1000 interviste telefoniche ai dipendenti BNL – il grado di conoscenza e le modalità di utilizzo degli strumenti di comunicazione interna. Tra i risultati dell'indagine, quello più evidente è stato che la maggior parte dei dipendenti considera come strumento primario l'Intranet aziendale (Opera); gli altri strumenti, utilizzati e apprezzati a livelli differenti, sono stati giudicati migliorabili per quanto riguarda la vicinanza e la circolarità dell'informazione.

In coerenza con questi risultati, **è stato avviato un progetto di sviluppo della intranet aziendale, che tende a una sempre**

maggior semplificazione e personalizzazione dei contenuti.

Il progetto è stato inaugurato con un restyling dell'home page che rende immediatamente più fruibili i servizi informativi di base.

Per quanto riguarda gli altri strumenti, è stato varato un nuovo progetto editoriale per l'house organ "BNL Noinsieme". Basato sulla metafora dello "specchio" come capacità del giornale di riflettere le persone della banca e accompagnarne il cambiamento, il nuovo house organ presenta sezioni fisse dedicate ai cambiamenti organizzativi e alle opportunità offerte dall'azienda al cambiamento personale. Con la volontà di rispondere alla richiesta di una comunicazione non più solo "top-down", nel giornale i cambiamenti sono raccontati e spiegati dalle persone che li vivono sul campo piuttosto che dai dirigenti; con lo stesso spirito, molta attenzione viene data alla vita della Rete e delle persone che vi lavorano, insieme allo sguardo continuo alla relazione con i clienti.

Anche il progetto editoriale della newsletter aziendale è stato sottoposto a una profonda rivisitazione: la testata "Motore!", quindicinale, ha sostituito la newsletter a cadenza saltuaria "Operanuova". In "Motore!" trovano spazio notizie sui risultati della Banca, sui cambiamenti organizzativi, sulle iniziative a favore dei dipendenti, sulle iniziative di solidarietà e di sponsorizzazione della Banca.

È stato inoltre creato un nuovo strumento di comunicazione: "ManagerNews" è una newsletter rivolta ai manager. Spedita all'occorrenza, "ManagerNews" anticipa o illustra i principali avvenimenti della vita aziendale; fornendo ai manager un potenziale per demoltiplicare ai propri collaboratori, anche questo strumento rafforza il modello decentrato BNP Paribas. La Comunicazione interna ha inoltre sostenuto l'avvio di newsletter di filiera (Corporate magazine, Risknews) che



forniscono informazioni dettagliate ai colleghi sugli ambiti professionali di riferimento.

Tra gli strumenti di comunicazione interna vanno annoverati anche gli eventi. La Comunicazione interna ha infatti promosso in modo sistematico occasioni di aggregazione tra i dipendenti BNL in una logica di filiera (convention "Prima Boa" della divisione Corporate, convention "È solo l'inizio" della divisione Retail e Private), tese a condividere le linee guida di business e a liberare il potenziale di change management.

Sempre con **l'obiettivo di condividere la strategia globale e di rafforzare il management decentrato**, è stato inoltre offerto sostegno progettuale e organizzativo a tutte le iniziative di change management autonomamente promosse dalle diverse strutture organizzative della Banca (ad esempio il progetto T.E.A.M. della divisione Retail e Private).

Comunicazione HR

La Comunicazione alle Risorse Umane è diventata una delle attività della Banca a ulteriore supporto dell'integrazione nel Gruppo BNP Paribas.

La fase di start up è stata impostata con un'analisi iniziale delle esigenze di comunicazione, alla quale è seguita la realizzazione di alcune iniziative:

- l'attivazione di canali di comunicazione dedicati al rafforzamento di comunità di mestiere in linea con quanto già previsto nel Gruppo (newsletter per le risorse della comunità, creazione di un'area ad accesso riservato nell'intranet aziendale ecc.);
- la riprogettazione del canale dedicato ad argomenti per le risorse umane nell'intranet aziendale;
- il coinvolgimento attivo nelle iniziative di comunicazione interna centrate sulle tematiche di risorse umane;
- la semplificazione dello stile di comunicazione aziendale per facilitare la diffusione e la comprensione dei contenuti.

Gli obiettivi per il 2008 prevedono il consolidamento dell'attività e la realizzazione di alcuni progetti:

- **un canale risorse umane dell'intranet aziendale, rinnovato nella grafica e nell'editing, con un'alberatura più facile da navigare e rubriche ricche di informazioni sempre aggiornate;**
- **l'ideazione di ulteriori canali di comunicazione da implementare e avviare verso target specifici di risorse;**
- **la promozione dell'integrazione, la comunicazione trasparente dei processi e degli obiettivi aziendali in ambito risorse umane, la diffusione dei valori del Gruppo e della loro declinazione nei comportamenti e nelle attività.**

Pronto Risorse Umane

Con il passare del tempo 29.696 è diventato un numero telefonico interno familiare per tutti coloro che lavorano in BNL. Componendolo i dipendenti ricevono – con tempestività, uniformità e trasparenza – informazioni ed assistenza su borse di studio e assegni per attività formative, assegni familiari, provvidenze per figli portatori di handicap, congedi parentali, registrazione di variazioni anagrafiche, aggiornamento dei titoli di studio, applicazione delle deduzioni fiscali, cessione del quinto dello stipendio, anticipazioni sul TFR e così via.

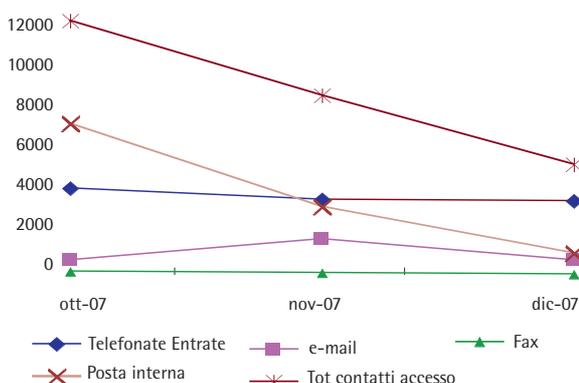


La conferma della bontà del servizio, che sfrutta l'infrastruttura del contact center e la modalità impostata dal programma di customer service esterna, è provata dal trend del suo utilizzo. È in crescita e come si vede dall'istogramma 2007 ha collezionato 69.415 contatti, di cui il 62% telefonici.

La qualità del servizio ha un alto riscontro: il 93% di risposte fornite sul totale delle richieste telefoniche, e il 97% di richieste (su mutui, busta paga, borse di studio, trattamento previdenziale, fondo pensione, tesserini magnetici, congedi parentali, variazioni anagrafiche) evase immediatamente.

La cortesia è difficile da raccontare, ma è un dato di fatto che il personale BNL può provare per credere.

Trend contatti Pronto Risorse Umane

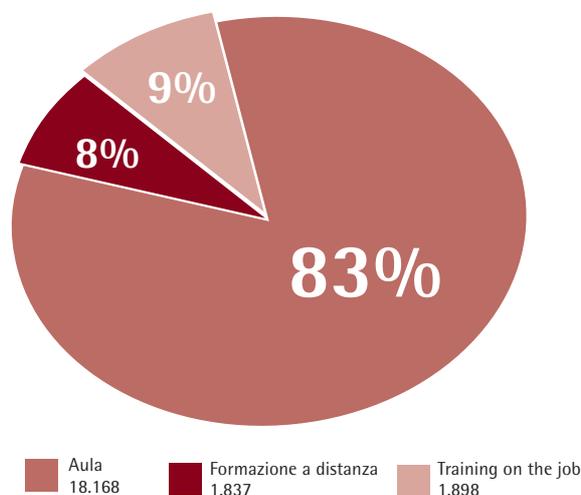


Formazione

L'attività formativa svolta nell'ultimo trimestre del 2007 ha raggiunto un livello significativo a dimostrazione dell'importanza attribuita alla formazione anche dalla "Nuova BNL S.p.A."; detto risultato è stato realizzato eseguendo tutte le attività di "progettazione ed erogazione della formazione" secondo la normativa ISO9001:2000, così come certificato dall'ente certificatore DNV. La certificazione, infatti, ha lo scopo di massimizzare l'efficienza e l'efficacia dei processi per sviluppare l'orientamento verso le esigenze e la soddisfazione dell'utente. La ridefinizione dei processi ha conseguito i risultati attesi rilevabili anche dall'elevato standard qualitativo dei corsi erogati, attestato altresì dal feedback molto positivo dei partecipanti rappresentato da un livello medio di gradimento di 3,41, su una scala da 1 a 4, valore che evidenzia un incremento significativo rispetto agli anni precedenti.

La formazione ha coinvolto la quasi totalità della popolazione banca (7.249 risorse) con 3,8 giorni di formazione in media per dipendente ed è stata erogata per l'83% in aula

avvalendosi di eccellenti formatori interni e di qualificati partners esterni. L'8% è stato realizzato con il forte sviluppo del canale e-learning e il 9% con il training on the job.

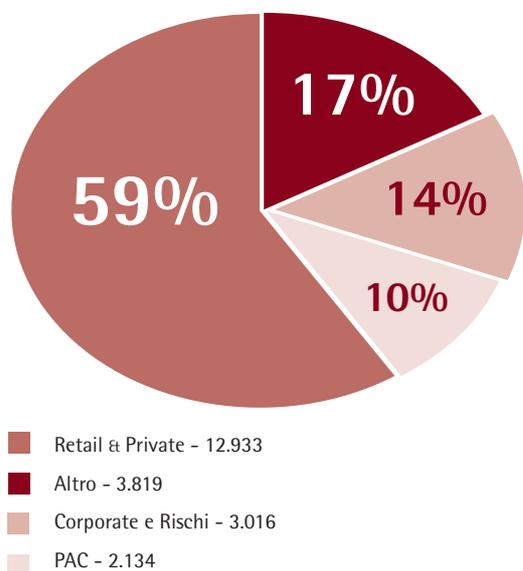


Nelle attività didattiche sono state coinvolte tutte le categorie professionali secondo la ripartizione seguente:

Categoria	Organico Medio	Partecipanti	Coverage	GG/UU Medi	Ore Medie
Dirigenti	286	85	30%	0,9	6,4
Quadri	5.942	3.126	53%	1,6	11,7
Aree Professionali	8.972	4.038	45%	1,4	10,3
Totale	15.200	7.249	48%	3,8	28,5



Secondo i piani di sviluppo della Capogruppo e vista la riorganizzazione aziendale in corso, il grafico seguente evidenzia la forte attenzione rivolta alla formazione della Divisione Retail e Private con il 59% del totale erogato e l'equa distribuzione della quota residuale tra Corporate, Produzione e Assistenza Commerciale (PAC) e altre Direzioni, rispettivamente con il 14%, 10% e 17%.



Le attività formative si sono concentrate su: trasparenza, garanzia e tutela della clientela con particolare riferimento alle normative ISVAP, MiFID e PattiChiari. Quest'ultima è tesa a mantenere gli standard di garanzia, di informativa sul servizio e di tutela della clientela stabiliti nell'accordo raggiunto dal consorzio di banche che vi hanno aderito e ha coinvolto tutti i ruoli di agenzia.

La formazione ISVAP, imposta con regolamento dall'istituto stesso, ha interessato tutti i ruoli commerciali su materie di carattere assicurativo e previdenziale con 30 ore di aula e 30 ore di e-learning a persona. Questa formazione deve essere continua nel tempo, prevedendo lo stesso ammontare di ore per tutti i neo inseriti a ruolo e un mantenimento di 15 ore di aula e 15 di e-learning all'anno per coloro che hanno già effettuato il corso.

La MiFID è una modalità operativa internazionale a cui tutte le banche hanno dovuto aderire entro dicembre 2007 in materia di adeguamento alla normativa per l'effettuazione degli scambi finanziari. La normativa ha previsto la rincontrattualizzazione di tutti gli scambi finanziari con i clienti in base ai profili di rischio identificati tramite la compilazione di un questionario standard. La formazione in materia è stata intensiva e rivolta a tutte le figure commerciali.

Per la formazione finanziata, nel 2007 è stato raggiunto un obiettivo molto rilevante con l'approvazione di 4 piani di formazione presentati al fondo For.Te (Avviso 2/06) che hanno reso disponibili per BNL circa 2.000.000 di euro; ulteriori 4

piani (Avviso 1/07) per circa 1.300.000 euro sono in fase di approvazione. Di notevole interesse anche i finanziamenti del fondo Fondir ottenuti per la realizzazione di iniziative di formazione manageriale attraverso il coaching individuale e di formazione linguistica.

