

# BILANCIO DELLA RESPONSABILITA' SOCIALE 2008

DIREZIONE RISORSE UMANE  
Responsabilità Sociale d'Impresa  
[Responsabilitasociale@bnlmail.com](mailto:Responsabilitasociale@bnlmail.com)

## Indice

Identità aziendale.....	5
BNL Oggi.....	5
Contesto di mercato.....	5
Economia mondiale e europea.....	5
Economia italiana.....	5
Attività creditizia.....	6
Valori del Gruppo.....	6
Responsabilità Sociale BNP Paribas.....	8
Assetto Organizzativo.....	8
Comitati Interfunzionali.....	8
Organizzazione della Rete.....	9
Rete distributiva.....	10
Redazione del Bilancio.....	11
Metodologia.....	11
Tabella degli indicatori 2008.....	12
Parere professionale.....	22
Scelte qualificanti.....	24
Responsabilità Sociale BNL.....	24
Piramide LBG.....	25
Liberalità.....	26
Spirito d'innovazione e Qualità.....	26
Governance.....	27
Gestione dei rischi.....	28
Compliance e controlli.....	29
Policy Armamenti ed Embarghi.....	31
Controlli Interni.....	32
Internal Auditing.....	33
Produzione e assistenza commerciale.....	34
Rendiconto.....	35
Risultato d'esercizio.....	35
Struttura patrimoniale.....	37
Valore Aggiunto.....	38
Determinazione Valore Aggiunto.....	38
Distribuzione del Valore Aggiunto.....	40
Clienti.....	42
Retail & Private.....	42
Prodotti etici.....	43
Normativa MiFID.....	44
Sviluppo canali di servizio.....	44

Multicanalità.....	44
Internet e ATM.....	44
Agenzie e Centri Private.....	45
Ascolto.....	45
Customer Satisfaction.....	45
Indagini ascolto clienti.....	48
Presidio Customer Satisfaction.....	48
Reclami e segnalazioni.....	49
Mercato Corporate.....	52
Internazionalizzazione.....	52
Finanza d'Impresa.....	53
Cash Management.....	53
Ascolto.....	54
Controversie.....	56
Controversie legali.....	56
Revocatorie.....	57
Persone.....	58
Composizione.....	58
Dinamica organici.....	60
Turnover.....	62
Assenze del personale.....	63
Salute e sicurezza.....	64
Sviluppo delle Persone.....	65
Valutazione Professionale.....	65
Sviluppo competenze.....	66
Pari Opportunità.....	67
Formazione.....	69
Comunicazione Interna.....	71
Relazioni Industriali.....	73
Fondo Pensioni del Personale BNL.....	74
Collettività.....	76
BNL per Telethon.....	76
Tennis: sport per tutti.....	78
Relazioni Istituzionali.....	80
Istituzioni.....	80
Associazioni.....	80
Attenzione alla cultura.....	81
BNL per il cinema e il teatro.....	81
BNL per la musica.....	84
BNL per l'arte.....	85
BNL per la letteratura.....	85

Patrimonio artistico.....	86
Servizio Studi .....	87
Media Relations.....	87
Fondazione BNL.....	89
Ambiente .....	90
Energia .....	91
Consumo di carta .....	91
Fornitori.....	94
Politiche degli acquisti .....	94
Qualificazione fornitori .....	94

# Identità aziendale

## BNL Oggi

BNL è oggi il 6° gruppo bancario italiano per totale dell'attivo (Fonte: Semestrale ABI giugno 2008). Con 96 anni di storia alle spalle, 14 mila dipendenti, la fiducia di 3 milioni di clienti privati e di circa 39 mila imprese, BNL è tra i brand più noti in Italia.

Nel 2006 la Banca è entrata a far parte del Gruppo BNP Paribas, leader europeo dei servizi bancari e finanziari e tra le sei banche più solide del mondo secondo la valutazione di Standard & Poor's (AA al 31 dicembre 2008).

BNP Paribas, inoltre, è forte di una presenza significativa e in continua crescita negli Stati Uniti e di posizioni consolidate in Asia e nei mercati emergenti. Il Gruppo dispone di una delle più ampie reti bancarie internazionali, con una presenza in 85 paesi e un organico di oltre 170.000 dipendenti.

Dopo l'ingresso nel Gruppo BNP Paribas, e a seguito del processo di integrazione che si è concluso nel 2008, BNL oggi presidia l'attività di banca commerciale in Italia, paese che per il Gruppo BNP Paribas costituisce il "secondo mercato domestico" dopo la Francia.