Tra gli obiettivi del 2008 si sottolinea l'attivazione di iniziative formative rivolte alle categorie protette e il progetto Network Revolution che formerà tutti i ruoli di agenzia sulla gestione delle relazioni commerciali tra banca e cliente nell'ottica di una sempre maggiore attenzione alle esigenze della clientela. In tale ambito si collocano le attività formative sulle normative ISVAP e MiFID per fornire gli elementi base ai neo inseriti nei ruoli commerciali e assicurare il mantenimento di competenze per le risorse già formate in precedenza.

In relazione alla certificazione per le attività di "progettazione ed erogazione della formazione", secondo la normativa ISO9001/2000, si tenderà a un miglioramento continuo dei processi per ottimizzare le tempistiche, la soddisfazione dei partecipanti e gli standard qualitativi generali.

Formazione alla RSI

Nell'ambito del progetto cultura, mirato a diffondere tra i colleghi le informazioni essenziali circa la strategia di Responsabilità Sociale d'Impresa adottata dalla Banca, e inserito tra gli obiettivi etici pubblicati nel precedente Bilancio della Responsabilità Sociale, sono stati effettuati interventi in aula che hanno raggiunto l'intero pubblico dei colleghi neoassunti.

Il percorso logico degli interventi parte dalla spiegazione del significato che per BNL ha la definizione di azienda responsabile. Quindi prosegue sottolineando con esempi concreti che l'impostazione etica è parte integrante della storia e della tradizione della Banca e trova riscontro nelle iniziative prese fino ad oggi a favore degli stakeholder: azionisti, clienti, personale, fornitori, osservatori, istituzioni, ambiente, collettività. Le più importanti vengono elencate a titolo di esempio. Negli interventi non si trascura di spiegare come l'atteggiamento socialmente responsabile dell'azienda, oltre a garantirle l'apprezzamento dell'opinione pubblica, ha precisi riscontri sul mercato in quanto viene misurato da agenzie che attribuiscono un rating etico e orientano i risparmiatori ed i fondi specializzati nell'acquisto di azioni di società virtuose ed estranee a mercati controversi.

Ai colleghi viene quindi illustrato il processo di realizzazione del Bilancio della Responsabilità Sociale - con la raccolta dei

dati e delle notizie attraverso il gruppo di lavoro, nel rispetto di indicatori che garantiscono standard etici avanzati – il quale si conclude con l'analisi e l'approvazione del Comitato di direzione e del Consiglio d'amministrazione. Gli incontri sono stati occasione di scambio di idee.

Relazioni industriali

Sono stati sottoscritti 12 verbali di accordo con le Organizzazioni Sindacali e sono state dichiarate 10 iniziative di sciopero di durata variabile di cui nessuna imputabile a vertenze aziendali per un totale di 3.111 ore e un'adesione media di circa l'1,3%.

Al 31 dicembre 2007 la percentuale degli iscritti alle nove sigle sindacali presenti in BNL (Fisac/Cgil, Fiba/Cisl, Uil.Ca, Dircredito, Fabi, Sinfub, Falcri, Ugl Credito e Silcea) era pari a circa il 61%.

L'anno appena concluso ha visto le Relazioni Industriali impegnate nelle iniziative di attuazione del Piano di Sviluppo 2007-2009 finalizzate alla razionalizzazione/integrazione delle attività nell'ambito del modello organizzativo del Gruppo BNPP.

I principali temi affrontati hanno riguardato pertanto non solo le consuete tematiche quali il premio aziendale e il premio per il 25° anno di servizio, ma anche la preparazione e attivazione delle procedure sindacali per le operazioni delle Società del Gruppo e per l'operazione di conferimento a BNL Progetto S.p.A. del ramo d'azienda relativo all'esercizio dell'attività di "banca commerciale" di Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. e l'incorporazione in BNP Paribas delle attività di BNL non conferite a "BNL Progetto".

Altri motivi di confronto con le OO.SS. sono stati inoltre la rivisitazione della Cassa Sanitaria e la Formazione.

In relazione al premio aziendale gli accordi hanno definito le modalità di erogazione individuando gli indicatori di riferimento.

Riguardo poi le modalità di attribuzione del premio a favore dei dipendenti per il riconoscimento del 25° anno di servizio, l'accordo ha confermato quanto previsto negli anni precedenti, ovvero la consegna di un orologio di marca con dedica e la possibilità di scegliere tra un'erogazione in denaro o il versamento "una tantum" da parte della Banca di una contribuzione aggiuntiva al Fondo Pensioni del personale.

Con riferimento alle operazioni societarie, il servizio si è attivato nei confronti delle Società del Gruppo sia nella fase iniziale di individuazione e programmazione della procedura di comunicazione alle Organizzazioni Sindacali che nelle fasi successive di trattativa e chiusura della procedura medesima.

Per quanto riguarda invece il conferimento a BNL Progetto S.p.A. del ramo d'azienda relativo all'esercizio dell'attività di "banca commerciale" di Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. e l'incorporazione in BNP Paribas delle attività di BNL non conferite a "BNL Progetto" l'operazione è stata interamente seguita da Relazioni Industriali portando, con la sottoscrizione dell'accordo, alla chiusura della procedura di consultazione sindacale.

Importante il conseguimento dell'accordo relativo alla costituzione di una nuova ed unica "Cassa di Assistenza Sanitaria" per il personale appartenente alle Aree Professionali e ai Quadri Direttivi.

Si è ritenuto infatti opportuno avviare un processo tendente ad riunire le due casse già esistenti per crearne una nuova allo scopo di migliorare l'offerta delle prestazioni sanitarie. Troviamo infine l'accordo sulla Formazione con la cui sottoscrizione le parti, confermandone il valore strategico, hanno presentato l'offerta formativa (prevista dal CCNL) relativa ai bienni 2007- 2008.

Tale offerta, che prevede corsi in aula, on line e di lingua, è stata rinnovata nei contenuti e nelle modalità di fruizione al fine di renderla sempre più integrata e coerente alle nuove esigenze delle persone e dell'Azienda.

Sono stati chiusi quindi accordi importanti, proseguendo sulla strada del confronto e del dialogo con le Organizzazioni Sindacali con la consapevolezza che solo attraverso la concertazione, ovvero lo "stabilire in accordo con altri", si possono realizzare i progetti e allo stesso tempo valorizzare e far crescere sempre il patrimonio delle risorse umane.



Fondo di settore del credito per progetti di solidarietà-onlus

BNL è presente con un proprio rappresentante nel Comitato di gestione del “Fondo di settore del credito per progetti di solidarietà-onlus” creato due anni orsono dall’ABI e dai Sindacati di categoria cui hanno aderito 23.500 lavoratrici e lavoratori bancari, l’8% della categoria. Il comitato ha deliberato l’erogazione dei fondi fin qui raccolti -1 mln e 300 mila euro - verso 11 progetti mirati ad attenuare situazioni di sofferenza e di disagio sociale in tutto il mondo.

Una prima tranche pari al 36% dell’importo e relativa a 7 progetti è già stata accreditata a iniziative di solidarietà quali: adozioni a distanza in Libano, lotta alla violenza sui bambini di strada nel mondo, programma alimentare per piccoli affetti da Aids in Guinea, centro antitortura in Colombia, case famiglia - anche per bambini autistici - in Italia

I fondi sono stati erogati con criteri di equità sia tra le diverse aree di intervento - Italia (13%), Europa (26,46%), Africa (15,12%), Asia (18,90%), America (15,19%) Medio Oriente (11,34%) - sia con riferimento all’età dei beneficiari: 63% a comunità di adulti e 37% all’infanzia.

Di amministrare e distribuire questi fondi si sono occupate Organizzazioni non governative, in maggioranza italiane, impegnate da anni e con apprezzati risultati nella solidarietà internazionale. Sul sito web del Fondo tutte le informazioni ed i dettagli riguardanti i progetti sostenuti e le Onlus di riferimento.

Fondo Pensioni del Personale BNL

Le recenti riforme del sistema previdenziale rendono ancora più rilevante la funzione sociale della Previdenza Complementare, cui è ora affidato un ruolo di sostegno essenziale - e non più solo “integrativo” - al reddito delle nuove generazioni, allorché lasceranno il mondo del lavoro.

Il Fondo Pensioni BNL, nato fin dal '57 per lungimirante iniziativa congiunta della Banca e delle OO.SS. dei dipendenti, è quindi oggi strumento strategico nell'assicurare ai giovani iscritti di guardare con serenità al proprio futuro.

Fondo Pensioni BNL
Gianfranco Verzaro - Presidente

Il Fondo è una istituzione senza scopo di lucro, riservata ai dipendenti che decidano volontariamente di aderirvi. A fine 2007 gli iscritti erano 17.222, di cui 2.089 pensionati.

Il Fondo eroga prestazioni pensionistiche complementari e assicura un’ampia gamma di servizi collegati, tra i quali l’assicurazione per invalidità e premorienza (nel 2007 sono stati erogati indennizzi per € 380.515,00), garantendo ai propri iscritti una vasta e costante consulenza sulla previdenza complementare. Nel 2007 sono state inoltre erogate 2.300 anticipazioni per esigenze varie a valere sul trattamento previdenziale maturato.

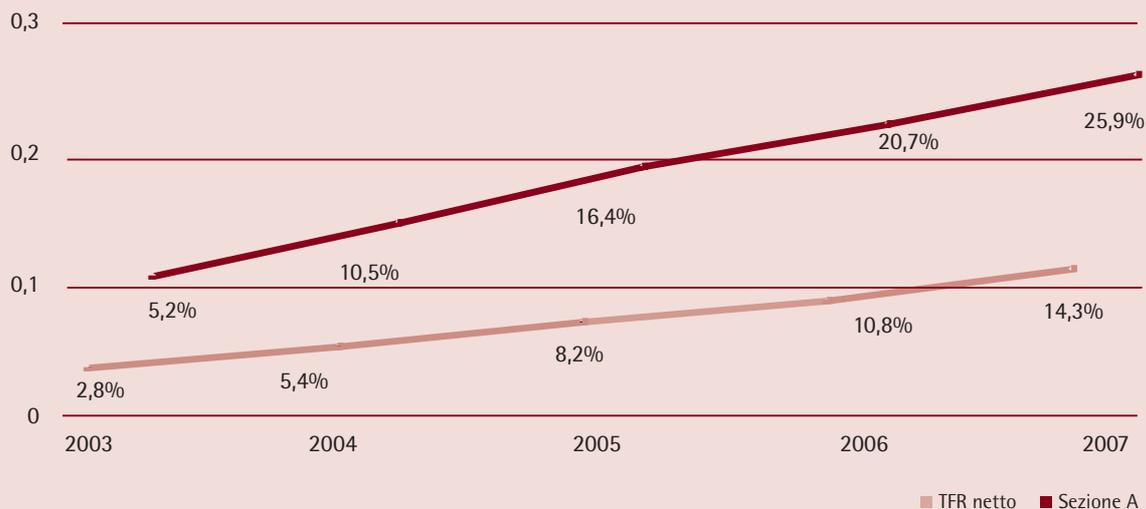
Gli iscritti versano una quota percentuale della propria retribuzione, oltre al TFR maturando e BNL contribuisce con una consistente erogazione pari al doppio o pressoché al doppio di quanto versato dai dipendenti.

Nei confronti dei giovani che iniziano la propria attività lavorativa con un contratto di apprendistato, il contributo è significativamente elevato e pari a ben l’11% della retribuzione annua lorda dell’interessato, presa a base per il calcolo del TFR.

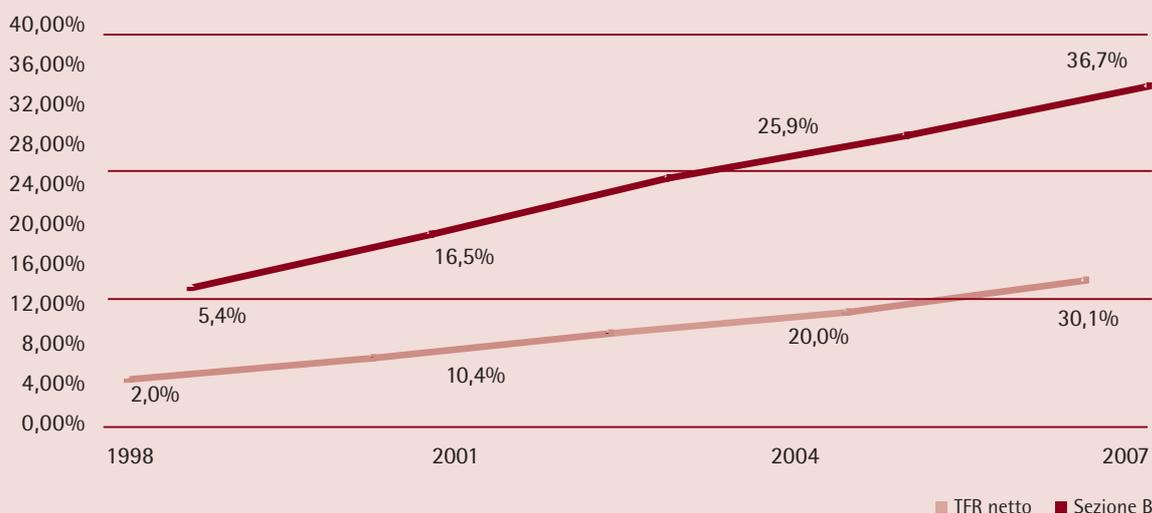
Vengono forniti inoltre gratuitamente il personale necessario e i locali per gli uffici del Fondo, rimborsando altresì le spese di ordinaria amministrazione.