## Contesto di mercato

### Economia mondiale e europea

Nel 2008, la crescita dell'economia mondiale ha registrato una brusca flessione. Quasi tutte le economie avanzate hanno sperimentato ampie contrazioni del prodotto nella seconda parte dell'anno. Il ritmo di espansione delle economie emergenti ha nettamente rallentato.

La crisi dei mercati finanziari, iniziata nell'estate del 2007, si è acuita dopo il fallimento a settembre 2008 della banca d'affari statunitense Lehman Brothers. Le banche centrali hanno contrastato le tensioni determinatesi nei mercati interbancari nazionali con iniezioni di liquidità senza precedenti, nell'ammontare e nelle modalità di erogazione. In molti dei paesi industriali, le autorità di politica economica hanno adottato provvedimenti di ricapitalizzazione dei sistemi bancari e piani di sostegno all'attività economica. Nell'ultima parte dell'anno le tensioni sui mercati interbancari si sono attenuate.

Nella seconda metà del 2008 negli Stati Uniti il Pil è calato riflettendo la forte caduta dei consumi privati, il rallentamento delle esportazioni e il ripiegamento degli investimenti residenziali. Durante lo scorso anno l'occupazione dipendente nel settore non agricolo è diminuita di circa 2,5 milioni di unità.

Nell'area dell'euro, la contrazione dell'attività, iniziata nel secondo trimestre, si è accentuata nell'ultima parte dell'anno. Il calo è risultato diffuso ai principali settori e alle maggiori economie dell'area. La produzione industriale si è ridotta. Il tasso di disoccupazione è tornato a crescere. L'inflazione, dopo un picco nel trimestre estivo, è fortemente scesa negli ultimi mesi. A partire da luglio 2008 la Banca centrale europea ha avviato una fase di successivi ribassi dei tassi di politica monetaria.

### Economia italiana

Nel 2008, l'economia italiana ha registrato una contrazione del Pil di un punto percentuale. Le esportazioni hanno risentito dell'indebolimento del quadro internazionale. Il saldo della bilancia commerciale è risultato negativo e in moderato peggioramento.

La domanda interna si è ulteriormente indebolita. Gli investimenti delle imprese sono caduti bruscamente. Hanno pesato il deterioramento delle prospettive, il significativo calo della domanda estera e, in minore misura, l'inasprimento delle condizioni creditizie.

Sono scesi i consumi privati, frenati dalla stagnazione del reddito disponibile. L'incertezza del quadro congiunturale ha indotto le famiglie ad una maggiore prudenza nelle decisioni di spesa, favorendo un aumento del tasso di risparmio. Le condizioni del mercato del lavoro sono peggiorate. Il tasso di disoccupazione è aumentato.

L'inflazione ha accelerato, raggiungendo il picco nel corso dell'estate, per poi flettere rapidamente nell'ultima parte dell'anno. Un nuovo arretramento del ritmo di aumento dei prezzi al consumo ha caratterizzato l'avvio del 2009.

### Attività creditizia

Nonostante l'avvio di una fase di recessione dell'economia nazionale, nel 2008 la crescita dei prestiti bancari si è rivelata relativamente robusta commisurandosi alla fine dell'esercizio in un saggio annuo di espansione dell'ordine del 5 per cento. All'interno del totale del credito, i prestiti nei confronti delle società non finanziarie hanno segnato un incremento superiore alla media, mentre un rallentamento significativo è stato mostrato dal credito alle famiglie. L'ultimo scorcio del 2008 ha visto l'aggravamento della crisi economica cominciare a riflettersi sulla qualità del credito delle banche italiane.

La raccolta bancaria sull'interno ha tratto beneficio dell'aumento della preferenza per la liquidità e dell'accresciuta avversione al rischio manifestata dai risparmiatori. Alla fine del 2008 i depositi dei residenti hanno segnato un incremento annuo dell'ordine del 7 per cento. La raccolta tramite obbligazioni è cresciuta nel 2008 di poco meno di 12 punti percentuali. Nei primi mesi del 2009 gli effetti negativi del protrarsi della recessione si sono riverberati in un rallentamento della raccolta bancaria.

## Valori del Gruppo

Creata come progetto collettivo di un gruppo di uomini e donne al servizio dei loro clienti e dei loro azionisti, "la Banca per un mondo che cambia", come recita il claim del Gruppo BNP Paribas, ha adottato sin dall'inizio quattro valori aziendali che riassumono in modo efficace l'essenza della sua azione: Impegno, Ambizione, Creatività e Reattività.

Questi valori sono posizionati sotto l'egida della firma e del logo di BNP Paribas, l'emblema con le quattro stelle che spiccano il volo, simbolo di dinamismo e progresso.

I valori del Gruppo BNP Paribas sono dal 2007 patrimonio condiviso in BNL e divengono linee guida operative del nostro agire quotidiano.