Il Fondo ha adottato un codice etico e di comportamento, cui sono tenuti a conformarsi tutti coloro che operano all’interno

Rendimenti cumulati dal 2003 - anno di trasformazione della Sez. A a contribuzione definitiva



Rendimenti cumulati dal 1998 - primo anno utile dopo la costituzione della Sez. B



ed all'esterno della struttura, comprese le società alle quali è affidata la gestione finanziaria del patrimonio con l'obiettivo di conseguire il massimo rendimento con il minor rischio e nel rispetto dei principi morali ed ambientali, richiamati dallo Statuto stesso del Fondo.

Tenuto conto che gli investimenti previdenziali devono per loro natura essere valutati in un ampio spazio temporale, si evidenzia che il Fondo ha reso agli iscritti un rendimento complessivo ampiamente superiore a quello del TFR.

La riforma della previdenza complementare ha evidenziato una forte esigenza di informazione che il Fondo ha assicurato con numerosi strumenti e anche mediante specifici incontri di formazione nell'ambito dei corsi per i neo assunti.

Anche grazie a tali interventi, l'opportunità offerta dalla

legge di conferire il TFR maturando alla previdenza complementare è stata colta da oltre l'83% del personale interessato.

Nel corso dell'anno il Fondo ha annunciato l'erogazione di due borse di studio in memoria di Marco Giambarba, Vicepresidente del Fondo prematuramente scomparso nel 2004, per la frequenza di un master sulla previdenza complementare.

Per il 2008 gli obiettivi sono quelli di accrescere il livello di consapevolezza del personale sulla rilevanza del percorso previdenziale complementare con specifiche iniziative di formazione/comunicazione, aprendo altresì l'adesione al Fondo BNL ai colleghi del Gruppo e ai figli degli iscritti.

CONTRIBUTI VERSATI DALLA BANCA AI DIPENDENTI ISCRITTI AL FONDO PENSIONI

Per i dipendenti che decidono di iscriversi al Fondo Pensioni del Personale BNL mediante il versamento della contribuzione ordinaria, la Banca versa un contributo pari al:

- 1) per gli iscritti alla previdenza complementare prima del 29/04/1993, il 4% della retribuzione annua lorda;
- 2) per gli iscritti alla previdenza complementare dopo il 28/04/1993, il 3,30% della retribuzione assunta a base per il calcolo del TFR;
- 3) per gli iscritti alla previdenza complementare dopo il 28/04/1993 ma con il contratto di Apprendistato, l'11% della retribuzione assunta a base per il calcolo del TFR.

BNL per Telethon: 16 anni di risultati per la ricerca

La partnership con Telethon è il più importante progetto di solidarietà italiano in Europa.

BNL affianca da 16 anni il Comitato Telethon Fondazione Onlus nella raccolta fondi a supporto della ricerca scientifica sulle malattie genetiche, con 16 maratone ed oltre 172 milioni di euro (circa il 50% della raccolta totale), interamente devoluti a finanziare la ricerca di Telethon.

In questo modo BNL ha contribuito a sostenere 2.082 progetti, e a realizzare oltre 460 scoperte di grande valore scientifico, che hanno portato negli ultimi anni alla sperimentazione di trial clinici di successo come quello dell'Ada Scid che ha permesso di salvare 10 bambini da una gravissima forma di immunodeficienza.

Nella Maratona 2007 la Banca ha raccolto oltre 14 milioni di euro (il 46% del totale Telethon), grazie a 16.000 dipendenti che hanno collaborato alla realizzazione di 2.000 eventi e grazie al contributo di 120.000 clienti donatori, dei quali 100.000 privati e 20.000 tra aziende ed enti pubblici.

Nessuna azienda privata, in Europa, raggiunge i medesimi traguardi nel fund raising e nel marketing sociale, per sostenere una causa etica, a dimostrazione di come una giusta strategia possa diventare la tecnica vincente, anche in un ambito così difficile.

La caratteristica distintiva di BNL per Telethon è aver creato un sistema sinergico, a beneficio della partnership, di relazione con i principali stakeholder: i dipendenti e i clienti. Dal punto di vista delle risorse umane, dopo anni di impegno volontario spontaneo, BNL ha deciso nel 2007 di istituzionalizzare il volontariato come forma di collaborazione al progetto, riconosciuta e sostenuta dalla Direzione Generale e dalle Organizzazioni Sindacali.

Il 2007 ha visto infatti in BNL, una campagna di recruitment volontari, mirata ai dipendenti, grazie alla quale oltre 100 persone si sono proposte per gestire le attività di raccolta fondi sul territorio, tutto l'anno.

Nell'ambito del proprio "portafoglio clienti", BNL ha attivato negli anni un Sistema Imprese: un gruppo di oltre 200 aziende donatrici, che condivide la missione di Telethon e

BNL è divenuta in questi anni "la banca per un mondo che cambia" con uno sguardo sempre rivolto al mondo ma al contempo cittadina attiva e radicata nel proprio territorio, di cui riconosce i bisogni, le domande inespresse e le esigenze di sviluppo, con una presenza continua, qualificata e attiva. Il consolidamento del rapporto di fiducia diviene l'obiettivo primario per migliorare le relazioni con i propri Clienti. La comunicazione gioca in tal senso un ruolo fondamentale garantendo trasparenza, apertura, chiarezza e legame con la realtà.

Dominique Ronvaux
Direzione Comunicazione - Direttore

finanzia la ricerca in modo consapevole e partecipativo, seguendo in prima persona i progetti e monitorando i risultati. Il Sistema Imprese, nel 2007, ha contribuito alla ricerca, complessivamente, per circa 4 milioni di euro, ma al suo interno ci sono almeno 18 aziende che saranno protagoniste per tutto il 2008 dell'adozione esclusiva di uno specifico progetto. Sono aziende per il 90% fedeli nel sostegno a Telethon, a conferma di quanto la scelta sia consapevole e radicata nella cultura aziendale.

Il Sistema dei Volontari e il Sistema Imprese, fortemente radicati sul territorio, convogliano i loro sforzi verso un unico obiettivo: l'adozione di una linea di ricerca e dei progetti ad essa afferenti.

Nel capitolo Collettività sono descritte le attività precedentemente intraprese dalla Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. poi ereditate e ad oggi sviluppate dalla Nuova BNL S.p.A.



Per centrare un obiettivo così impegnativo, BNL intraprende ogni anno un'attività di comunicazione e sensibilizzazione sull'importanza della ricerca scientifica. Contemporaneamente, mantiene aperti tutto l'anno i suoi canali di raccolta: i conti correnti dedicati nelle agenzie, i bancomat, i canali telefonici e on line.

Il principale canale di sensibilizzazione del pubblico alla donazione sono gli eventi. BNL organizza, nelle piazze e nelle agenzie, numerose iniziative di raccolta: spettacoli, manifestazioni sportive, culturali e folkloristiche, spesso con testimonial e ospiti di rilievo. L'iniziativa, dalla ideazione alla realizzazione, è tutta "made in BNL", con uomini e donne BNL che affiancano questo impegno volontario alle proprie attività di business. Nel 2007, fra le principali iniziative istituzionali, mirate principalmente al rewarding e fidelizzazione dei clienti donatori:

- *L'evento Gold* a Roma (Ara Pacis) dedicato a 34 aziende clienti più generose che sono state ringraziate personalmente dal management BNL e del Comitato Telethon.
- *Gli Incontri con la ricerca*: visite dei Top Donor nei centri e laboratori di ricerca Telethon per toccare con mano l'utilizzo dei fondi nei progetti e i progressi scientifici.

Tra gli oltre 2.000 eventi di raccolta organizzati dalla rete delle agenzie in tutta Italia, nel corso del 2007 e durante la maratona televisiva, ricordiamo da Nord a Sud:

- a Milano, lo spettacolo di Al Bano organizzato dalle società del Gruppo BNL;
- a Udine, la Staffetta 24 Ore per Telethon;
- a Sanremo, lo spettacolo al Casino' di Sanremo "Il sogno di una bimba";

- a Bologna, il Gran Galà di Danza Sportiva al Salone della Borsa;
- a Grosseto, le maratone sportive e di cabaret, gli spettacoli delle scuole (30 eventi nella sola città);
- a Grosseto, Pisa e Lucca il lancio dei palloncini con messaggio dai bambini delle scuole;
- a Roma, il corteo delle Ferrari, l'Amleto al Carcere di Rebibbia e la regata "Sail for Life" al Porto di Fiumicino;
- a Napoli la manifestazione "Musicalmente" alla Reggia di Capodimonte;
- in tutto il sud, incluse le isole, gli spettacoli che hanno coinvolto i bambini e i ragazzi delle scuole.

Elementi ricorrenti negli eventi BNL: la musica, le degustazioni, le lotterie, le mostre mercato. Ricordiamo infine la massiccia partecipazione degli sportivi e il tradizionale supporto delle Forze Armate: dai Vigili del Fuoco, ai Carabinieri, all'Aeronautica con i parà, ai Bersaglieri.

Inoltre, BNL ha inaugurato un allargamento dell'offerta etica, affiancando al tradizionale Fondo Etico BNL per Telethon (che devolve il 50% delle commissioni) un nuovo bond, l'Obbligazione Step, collocato nella settimana di maratona per contribuire a Telethon con l'1% del collocato. Nello stesso periodo sono state vendute in via sperimentale le prime My Cash BNL per Telethon che devolvevano l'intero costo di emissione al quale il sottoscrittore aggiungeva una ulteriore donazione.

Queste le strategie con cui BNL, rinunciando a parte dei profitti, ha contribuito in maniera diretta alla raccolta, aprendo la strada a una nuova gamma di prodotti socialmente responsabili, per un futuro migliore.



In questi sedici anni di lavoro in comune Telethon e BNL hanno fatto molta strada insieme, abbiamo imparato a conoscerci, migliorarci e correre verso un traguardo comune.

Abbiamo fretta di arrivare, l'invito accettato anni fa dalla Uildm ci ha fatto abbracciare una sfida non facile da portare avanti.

Tante sono state le difficoltà e i problemi da affrontare: promuovere la ricerca scientifica nel nostro Paese e reperire fondi per finanziare quelle malattie che per la loro rarità non interessano le industrie private né ottengono finanziamenti pubblici.

Ma dal 1990 ad oggi il percorso intrapreso è stato vincente: Telethon ha potuto contare sulla generosità di tanti amici, in prima fila la BNL, che si sono uniti a noi accettando di diventare protagonisti di questa gara di solidarietà.

È stato ottenuto un primo, grande successo: la cura definitiva di dieci bambini affetti da una gravissima immunodeficienza, mentre per altre malattie si sta risalendo la "scala della ricerca" verso la sperimentazione clinica, che si spera rappresenti il passo decisivo verso la cura.

Dall'anno scorso la BNL ha introdotto un percorso di volontariato d'impresa che testimonia quanto in profondità la BNL abbia abbracciato la mission e i valori di Telethon all'interno del suo gruppo, trovando sempre nuovi spunti di miglioramento e innovazione.

Sono fiera di questa collaborazione e desidero ringraziare personalmente tutti i Volontari d'impresa BNL per il loro straordinario impegno a favore di Telethon.

Infatti credo che Telethon, BNL, gli italiani hanno un obiettivo comune: far avanzare la ricerca scientifica verso la cura della distrofia muscolare e delle altre malattie genetiche.

Insieme possiamo fare ancora di più.

Susanna Agnelli
Presidente Telethon

Tennis: sport per tutti

Entrata a far parte del Gruppo BNP Paribas - partner dei più importanti eventi tennistici internazionali tra cui Roland Garros, Davis Cup by BNP Paribas, Fed Cup by BNP Paribas, BNP Paribas Master di Parigi-Bercy, Open di Montecarlo, ecc. - anche BNL è diventata sponsor italiano del tennis in tutte le sue manifestazioni.

L'impegno BNL si inserisce in una strategia fortemente orientata verso lo sviluppo del tennis a tutti i livelli, confermando il sostegno allo sport come importante strumento di aggregazione e valorizzazione sociale.

Grazie all'accordo firmato tra BNL e FIT Federazione Italiana Tennis, BNL è diventata title sponsor degli "Internazionali BNL d'Italia" per il quinquennio 2007 - 2011, il torneo di tennis più prestigioso in Italia che si tiene ogni anno a maggio presso il Parco del Foro Italico a Roma, impegnandosi in un importante progetto di sviluppo e rilancio del torneo romano e del tennis italiano che la vede impegnata in prima linea fino al 2011 con BNP Paribas, la banca del tennis per eccellenza.

La prima edizione degli Internazionali BNL d'Italia ha ottenuto un grande successo, con oltre 145.000 spettatori e 4.000 clienti invitati ad assistere al torneo. Sono state inoltre



registrate 2.000 visite al giorno nel verticale realizzato ad hoc, con l'obiettivo di creare una community di appassionati di tennis.

La partnership di BNL con il tennis si è sempre rafforzata anche attraverso il supporto ad altre manifestazioni tennistiche, tra cui:

- la BNL Revolution Cup;
- il torneo Interbancario italiano di tennis a squadre, dove BNL si è classificata prima assoluta;
- il Campionato Europeo Bancari di Tennis 2007;
- l'organizzazione e la promozione degli incontri organizzati dall'ITF della Davis Cup e Fed Cup by BNP Paribas in Italia (due tornei a Castellaneta Marina presso Taranto ed un torneo ad Alghero, presso Sassari);
- l'organizzazione e la promozione dei mondiali Juniores di Davis Cup e Fed Cup by BNP Paribas che si sono tenuti a settembre a Reggio Emilia.

BNL è anche direttamente coinvolta nel supporto del tennis per disabili, consolidando in questo modo il suo impegno nel non profit e nella solidarietà sostenendo:

- il Master di tennis in carrozzina "Trofeo BNL", che si è tenuto dal 5 al 7 ottobre a Roma, a cui hanno partecipato i migliori giocatori italiani nelle tre categorie del tennis in carrozzina: Open Maschile, Open Femminile e Quad. Durante il torneo è stata promossa una raccolta fondi a favore di Telethon e il 5% del montepremi è stato devoluto alla fondazione;
- il Torneo "3rd ITFR World Tennis Championship-Rotarians' Tennis Meeting", iniziativa che ha costituito un'importante occasione per dare sostegno a specifiche iniziative di solidarietà tramite il Club promotore e la collegata Onlus;
- il CRAL BNL e il collega Gianluca Giovagnoli, 60° nel ranking mondiale.

Infine, in seguito alla decennale collaborazione con Telethon, BNL ha anche coniugato il tennis ad un'importante iniziativa di solidarietà organizzando insieme alla Federazione Italiana Tennis il "Telethon del tennis 2007", con il proposito di fare raccolta e dare così sostegno alla ricerca scientifica sulle malattie genetiche. BNL e FIT hanno infatti invitato



tutti i circoli italiani affiliati FIT ad organizzare presso le proprie strutture un torneo di tennis le cui iscrizioni sono state devolute a Telethon.

Associazioni

Il progetto ANIMA

L'Associazione Anima è un'associazione non profit promossa dall'Unione degli Industriali e delle imprese di Roma, di cui BNL è socia. Il suo obiettivo è promuovere tra le imprese la cultura della responsabilità sociale basata sui concetti dello sviluppo sostenibile e della cittadinanza d'impresa.

Anima lavora per costruire un sistema di rapporti integrato tra imprese, Istituzioni e Terzo Settore; un'orientamento a nuove strategie aziendali per le imprese che intendono applicare i principi della responsabilità sociale alla loro attività crea una nuova cultura imprenditoriale che possa coniugare profitto e creazione di benessere per la comunità. L'Associazione collabora attivamente con il terzo settore per la diffusione del volontariato.

BNL partecipa ad Anima dal 2003.

Aspen

Scopo dell'Aspen Institute Italia è la promozione di studi e ricerche che riguardano i grandi temi con i quali si confrontano la società contemporanea ed il singolo individuo, nell'am-

bito di quei settori della cultura che maggiormente mirano alla elevazione intellettuale e spirituale dell'uomo (educativo, scientifico, artistico, dell'attualità politico-economica nazionale ed internazionale). A tal fine l'Associazione collabora con le altre emanazioni dell'Aspen Institute for Humanistic Studies in Europa ed in altre parti del mondo. L'associazione con Aspen nasce nel 1986.

Associazione Italia-Francia

Dal 2003 la Banca ha stretto una collaborazione con l'Associazione Italia-Francia che opera nella valorizzazione delle relazioni italo-francesi sia in campo culturale sia in quello economico e sociale.

Astrid

Associazione costituita da studiosi di varia estrazione politica, da parlamentari, esponenti politici e dirigenti delle pubbliche amministrazioni. L'associazione ha come scopo lo studio delle riforme istituzionali e amministrative nazionali. La Banca partecipa alle attività di Astrid dal 2003.

Consorzio ABI Lab

ABI Lab è il Centro di ricerca e Sviluppo delle Tecnologie per la Banca promosso dall'Associazione Bancaria Italiana, in ottica di cooperazione tra banche, intermediari finanziari, partners tecnologici e Istituzioni.

La mission di ABI Lab consiste nell'estrarre valore economico misurabile dalle tecnologie applicate ai processi bancari. ABI Lab si propone, infatti, come uno strumento operativo di supporto all'interpretazione dei vantaggi derivanti dall'uso delle tecnologie, per l'ottimizzazione dei processi interni e la predisposizione di nuovi prodotti e servizi per la clientela, di cui le banche possano avvalersi in autonomia, nella piena salvaguardia dell'ambito competitivo.

ABI Lab svolge le sue attività in un contesto di incontro e confronto tra banche e partners tecnologici allo scopo di creare conoscenza, apportando ciascuno il proprio know-how e le proprie competenze, per realizzare insieme analisi, modelli concettuali, sperimentazioni e progetti pilota.

Inizialmente sviluppatosi come un progetto nell'ambito del Settore Tecnologie e Sicurezza dell'Associazione Bancaria Italiana, ABI Lab si è costituito il 4 dicembre 2002 sotto forma di Consorzio e intende oggi rafforzare la propria proposizione affermandosi come polo di ricerca e formazione sulle tecnologie per la banca.

Al consorzio partecipano banche ed intermediari finanziari, nonché aziende ICT con particolari competenze in ambito

bancario, che possono disporre di una struttura propria, dedicata alla ricerca, alla sperimentazione e alla condivisione di esperienze in ambito tecnologico, focalizzata sulle esigenze del mondo della finanza. La Banca aderisce dal 2003.

COTEC – Fondazione per l'Innovazione Tecnologica

Nel quadro caratterizzato dalla crescente importanza dei rapporti bilaterali tra Italia e Spagna e su impulso della Presidenza del Consiglio dei Ministri, nel 2001 è stata costituita la Fondazione COTEC Italiana che ha lo scopo di incoraggiare e promuovere attività, studi, ricerche e corsi di formazione nel campo della ricerca ed innovazione tecnologica, con l'obiettivo di migliorare la competitività dell'Italia in tali settori.

Per la realizzazione dei suoi scopi, la Fondazione svolge attività di elaborazione, di studio di problemi e prospettazione di soluzioni, promuovendo intese con istituzioni, associazioni, enti scientifici culturali ed educativi sia in Italia che all'estero. La Banca ha aderito alla fondazione dal 2002.

Consorzio ABI Energia

Le recenti evoluzioni che hanno caratterizzato l'assetto globale del mercato dell'energia elettrica e del gas hanno fatto sì che anche il settore finanziario fosse in gran parte coinvolto dagli effetti prodotti dalla liberalizzazione del mercato stesso. Il sistema bancario ha percepito il bisogno di accrescere le proprie conoscenze in materia di energia, di disporre di una visione di insieme dello scenario del mercato energetico italiano nonché di una dettagliata analisi sugli effettivi vantaggi ottenibili.

Per fornire una risposta efficace a queste necessità l'ABI ha creato il Consorzio ABI Energia, con lo scopo di definire azioni mirate volte ad una gestione ottimizzata dell'uso e dell'acquisto di energia. La Banca ha aderito al Consorzio nell'aprile 2004.

Consorzio PattiChiari

Il progetto PattiChiari, è un programma voluto, nel giugno 2003, dal vertice dell'ABI per riscrivere su basi nuove il sistema dei rapporti tra banche e società.

Successivamente, in data 9 settembre 2003, è stato costituito il consorzio con attività esterna e senza scopo di lucro denominato Consorzio per la gestione del marchio PattiChiari, in forma abbreviata Consorzio PattiChiari, con il compito di gestire la realizzazione operativa del Progetto sia sotto l'aspetto procedurale che promozionale. La Banca ha aderito nel settembre 2003.

TFA – Task Force Argentina

L'Associazione per la tutela degli investitori in titoli argentini, costituita nel settembre 2002, ha quale scopo principale quello di rappresentare, a titolo gratuito e sulla base di un mandato, gli interessi degli investitori italiani in titoli argentini, fornendo consulenza ed assistenza, instaurando rapporti con le Autorità argentine ed italiane, con il FMI e con eventuali altri Organismi. La Banca ha aderito nel 2004.

Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi

Il Fondo in oggetto è un consorzio di diritto privato tra banche, avente lo scopo di garantire i depositanti delle consorziate. La Banca aderisce dal 1987.

Centro di Alti Studi sulla Cina Contemporanea

Il Centro di Alti Studi sulla Cina Contemporanea è una Fondazione senza scopo di lucro costituita al fine di promuovere una migliore comprensione del complesso mondo cinese e fornire, attraverso studi ed analisi sistematiche, strumenti di valutazione, approfondimento e correlazione con l'attualità di quel Paese e la sua evoluzione. Nel 2005 la Banca ha aderito all'Associazione entrando a far parte del Comitato.

Assafrica Mediterraneo

Nel corso dell'anno, la Banca si era posta come obiettivo quello di assecondare iniziative volte a supportare le imprese italiane operanti o interessate a svilupparsi nei 70 Paesi del Mediterraneo, Africa e Medio Oriente.

Al riguardo, nel corso del 2008, la Banca aderirà all'Associazione Assafrica & Mediterraneo, associazione apartitica e senza scopo di lucro, che si propone di:

- facilitare gli associati nell'instaurazione e nello sviluppo di rapporti di cooperazione economica con i Governi, le Organizzazioni e gli operatori dei paesi dell'Africa, del Mediterraneo e Medio Oriente;
- coordinare l'attività degli associati e tenere contatti con altre Associazioni similari dei Paesi membri dell'Unione Europea;
- sviluppare e/o coordinare progetti integrati di sviluppo economico ed imprenditoriale dei paesi dell'Africa, Mediterraneo e Medio Oriente che coinvolgano imprese italiane;
- adottare modalità organizzative e comportamenti associativi coerenti con il Codice Etico e con la Carta dei Valori associativi confederali.

Partnership con AiBi, Amici dei Bambini

La partnership ha avuto origine nel 2005 con l'Osservatorio sull'Infanzia abbandonata in Italia e nel mondo volto a mettere in evidenza gli essenziali tratti della problematica e le sue possibili soluzioni.



La collaborazione con la BNL ha consentito di arrivare al primo "prodotto": il Rapporto Emergenza Abbandono 2007 (Edizioni Ancora), che rappresenta un'importante istantanea legata alla situazione dell'infanzia "fuori famiglia" in Italia.

L'impegno di questa partnership integrata continua al servizio dell'infanzia abbandonata con l'obiettivo di promuovere una trasformazione culturale presso le Istituzioni e la Società Civile per una sempre maggiore diffusione dell'accoglienza familiare. Due le aree di indagine:

1. L'ambito socio-culturale che pone particolare attenzione alla ricerca come strumento in grado di evidenziare il peso della variabile economica nell'atto adottivo, i precisi bisogni della coppia durante l'espletamento dell'iter come anche i bisogni della coppia nei primi 2 anni dalla conclusione dell'adozione.
2. In relazione all'area economica è in previsione il lancio di un nuovo prodotto BNL pensato proprio per agevolare le coppie in difficoltà al momento all'adozione.

Valore aggiunto della partnership sarà quindi rappresentato dalla gamma di prodotti finanziari specificatamente tagliati sulle necessità di target troppo spesso lasciati ai margini.

Attenzione alla cultura

La Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. inizialmente, quindi la BNL Progetto S.p.A., divenuta oggi Nuova BNL S.p.A. mantiene l'attenzione agli eventi socialmente utili e conferma la sua partecipazione al sostegno di iniziative in ambito sociale.

In tale ambito merita segnalare la presenza al Progetto Muse Roma, un progetto teso a favorire attraverso l'arte e la cultura, l'integrazione dei bambini di diverse etnie in scuole romane con particolare disagio ambientale e sociale.

Ma non va dimenticata la partecipazione della Banca ad avvenimenti culturali di cui di seguito diamo dettaglio per i settori della musica, dell'arte e del cinema e del teatro.

BNL per la musica

Nel quadro delle manifestazioni del 2007, BNL è presente quale sponsor istituzionale dell'Auditorium Parco della Musica di Roma e a tutti gli eventi importanti inseriti nel programma della stagione: Joe Cocker, Giovanni Allevi, Lou Reed, Dee Dee Bridgewater, Carmen Consoli e Patti Smith.

In qualità di Socio Fondatore dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia, BNL ha inoltre sponsorizzato il concerto di Yuri Temirkanov – Mahler – Sinfonia n. 2 in do minore e i Sei Concerti Brandeburghesi di Bach eseguiti dalla European Brandenburg Ensemble diretta da Trevor Pinnock.

Tra gli eventi musicali più importanti ricordiamo l'ormai tradizionale partecipazione di BNL come sponsor della rassegna di Musica classica Maggio dei Monumenti – Maggio della Musica, in particolare quest'anno il programma ha previsto una serie di concerti di musica classica dedicati a Beethoven e il suo tempo. In tale contesto BNL è stata sponsor dei due degli eventi più attesi: Il concerto inaugurale con la prestigiosa Wiener Kammer-symphonie, ed il concerto a Villa Pignatelli con il Quartetto Prazak.

Altro prestigioso appuntamento con la musica d'autore è il Concerto del FAI – Fondo Italiano per l'Ambiente – che quest'anno ha visto esibirsi, sul palco della prestigiosa Scala di Milano, il celebre pianista Keith Jarrett.

Come Banca tesoriera del Comune di Roma, BNL ha partecipato anche alla sponsorizzazione di alcuni eventi offerti gratuitamente al pubblico come il concerto di Capodanno 2007/2008 della cantante Giorgia e lo spettacolo di fuochi d'artificio al Foro Traiano.

Per il terzo anno consecutivo BNL sponsorizza l'altra importante manifestazione dell'estate romana, il Romarock Festival. Artisti italiani e stranieri sul palco delle Capannelle tra i quali Peter Gabriel, Avion Travel, Steve Vai e Le Vibrazioni.

BNL per il cinema e il teatro

BNL partecipa come main partner alla seconda edizione de "La Festa Internazionale del Cinema di Roma". Questa grande manifestazione di carattere internazionale è uno degli eventi

La scheda BNL per "La Festa Internazionale del Cinema di Roma"

Che cosa è:

Un grande rassegna cinematografica, un evento internazionale che si svolge in una delle location più qualificate della capitale "l'Auditorium Parco della Musica" una manifestazione per tutti coloro che apprezzano il cinema, un evento dedicato in egual modo agli addetti ai lavori e agli amanti del cinema.

Cosa differenzia BNL dagli altri partner:

BNL è l'unica Banca che può vantare un legame storico con il cinema (1935), ed è l'unico main partner della manifestazione

I Numeri BNL dell'edizione 2007

- Spazio allestito all'interno del Villaggio del Cinema	145 mq
- Visitatori ed invitati ospiti allo stand BNL	3.500
- Numero totale dei biglietti gestiti	oltre 3.500
- Cocktail Party	11
- Produzioni cinematografiche ospitate nello stand BNL	8
- Numero totale prelievi nei 2 ATM BNL presenti nel Villaggio del Cinema	1.063
- Passaggi su RAI SAT	250
- Numero totale di gadget distribuiti durante la manifestazione	4.100
- Tipologie di materiale promo-pubblicitario con presenza del marchio BNL (locandine, flyer, manifesti, programmi, cartoline, totem, striscioni ed inviti)	104
- Flyer e locandine BNL	50.000
- Affissioni varie con presenza del logo BNL (impianti 4x3, pubblicità dinamica, fermate bus, metropolitane, affissioni nazionali)	10.000
- Cataloghi prodotti con pagina pubblicitaria BNL	25.000
- Programmi e guide	200.000
- Vetrofanie BNL su autobus	300
- Uscite su stampa internazionale	21
- Uscite su stampa nazionale	65
- Proiezioni con sigla iniziale e presenza logo BNL	670
- Visitatori del sito internet e banner BNL	1.100.000



culturali di maggior richiamo nella Capitale. Si è svolta all'Auditorium Parco della Musica e nel suo ambito è stato assegnato un premio BNL alla migliore attrice.

Sempre nell'ambito cinematografico BNL è sponsor ufficiale della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, attraverso il supporto di due sezioni della manifestazione lagunare: le Giornate degli Autori e la Settimana della Critica. Come Banca tesoriere del Comune di Roma, BNL ha sponsorizzato la stagione Teatrale all'Ambra Jovinelli di Roma iniziata nell'autunno del 2007 e che si protrarrà fino alla primavera 2008. Un'ormai consolidata partecipazione agli spettacoli del Teatro divenuto un cult a Roma che coniuga il genere comico alla prosa. Tra i vari artisti, Francesca Reggiani, Paolo Hendel, Lella Costa, Angela Finocchiaro.

Sempre nello stesso contesto si inserisce lo spettacolo di Luigi Proietti al Gran Teatro di Roma "Di Nuovo Buonasera" che ha ricevuto un gran successo di pubblico, replicato fino a marzo 2008.

Tra gli eventi dell'estate romana ricordiamo le sponsorizzazioni della rassegna Imperatori alla sbarra – "Processo a Nerone" e "Processo a Tiberio" di Corrado Augias. Un vero e proprio processo ai due imperatori della storia di Roma una rivisitazione storica operata alla luce dei nostri giorni.

"L'Eneide" – Lettura dei canti di Vittorio Sermoni – 24 serate in cui lo scrittore latinista ha proposto la lettura dei Canti del Poema epico di Virgilio.

La Notte Bianca la manifestazione culturale gratuita aperta a tutti che si tiene ogni anno tra la fine dell'estate e l'inizio dell'autunno per un'intera notte.

Anteprima del film "Napoleon": per i festeggiamenti dei trent'anni dell'estate romana al Colosseo una suggestiva proiezione della pellicola restaurata del film indiscusso capolavoro del cinema muto del 1927.

BNL per la cultura

Nell'ambito culturale BNL ha sponsorizzato eventi significativi come la mostra "Luce Di Pietra" un percorso di opere d'arte contemporanea tenutasi nei principali Palazzi sede di istituzioni francesi presenti nella Capitale: Palazzo Farnese, S. Luigi dei Francesi, S. Nicola dei Lorenesi, Villa Medici e la mostra Pop Art! 1956-1968, una vasta esposizione divisa in 6 sezioni tematiche che ha visto l'esposizione di circa 100 opere di 50 artisti, considerati i maggiori esponenti della corrente artistica: Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Robert Rauschenberg e Ray Johnson.

In qualità di Banca cotesoriera del Comune di Roma, BNL ha partecipato alle seguenti iniziative:

Il Festival delle Letterature (VI^a edizione), la manifestazione per gli amanti dei libri dedicata ai più importanti autori della scena letteraria internazionale nel suggestivo palcoscenico alla Basilica di Massenzio, 10 serate per celebrare il testo e la parola, oltre all'esibizione di bravi musicisti del panorama jazz internazionale.

Musei in Comune, sponsorizzazione del circuito museale del Comune di Roma tra cui i Musei Capitolini, i Mercati e il Foro Traiano, il Museo dei Fori Imperiali, il Museo dell'Ara Pacis, il Museo Barracco, il Planetario e Museo Astronomico, Museo Civico di Zoologia. Fra le mostre più importanti ospitate nel 2007 citiamo: Antonietta Raphael e le Sculture in Villa a Villa Torlonia, i Profumi di Afrodite ai Musei Capitolini e l'apertura dopo il restauro dei Mercati di Traiano e il Museo dei Fori Imperiali.

Mostra Trash People: una delle piazze più importanti di Roma, P.zza del Popolo, ha ospitato l'installazione dell'artista Ha Schult; 1000 figure ad altezza d'uomo realizzate con la compressione di materiali di scarto industriali e di consumo urbano. Un evento di richiamo già proposto in altre capitali internazionali come messaggio di attenzione all'ambiente e qualità della vita.

Si segnala inoltre un altro consolidato appuntamento nel panorama intellettuale: il Premio Circe Sabaudia per il quale è stato intitolato un "premio BNL" che ha assegnato nella magnifica cornice del promontorio del Circeo, tre riconoscimenti alla poesia: Una vita per la poesia e i premi Un poeta del mediterraneo e Un poeta italiano.



Archivio Storico

La Banca, sin dalla sua nascita avvenuta nel 1913, ha dato particolare rilievo ed attenzione alla gestione delle proprie carte quale testimonianza degli affari svolti in qualità di ente creditizio e della propria vita istituzionale.

Proprio per queste peculiarità utili alla ricostruzione delle vicende storiche-economiche del Paese, nel 1994 il Ministero dei Beni Culturali – Soprintendenza archivistica per il Lazio ha riconosciuto il notevole interesse storico dell'Archivio BNL e dei documenti in esso depositati. La notifica è stata reiterata nel 2007 in occasione dell'acquisizione di BNL da parte di BNP- PARIBAS.

Pertanto, dal 1994, la documentazione della Banca non è più considerata ai soli fini amministrativi/legali ed interni, ma bensì come un patrimonio da salvaguardare e da valorizzare per il mondo esterno.

Da questo nuovo modo di considerare i documenti è nato il progetto dell'Archivio Storico, con l'individuazione e schedatura di quelle carte che per il loro contenuto sono da conservare per la costituzione della parte "viva" dell'Archivio.

L'Archivio Storico BNL, infatti, conserva l'identità e la memoria storica di un soggetto creditizio che da più di 90 anni coniuga il proprio ruolo istituzionale con un forte impegno sociale assumendo una posizione importante nell'evoluzione della vita socioeconomica dell'Italia.

Non è un caso che BNL è l'erede dei principi da cui è sorto l'Istituto Nazionale di Credito per la Cooperazione a seguito della trasformazione avvenuta nel 1927.

L'attività di analisi e di selezione della documentazione prodotta e/o ricevuta, nel tempo, dalle varie funzioni centrali è essenziale per l'individuazione di quelle testimonianze di

sviluppo della società civile italiana non priva di fattori eticamente virtuosi.

Oltre all'ingente quantitativo di carte, nell'archivio Storico BNL, è conservato un importante e cospicuo patrimonio fotografico.

Al fine di conservare nel migliore dei modi questo ingente patrimonio, la Banca si adopera su due fronti: su quello conservativo, per assicurare, anche mediante appositi restauri, l'ordinamento e la tenuta dei documenti con la realizzazione di appositi strumenti di base e di corredo utili per la ricerca da parte degli utenti, e, su quello della valorizzazione, sia promuovendo iniziative culturali rilevanti, sia avendo contatti con gli altri archivi storici sia privati che pubblici per offrire un migliore beneficio ad un'utenza sempre più informata e consapevole del valore di quanto le è messo a disposizione.

Patrimonio artistico

Fin dalla sua fondazione (1913), BNL ha sempre sostenuto il mondo dell'arte promuovendo da un lato iniziative di tutela e di conservazione delle opere e dall'altro di diffusione della conoscenza di quegli autori che rappresentano un inestimabile patrimonio nel panorama nazionale e internazionale. Dal mero mecenatismo, la Banca negli anni ha scelto di diventare promotrice e protagonista di importanti iniziative di carattere culturale. In particolare ha scelto di puntare alla salvaguardia e alla valorizzazione del proprio patrimonio artistico, mettendolo a disposizione degli appassionati attraverso eventi (come "Invito a Palazzo") o prestiti di opere.

BNL oggi vanta un patrimonio di oltre 5 mila opere, tra cui spiccano capolavori assoluti dell'arte classica e moderna, dalle

antiche sculture romane del I° sec. d.C. ai dipinti di Canaletto, Lorenzo Lotto, lo Spadarino, il Baciccio, Afro, Morandi, Schifano, De Chirico. Il fiore all'occhiello è rappresentato dalle due collezioni dei cinquanta pittori per Roma, quella dell'immediato dopoguerra volta a restituire l'immagine di una Roma silenziosa, quasi desolata e quella del 2000 - nata per celebrare l'anno del Giubileo e l'impegno della Banca nell'ambito dell'arte contemporanea - mirata a reinventare la città eterna nei suoi aspetti più diversi, alcuni notissimi, ma colti attraverso uno sguardo che li rende inediti.

Proprio nell'ottica di contribuire sensibilmente a sostenere l'arte con varie attività ed in diverse direzioni, cercando contestualmente di valorizzare il proprio patrimonio artistico, la Banca ha partecipato, per la seconda volta, alla Notte Bianca aprendo al pubblico dalle 19 alle 24 il Palazzo della Direzione Generale di via Veneto 119. Per l'occasione l'edificio si è trasformato in un vero e proprio museo con tanto di guide qualificate messe a disposizione degli oltre 750 visitatori intervenuti.

Dopo appena un mese dalla Notte Bianca, BNL ha partecipato alla sesta edizione di Invito a Palazzo avvenuta il 6 ottobre 2007. Dalle 9 alle 19 sono complessivamente affluiti circa millecinquecento visitatori. Il calo di circa cinquecento persone rispetto all'edizione dello scorso anno è giustificato dall'apertura, dell'unico Palazzo della Direzione Generale di Via Veneto visto che Palazzetto Cencelli, la ex sede del Fondo Pensioni, non è stato più disponibile.

Al Palazzo della Direzione Generale la novità che ha riscosso grande successo è stata l'esposizione di un dipinto, della scuola del Tintoretto "Caino ed Abele", appena restaurato integralmente, affiancato da un pannello esplicativo relativo alle modalità di tutte le fasi dell'intervento.

Anche quest'anno, grande curiosità ha suscitato la sala orientale che custodisce alcune preziose opere d'arte orientale che BNL ha collezionato nel tempo, dalla statua lignea quattrocentesca che rappresenta Guanyin, una delle divinità del buddismo maggiormente venerate e rappresentate, alle tredici statuine beneauguranti con le raffigurazioni dei mesi, i sette pannelli dipinti ad acquarello su seta di epoca settecentesca e un prezioso inceneritore, corredato da due vasi, con decorazioni a smalto della dinastia Ming.

La Banca ha dato in prestito, per esposizioni esterne, altre importanti opere. Infatti, oltre a concedere la proroga fino al 9 aprile del prestito dell'importantissima tela di Camille Corot, "La cascata delle Marmore a Terni", per la mostra "Turner e gli Impressionisti. La grande storia del paesaggio moderno in Europa" Brescia, Museo di Santa Giulia, la BNL ha concesso un'impegnativa tavola del XV secolo di Bono da Ferrara "San Giovanni Evangelista" per la mostra "Nobiltà di Piero. Piero

della Francesca e le corti italiane" al Museo Nazionale d'Arte Medioevale e Moderna. Chiesto e concesso anche il prestito di un'opera di un artista contemporaneo, Attilio Rossi "Autoritratto, l'atomica e la farfalla" per la mostra "Attilio Rossi" al Palazzo Leone da Perego di Legnano.

Infine, in ottemperanza alla Legge n. 306/2003 ed al D.Lgs. 38/2005 (adozione principi contabili internazionali I.A.S./I.F.R.S.) ed in un'ottica di opponibilità nei confronti di terzi della valutazione, anche ai fini assicurativi, del proprio patrimonio artistico, la Banca ha deciso di procedere all'aggiornamento della valutazione delle opere di maggior pregio, ferma alla data ed al prezzo di acquisto delle opere stesse.

In complesso sono state valutate, da esperti del settore, ben 2.034 opere, di cui 1.457, ritenute di maggior pregio, visionate e fotografate direttamente e 577 valutate utilizzando la documentazione su supporto sia informatico che cartaceo posseduta da BNL.

Servizio Studi

Attivo in BNL dal 1946, il Servizio Studi ha nella sua mission il compito di elaborare analisi e pubblicazioni che accrescono la consapevolezza su temi rilevanti del cambiamento economico sia all'esterno che all'interno della Banca.

L'integrazione nel Gruppo BNP Paribas ha permesso alla funzione di ricerca economica di BNL di conferire una prospettiva autenticamente globale alle riflessioni e agli approfondimenti compiuti sulle questioni italiane. In questa cornice, nel corso del 2007 e nel primo scorcio del 2008 specifiche



analisi sono state sviluppate sul tema delle riforme strutturali necessarie a modernizzare il nostro sistema economico e sociale e a ridurre i divari che ancora separano l'Italia dalle best practices europee e dagli obiettivi fissati in termini di crescita sostenibile dall'Agenda di Lisbona.

Negli studi pubblicati nelle collane "Problemi e Analisi" e "Focus settimanale" e disponibili sul sito www.bnl.it, una particolare attenzione è stata dedicata agli aspetti che riguardano il capitale umano, la qualità dell'output educativo e l'esigenza di ridurre le distanze che in Italia esistono tra sistema della formazione e mondo delle imprese.

Sul piano della sensibilizzazione ai temi del cambiamento economico delle risorse interne alla Banca, il Servizio Studi ha attivato la pubblicazione sull'intranet aziendale di una nuova nota periodica – denominata "SET news" – contenente dati e approfondimenti sull'evoluzione dell'economia e dell'attività bancaria a livello di territori e di settori.

L'obiettivo, che verrà ulteriormente perseguito in futuro, è quello di dare informazioni e promuovere la condivisione presso l'intera comunità aziendale di un glossario essenziale del cambiamento economico.

Media Relations

Il Servizio Media Relations cura le relazioni con i mezzi di informazione al fine di consolidare e alimentare la relazione con i differenti stakeholders nonché di incrementare la visibilità della Banca e del Gruppo sui media, valorizzando gli orientamenti strategici, i risultati di gestione, nonché le politiche di business e le attività istituzionali.

"Il Servizio SMR si impegna quotidianamente per rendere tempestiva ed efficace la gestione del rapporto con i mass media, per migliorare la qualità, la trasparenza e la correttezza dell'informazione in piena condivisione dei criteri del Gruppo BNP Paribas, della best practice internazionale e in linea con le prescrizioni degli organi di vigilanza dei mercati". Il Servizio si è pertanto organizzato in quattro diverse aree di attività:

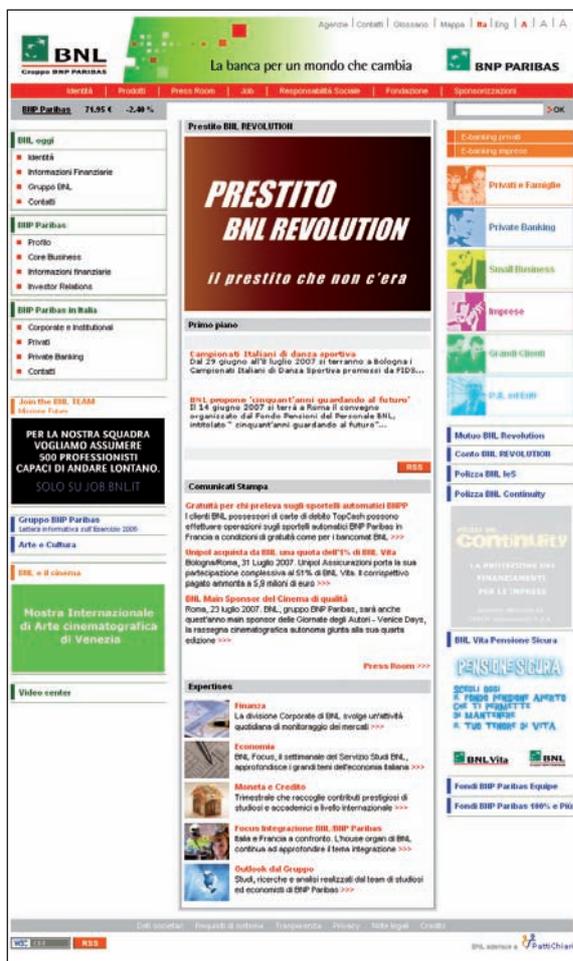
- la *Comunicazione Corporate* assicura il corretto flusso di informazioni su temi legati alle attività e ai risultati di gestione nonché agli orientamenti strategici della Banca e del Gruppo BNP Paribas;
- la *Comunicazione di Business* supporta l'attività retail e corporate della Banca e del Gruppo BNP Paribas in Italia, al fine di informare i clienti e valorizzare attraverso i media

strategie, prodotti, servizi, iniziative ed eventi legati al marketing e alle politiche commerciali;

- la *Comunicazione Istituzionale* promuove e valorizza le attività istituzionali della Banca – eventi, progetti speciali, sponsorizzazioni – con lo scopo di dare la più ampia visibilità agli investimenti e alle politiche socio-culturali di BNL. Cura, inoltre, la comunicazione media relativa a temi di carattere etico e di responsabilità sociale;
- la *Comunicazione Territoriale* cura la relazione con i media locali per sviluppare un più forte legame con il territorio comunicando le diverse attività ed iniziative della Banca e del Gruppo.

L'attività di Media Relations si basa sull'utilizzo integrato di numerosi strumenti (comunicati stampa, interviste, eventi/incontri con la stampa, relazioni one-to-one con i giornalisti) che permette una comunicazione a più livelli verso media e stakeholders. Ai media è stata dedicata, all'interno del sito internet della Banca, un'area – la Press Room – in cui è possibile trovare in maniera rapida e completa le principali informazioni relative al Gruppo BNL e alle attività del Gruppo BNP Paribas. Per agevolare le ricerche, i comunicati stampa sono pubblicati sia sulla home page del sito web sia all'interno della Press Room; ogni comunicato indica i nomi e i recapiti dei referenti che ne hanno curato la redazione. Sulla Press Room, inoltre, sono chiaramente indicati i contatti dei referenti per le specifiche aree di attività e un indirizzo e-mail generale – press.bnl@bnlmail.com – che raggiunge ogni singolo





addetto stampa per una più efficace e tempestiva gestione della corrispondenza.

A supporto dell'attività di customer care, è crescente l'azione svolta dal Servizio nella gestione delle risposte alle lettere di chiarimento/reclamo che sempre più frequentemente sono indirizzate direttamente alla casella di posta dell'ufficio stampa. Negli ultimi anni, infatti, i clienti privilegiano questa modalità di interlocuzione con la banca rispetto ai più tradizionali canali.

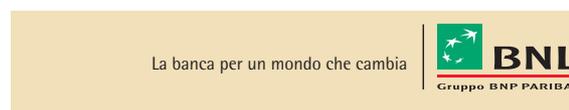
Significativa è anche l'attività di consulenza sulle attività di comunicazione e di marketing svolta dalle diverse funzioni della Banca e del Gruppo.

In stretto coordinamento con le funzioni che curano la comunicazione finanziaria di Gruppo, vengono diffusi in Italia i comunicati stampa dei risultati e organizzate conferenze stampa e incontri con i giornalisti per informare puntualmente gli investitori italiani che possono negoziare il titolo presso la Borsa di Milano sul mercato MTAI.

Il Servizio Media Relations realizza, infine, la Rassegna Stampa quotidiana e la Rassegna Stampa Prodotti, strumenti di informazione/formazione fruibili attraverso la rete Intranet, nonché il monitoraggio e la selezione delle notizie diffuse dalle Agenzie di Stampa nell'arco della giornata.

L'attività ha puntato ad assicurare la veicolazione di informazioni chiare e puntuali utili a supportare le varie fasi del progetto di integrazione delle attività di BNL in quelle di BNP Paribas. Importante è stata inoltre la valorizzazione delle diverse manifestazioni istituzionali, anche a livello territoriale, e delle attività di business svoltesi nel corso dell'anno. E' da evidenziare il contributo dato al sostegno del posizionamento del nuovo brand e delle attività del Gruppo BNP Paribas in Italia. In particolare, a tale scopo, va sottolineata la comunicazione attivata in occasione della nuova campagna di recruitment che, grazie alla scelta di svolgere parte della selezione attraverso il canale "Second Life", ha incrementato nei media la presenza del Gruppo e dei valori di innovazione e creatività ad esso collegati.

Nella seconda metà dell'anno è stata particolarmente impegnativa l'attività di media relations per gestire il coinvolgimento nella crisi dei mercati finanziari conseguente la cosiddetta crisi dei mutui "sub prime". In un primo momento il congelamento di tre fondi ABS di BNP Paribas deciso per tutelare i sottoscrittori dall'improvvisa crisi di liquidità venuta a crearsi, ha indotto nei media un'eccessiva quanto ingiustificata sovrastima delle criticità a carico del Gruppo. L'attività di media relations ha quindi puntato a gestire separatamente il problema dei fondi congelati rispetto alla gravità della crisi che per il Gruppo BNP Paribas risultava estremamente contenuta.



Relazioni Istituzionali

L'Ufficio Istituzioni del Servizio Relazioni Istituzionali, il quale ha come obiettivo di garantire la posizione di prossimità di BNL alle istituzioni democratiche, ha fornito alla direzione e alla rete le conoscenze sul concreto svolgimento dei processi legislativi che risultino utili e necessari per la piena comprensione e per il rispetto delle leggi approvate dal Parlamento anche rappresentando, per gli ambiti di competenza, gli interessi della Banca nei processi normativi e regolamentari.

Attraverso una fitta rete di contatti quotidiani, istituiti per meglio monitorare l'attività politico-legislativa, l'Ufficio, anche a seguito delle ultime elezioni politiche ha iniziato a ricreare nuovi rapporti con i senatori e i deputati, con gli uffici dei gruppi parlamentari, con le segreterie delle principali commissioni parlamentari (n. 80) e gli uffici studi dei due rami del Parlamento, con la Presidenza della Repubblica, con la Presidenza del Consiglio dei Ministri (n. 180) e con le Authority.

Particolare attenzione si è dovuta dare lo scorso anno alla

normativa europea con un attento monitoraggio dei lavori preparatori delle leggi oggetto di recepimento da parte del parlamento italiano (circa n. 20).

Infolex, la banca dati via intranet aziendale, comprendente la normativa riguardante i principali settori economico-finanziari riesce a dare un servizio di informazione istituzionale e normativo alla Direzione e alla Rete in tempo reale; con il supporto della lettura degli atti parlamentari (n. 960 fascicoli della Camera dei Deputati e n. 960 fascicoli del Senato della Repubblica), è stata implementata di n. 130 disegni di legge, n. 180 proposte, n. 120 leggi e decreti legislativi, n. 50 sindacato ispettivo, n. 11 indagini conoscitive, n. 39 documenti della UE, n. 128 documenti Authority, n. 240 Gazzette Ufficiali-Serie Generale, n. 50 Gazzette Ufficiali-Serie Regioni, n. 200 Gazzette UE.

Recentemente, nell'ambito della nuova struttura che si occupa del processo di Vigilanza regolamentare (n. 11 incontri), l'Ufficio è stato coinvolto ufficialmente come supporto delle funzioni interessate alla tempestiva individuazione delle evoluzioni normative e regolamentari mediante la gestione dei rapporti con gli organismi istituzionali.



Fondazione BNL

A quasi due anni dall'inizio della sua attività la Fondazione BNL gode di un Patrimonio attualmente pari a 1 milione di euro e di un Fondo di gestione che è ammontato ad un milione di euro per ciascuno dei due anni e che ha alimentato l'attività della Fondazione.

Proseguendo sulle linee di attività già perseguite nell'anno precedente, l'impegno per il 2007 della Fondazione si è concentrato, come previsto dal regolamento, sulla solidarietà attraverso il finanziamento di progetti specifici escludendo invece il contributo al funzionamento degli enti o alle manifestazioni di sensibilizzazione e alle raccolte fondi.

Complessivamente nel 2007 la Fondazione BNL ha deliberato e messo in cantiere interventi per un ammontare di 1.072.000 euro.

Gli interventi effettuati si possono ricondurre ad alcuni filoni principali.

La quota economicamente più significativa dell'attività della Fondazione (632.000 euro) è stata dedicata al sostegno alla ristrutturazione e all'arredo specializzato di centri di accoglienza per anziani, portatori di handicap, extracomunitari in difficoltà, donne e bambini abusati. Rientrano in questa categoria ad esempio il contributo alla ristrutturazione di un piano della casa alloggio per disabili della Comunità di Capodarco a Roma; quello per la ristrutturazione di un immobile per l'accoglienza di anziani in difficoltà della Comunità di S. Egidio a Roma; il sostegno alla Cascina Cantalupo di Monza per l'assistenza agli immigrati; l'acquisto di letti attrezzati per anziani non autosufficienti ospitati dalla Casa di Riposo "Don G. Nobile" di Varallo Pombia (Novara).

Un secondo gruppo di interventi per un ammontare di 130.000 euro è stato destinato all'acquisto di ambulanze e piccoli veicoli per il trasporto di malati a favore di associazioni dedicate. In qualche caso si è trattato di veicoli particolarmente attrezzati come quello destinato alla Comunità di S. Patrignano a Coriano di Rimini strutturato per la rianimazione.

Oltre il 20% dei fondi impegnati, pari a 245.000, euro sono stati invece dedicati a interventi nel Mezzogiorno. Tra questi il contributo alla ristrutturazione del chiostro della Parrocchia del Rione Sanità a Napoli che costituirà un punto di ritrovo e aggregazione per i giovani del quartiere che non trovano altri momenti di socializzazione e sono quindi a rischio delinquenza, ma anche il sostegno alla Fondazione Domus de Luna a Cagliari per un centro assistenza ai bambini abusati, o gli arredi specializzati per bambini dell'Ospedale G. Rummo di Benevento.

Una piccola attenzione è stata data anche a progetti nei paesi più poveri del mondo (65.000 euro) in particolare la costruzione di due scuole e di due pozzi nella Repubblica Centrafricana e la partecipazione al completamento di un centro educativo in Sierra Leone.

Vi sono infine diversi altri progetti per i quali sono in via di acquisizione gli elementi conoscitivi e valutativi utili alle necessarie deliberazioni il cui ammontare impegna l'intera disponibilità accantonata nell'esercizio nell'apposito fondo (620.000 euro) a valere sul Fondo di gestione messo a disposizione della Fondazione per tali finalità.

AMBIENTE SALUTE E SICUREZZA

Ambiente

La Nuova BNL S.p.A. ha mutuato nel corso della sua attività le scelte operative e la strategia per l'ambiente, la salute e la sicurezza impostate prima da Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. e quindi da BNL Progetto S.p.A..

I dati di seguito elencati sono pertanto su base annua. Ciò ad evidenziare la continuità delle relative politiche nonostante il susseguirsi di diverse identità giuridiche.

Energia

Gli sforzi operati per dare consistenza all'azione di contenimento delle emissioni indirette da parte delle strutture operative della Banca hanno dato i loro frutti. Il totale delle emissioni di CO₂ in atmosfera è stato di 69,102 tonnellate contro le 73,991 tonnellate dell'anno precedente.

Le emissioni dirette di CO₂ prodotte per l'attività di trasporto durante il 2007 sono state inferiori seppure di poco a quelle prodotte nell'anno precedente: 3.117 tonnellate contro le 3.132. Si è ridotto di oltre 4 mila KW/h il consumo di energia elettrica. È calato di conseguenza da 62,012 a 59,830 il corrispondente ammontare delle emissioni indirette di CO₂.

È diminuito anche il consumo di gas metano da 3,21 a 3,14

Il tema dello sviluppo sostenibile e della salvaguardia ambientale si traduce in scelte quotidiane per tutti coloro che operano nell'ambito della Direzione Immobiliare. In pratica, l'importante piano d'investimenti che facciamo per le agenzie e per i palazzi di direzione ci permette di cambiare progressivamente i nostri impianti di condizionamento-riscaldamento e dunque di ridurre il nostro consumo e conseguentemente il nostro impatto ambientale.

Jean Francois Pfister
Direzione Immobiliare - Direttore

mln di metri cubi. Ciò ha propiziato un calo da 6.210 a 6.069 delle tonnellate di emissioni dirette di CO₂.

L'aumento delle tonnellate di emissioni dirette di CO₂ collegate all'incremento del consumo totale di gasolio è imputabile ad una scelta obbligata di controllo straordinario di alcuni impianti a turbina che garantiscono il funzionamento dei centri elettronici anche in caso di black out.

DESCRIZIONE	ANNO 2007		
	Consumo totale	Emissioni indirette CO2	Per dipendente
Energia elettrica *	108.781.099 KW/h	59,830 tonn.	7,378 KW/h/anno

* Per rapporto NRE è richiesto il consumo di energia indiretto e quello diretto diviso per tipologie: fossile, solare e simile.

DESCRIZIONE	ANNO 2007		
	Consumo totale	emissioni dirette CO2	Per dipendente
Gasolio	1.248.315 lt	3,203 tonn.	84,7 lt/anno
Metano	3.144.505 m ³	6,069 tonn.	213,27 m ³ /anno
Carburante company fleet (benzina, gasolio)	1.294.000 lt	3,117 tonn.	89,37 lt/anno
EMISSIONI TOTALI DIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA		9,272 tonn.	
EMISSIONI TOTALI INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA		59,830 tonn.	
EMISSIONI DI CO2 IN ATMOSFERA 2007		69,102 tonn.	

DESCRIZIONE	ANNO 2007	
	quantità (m ³)	quantità per dipendente
Acqua	826,024	56 m ³ /anno

Carta

Il peggioramento dell'ammontare dei consumi di acqua consegue ai criteri di monitoraggio basati sulle bollette e quindi sensibili all'aumento del prezzo e soprattutto ai ritardi con cui le bollette vengono inviate dal gestore per il pagamento. L'aumento delle cartucce per stampante è invece collegato all'acquisto di nuovi macchinari più economici ma richiedenti un maggior numero di ricambi.

La crescita della quantità di carta per dipendente è condizionato dalla variazione del rapporto unitario derivante dalla diminuzione del personale.

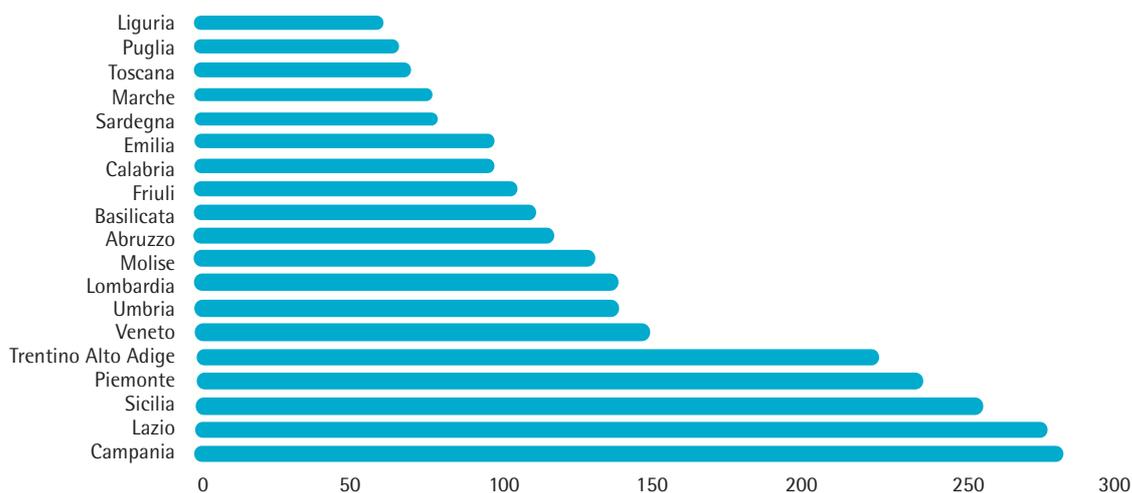
Tra i nostri obiettivi 2008 rientrano:

- limitazione delle incidenze ambientali delle attività con ottimizzazione del rendimento degli impianti sul territorio;
- l'uso di tecnologie e processi che prevengono e/o riducono le interazioni con l'ambiente;
- l'uso razionale delle risorse e dell'energia mediante applicazione delle migliori tecniche di esercizio;
- la sensibilizzazione dei dipendenti sulle tematiche ambientali.

Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro

Sono aumentate le visite negli uffici volte ad effettuare con l'apposita strumentazione le rilevazioni ed il monitoraggio dei parametri microclimatici, illuminotecnici ed ergonomici. Si è raggiunta nel 2007 la quota di 2.100 rilevazioni. Oltre il 30% delle rilevazioni configura il rispetto della cosiddetta "fascia di benessere", mentre per le altre situazioni sono state intraprese le opportune iniziative di adeguamento e/o di taratura degli impianti.

Concentrazioni medie Regionali (Bq/m³)



È stato completato il monitoraggio del Radon – gas radioattivo naturale emanato dal sottosuolo – nelle 352 agenzie sul territorio della Banca dotate di locali interrati, sia di proprietà che in affitto (v. tabella).

REGIONE	PROPRIETÀ	AFFITTO
LOMBARDIA	27	34
LAZIO	22	30
CAMPANIA	9	12
T. A. ADIGE	4	4
FRIULI V. G.	3	5
PIEMONTE V. D'AOSTA	15	18
E. ROMAGNA	9	16
TOSCANA	6	15
UMBRIA	4	3
MARCHE	6	14
PUGLIA	11	8
VENETO	9	10
SICILIA	3	13
LIGURIA	5	9
CALABRIA	6	6
SARDEGNA	2	7
ABRUZZO MOLISE	1	6
TOTALE	142	210

Totale agenzie monitorate	352
Totale locali monitorati	812
Concentrazione media totale (Bq/m³)	144

Nel complesso, sono stati monitorati 812 locali che hanno evidenziato una concentrazione media nazionale del gas Radon di 144 Bq/m³ (Bequerel al metro cubo). Per avere un termine di riferimento, il limite oltre il quale occorrono interventi di mitigazione è di 500 Bq/m³.

Nel grafico sono indicate anche le concentrazioni medie regionali.

FORNITORI

Politiche degli acquisti

La Banca ha instaurato negli anni relazioni stabili basate su criteri di fiducia e di reciproco beneficio. Nel 2007 sono stati 9.312 i fornitori con cui BNL ha collaborato e di questi ben il 92,8% sono piccole società.

Sistema di qualificazione dei fornitori

La qualificazione dei fornitori avviene in due momenti distinti: la certificazione e il monitoraggio delle performance. Un fornitore viene certificato sia in base allo "stato di salute" della propria azienda, rilevato attraverso gli strumenti offerti dalle società di rating e da altre strutture interne alla banca, sia per l'immagine etica che l'azienda stessa ha sul mercato, sia per la loro sensibilità alla politica

ambientale. Una volta certificato il fornitore viene "misurato" in base alla qualità del servizio offerto alla Banca, rilevato attraverso l'attenta misurazione del grado di soddisfazione dei Clienti interni ed esterni.

Intendiamo promuovere, in sintonia con i colleghi di BNP Paribas che operano nello specifico settore, tutte quelle attività che tendono ad allineare, uniformare ed integrare i processi di gestione e verifica dei fornitori, dei contratti/accordi quadro con loro in essere ed in corso di formalizzazione curando fra l'altro con particolare attenzione tutti gli aspetti in tema di Responsabilità Sociale; nel contempo svolgendo azioni di controllo, sensibilizzazione e affiancamento ai nostri fornitori per aiutarli ad adeguarsi ai relativi obblighi normativi.

IMPORTO	Esercizio 2007	
	N° Fornitori	%
Fino a 100.000 €	8.645	92,8
Da 100.001 a 500.000 €	471	5,1
Da 500.001 a 1.000.000 €	92	1,0
Oltre 1.000.000 €	104	1,1
TOTALE	9.312	100,0

TIPOLOGIA	Esercizio 2007	
	N. Fornitori	Fatturato (M€ IVA incl.)
Spese Immobiliari	1.897	152
Tecnologie	529	231
Altri Servizi	5.574	242
Altro (*)	4.910	206
TOTALE (**)	12.910	831

Altro (*) = Acquisto oro, competenze anno, oneri vari, etc.

TOTALE (**) = Molti fornitori appartengono contemporaneamente a più categorie



RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO SOCIALE

All'Azionista della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.

1. Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio sociale al 31 dicembre 2007 della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (di seguito la "Banca"), predisposto, secondo quanto riportato nel paragrafo "Premessa Metodologica: i Principi di Redazione del Bilancio – Metodologia" sulla base delle linee guida previste dal "Modello di redazione del Bilancio sociale per il settore del credito" pubblicato dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI) e sulla base delle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" definite dal Global Reporting Initiative. La responsabilità della redazione del bilancio sociale secondo dette linee guida compete agli Amministratori della Banca. E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base alla revisione limitata svolta.
2. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata statuiti dal principio di revisione "*International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*", emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board ("IAASB")*, effettuando le verifiche e analisi riepilogate di seguito:
 - verifica della corrispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Rendiconto" del bilancio sociale ai dati ed informazioni inclusi nel bilancio d'esercizio della Banca al 31 dicembre 2007, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi dell'art.2409-ter c.c. in data 11 aprile 2008;
 - analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel bilancio sociale. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
 - interviste e discussioni con i delegati della Direzione della Banca al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del bilancio sociale nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio sociale;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio sociale, al fine di ottenere una conferma dell'efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni.

- analisi della completezza e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sociale;
- analisi del processo di coinvolgimento degli *stakeholder* mediante l'analisi della documentazione esistente;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., sulla conformità del bilancio sociale alle linee guida indicate nel paragrafo 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo gli statuiti principi di revisione.

3. Sulla base del lavoro svolto, non siamo venuti a conoscenza di aspetti che ci facciano ritenere che il bilancio sociale al 31 dicembre 2007 della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. non sia conforme alle linee guida così come riportate nel paragrafo 1 della presente relazione.

Roma, 29 settembre 2008

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



Enrico Pietrarelli
Socio

TABELLA DEGLI INDICATORI



PROFILO

1. Strategia e analisi

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
1.1	Dichiarazione del Presidente e del Direttore generale	Lettera del Presidente	4
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi ed opportunità	Lettera del Presidente	4
		Lettera dell'Amministratore Delegato	5
		Dichiarazioni del management	30, 33, 39, 40, 57, 60, 74
		Scelte qualificanti	14
		Obiettivi e linee di sviluppo	30, 31, 32, 33, 35, 37, 50, 51, 52, 53, 55, 58, 60, 61, 70 75, 76

2. Profilo organizzativo

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
2.1	Nome dell'organizzazione	Copertina	
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	Clienti	30
2.3	Struttura operativa	Assetto organizzativo	9
2.4	Sede principale	Ultima di copertina	
2.5	Paesi di operatività	BNL e BNP Paribas insieme	7
2.6	Assetto proprietario e forma legale	Risultato d'esercizio	24
2.7	Mercati serviti	Clienti	9
2.8	Dimensione dell'organizzazione (numero di dipendenti; fatturato netto...)	Risultato d'esercizio	24
		Persone	40
2.9	Cambiamenti significativi	Premessa metodologica	12
		BNL e BNP Paribas insieme	7
		Risultato d'esercizio	24

3. Parametri del bilancio

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
3.1	Periodo di rendicontazione	Premessa metodologica Rendiconto	12 24
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	Premessa metodologica	12
3.3	Periodicità di rendicontazione	Premessa metodologica Rendiconto	12 24
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report	Ultima di copertina	
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report	Premessa metodologica	12
3.6	Perimetro del report	Premessa metodologica	12
3.7	Limitazioni su obiettivo o perimetro del bilancio	Premessa metodologica	12
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo	Premessa metodologica	12
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti	Premessa metodologica Rendiconto	12 24
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	Premessa metodologica Rendiconto	12 24
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report	Tabella degli Indicatori	80
3.13	Accreditamento del bilancio	Parere professionale	78

4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholders

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
4.1	Struttura di governo	Assetto organizzativo Rete distributiva	9 11
4.6	Conflitti di interesse	Compliance e sistemi di controlli	19
4.8	Mission, valori, codici di condotta, principi	Identità aziendale, Valori del Gruppo Compliance e sistema dei controlli Scelte qualificanti	6 8 19 14
4.9	Procedure per identificare e gestire le performance economiche, ambientali e sociali	Responsabilità Sociale d'Impresa Spirito d'innovazione Gestione dei rischi Normativa MiFID a tutela del cliente	14 17 18 31
4.10	Processo per valutare le performance del componenti del più alto organo di governo	Assetto organizzativo	9
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Produzione e assistenza commerciale Gestione dei rischi Compliance e sistema dei controlli	23 18 19

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte esterne	Premessa metodologica	12
		Responsabilità Sociale d'Impresa	14
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria	Associazioni	63
4.14	Elenco degli stakeholder coinvolti	Responsabilità Sociale d'Impresa	14
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder	Responsabilità Sociale d'Impresa	14
4.16	Attività di coinvolgimento degli stakeholder	Ascolto	35
		Comunicazione interna	51
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni	Ascolto	35
		Presidio della customer satisfaction	37
		Controversie	39

4. Modalità di gestione e indicatori di performance

PERFORMANCE ECONOMICA

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Piramide LBG	16
		Determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto	26 - 27
		Aspetti retributivi	44
		Risultati d'esercizio	24
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	Ambiente Salute e Sicurezza	74
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	Fondo Pensioni del personale BNL	57
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	Distribuzione del Valore Aggiunto	27
EC6	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali	Fornitori	76
EC7	Procedure di assunzione di persone residenti	Persone	40
EC8	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi di "pubblica utilità"	Piramide LBG	16
		Mercato Corporate	33

PERFORMANCE AMBIENTALE

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
EN1	Materie prime utilizzate	Ambiente, Salute e Sicurezza	74
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica	Ambiente, Salute e Sicurezza	74
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica	Ambiente, Salute e Sicurezza	74
EN5	Risparmio energetico	Ambiente, Salute e Sicurezza	74
EN6	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile	Ambiente, Salute e Sicurezza ambiente	74
EN7	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	Ambiente, Salute e Sicurezza	74
EN8	Consumo totale di acqua	Ambiente, Salute e Sicurezza	74

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	Ambiente, Salute e Sicurezza	74
EN17	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	Ambiente, Salute e Sicurezza	74
EN19	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	Ambiente, Salute e Sicurezza	74

PERFORMANCE SOCIALE: pratiche di lavoro e condizioni di lavoro adeguate

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
LA1	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto e distribuzione territoriale	Persone	40
LA2	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica.	Turnover	45
LA3	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno	Relazioni Industriali	56
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	Relazioni Industriali	56
LA7	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica	Assenze del personale	45
LA8	Programmi di educazione, formazione, consulenza, prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità, relativamente a disturbi o malattie gravi	Formazione	54
LA10	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori	Formazione	54
LA11	Programmi per la gestione delle competenze e sviluppo carriere	Sviluppo competenze	51
LA12	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	Sviluppo competenze	51
LA13	Ripartizione del personale per sesso e altri indicatori di diversità (es. disabilità)	Pari opportunità	43
LA14	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria	Aspetti retributivi	44

PERFORMANCE SUI DIRITTI UMANI

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
HR1	Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione (<i>screening</i>)	Gestione dei rischi	18
		Compliance	19
HR2	Fornitori valutati in relazione al rispetto dei diritti umani	Fornitori	76
HR3	Ore totali di formazione dei dipendenti su politiche e procedure riguardanti tutti gli aspetti dei diritti umani rilevanti per l'attività dell'organizzazione e percentuale dei lavoratori formati	Formazione	54
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	Compliance e sistema dei controlli	19

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
HR5	Rischi per il diritto alla libertà di associazione e la contrattazione collettiva	Compliance e sistema dei controlli	19
HR6	Ricorso al lavoro minorile	Compliance e sistema dei controlli	19
HR7	Ricorso al lavoro forzato	Compliance e sistema dei controlli	19

PERFORMANCE SULLA SOCIETÀ

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
S01	Gestione degli impatti nella comunità	Piramide LBG	16
S02	Analisi e monitoraggi sulla corruzione	Compliance e sistema dei controlli	19
S03	Personale formato sulla prevenzione della corruzione	Formazione	54
S04	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione	Compliance e sistema dei controlli	19
S05	Posizioni sulla politica pubblica, e lobbying	Compliance e sistema dei controlli	19
S06	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese	Compliance e sistema dei controlli	19

PERFORMANCE SULLA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Codice G3	Contenuto	Sezioni del bilancio	Pagina
PR3	Informazioni relative ai prodotti e servizi	Clienti	30
PR5	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	Ascolto Clienti	35
PR6	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	Clienti	30

2.10; 4.4; 4.10; EN2; LA5; S08; PR9

DATI NON INDICATI NEL DOCUMENTO

EN11; EN12; EN20 - EN23; EN26 - EN28; PR1

DATI NON RILEVANTI PER LA TIPOLOGIA DELL'AZIENDA

3.8 ; 4.2 ; 4.3 ; 4.5 ; 4.7

DATI REPERIBILI NEL BILANCIO D' ESERCIZIO 2007

Sono stati rendicontati tutti gli indicatori "core" e solo dove ritenuto rilevante gli "additional".

Stampato su carta ecologica



Il Bilancio della Responsabilità sociale 2007 è stato redatto grazie alla passione e al prezioso contributo delle colleghe e dei colleghi dei diversi settori della Banca che ogni anno ci aiutano, con professionalità ed entusiasmo, nel processo di raccolta ed elaborazione dei dati e delle informazioni.

Questa edizione è disponibile sul sito www.bnl.it e può essere richiesta via e-mail, scrivendo a:

responsabilitasociale@bnlmail.com

o via posta, scrivendo a:

BNL GRUPPO BNP PARIBAS

Direzione Risorse Umane

Responsabilità Sociale d'Impresa

Via San Nicola da Tolentino, 72 - 00187 Roma

Progetto grafico, coordinamento e sviluppo editoriale

Direzione Comunicazione BNL

Creatività e Progetto grafico

Caleida S.p.A.

Realizzazione impianti e stampa

Marchesi Grafiche Editoriali S.p.A.

Via Flaminia 995-997, Roma