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.

## Responsabilità Sociale BNP Paribas

Sul piano della RSI l'innesto etico tra BNL e BNP Paribas può dirsi felicemente riuscito. Ambedue le banche - che aderiscono al Global Compact fin dalla prima fase di avvio del protocollo di sostenibilità realizzato dall'ONU - si presentano agli stakeholder in piena sintonia. Le loro scelte poggiano su una sperimentata tradizione etica.

Solo a titolo di esempio merita sottolineare come nel 2008 BNP Paribas abbia dato forte impulso alla divulgazione e all'implementazione delle iniziative di RSI attraverso un apposito spazio blog per la comunicazione, lo scambio e l'interazione tra tutti gli stakeholder. Significative anche le politiche della Capogruppo volte a limitare l'impatto ambientale dell'operatività, tra cui un software per la gestione del car pooling tra i dipendenti.

Molteplici sono anche le iniziative francesi mirate alla solidarietà e all'attenzione alla diversità come fonte di miglioramento etico. Tra queste va citato il Progetto Banlieu, per la creazione di posti di lavoro e contatti sociali in quartieri sfavoriti. Altri progetti sono mirati alla formazione dei medici nei Paesi in via di sviluppo e all'offerta di posti di lavoro e stage per i giovani. Molto attenta e attiva è la Capogruppo sul fenomeno del microcredito e della microfinanza.

## Assetto Organizzativo

L'assetto organizzativo distingue le Funzioni centrali della Banca 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 all'Amministratore Delegato della Banca ove non diversamente specificato.

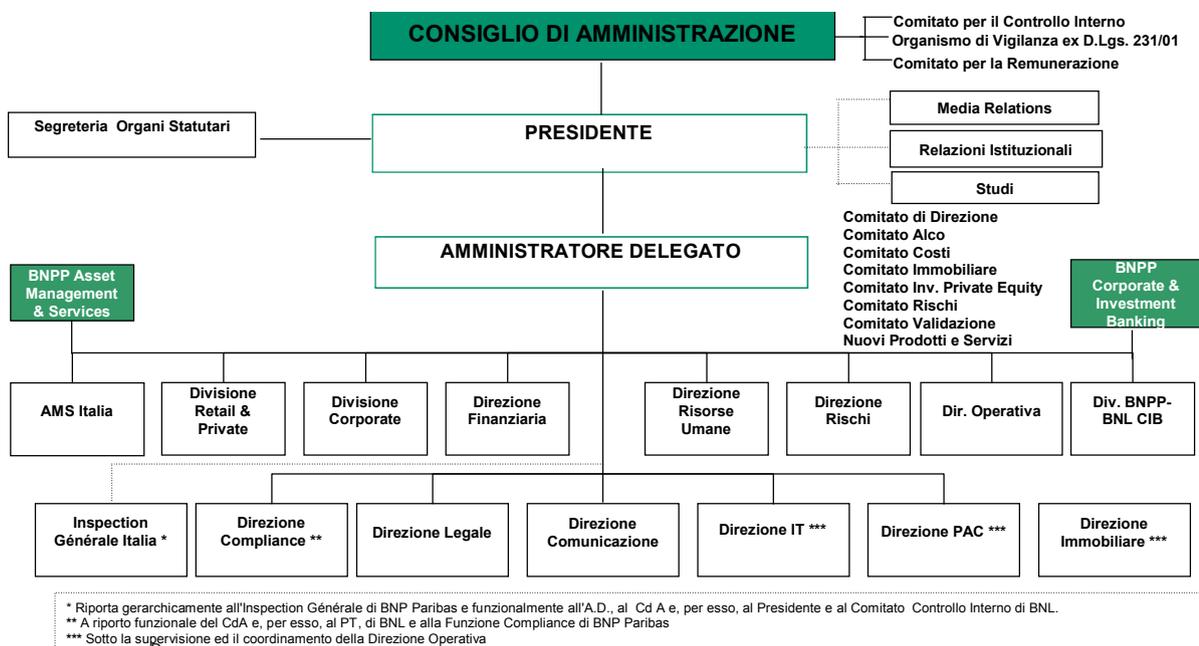
Inoltre le Funzioni poste a presidio dei processi di governance operano, per i rispettivi ambiti di competenza, in conformità alle linee guida ed alle politiche adottate dal Gruppo BNP Paribas.

### Comitati Interfunzionali

L'assetto organizzativo della Banca prevede i Comitati Interfunzionali, di seguito elencati, 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).

Assetto organizzativo della Direzione Generale



Organizzazione della Rete

Il modello distributivo di Rete è articolato in:

- 5 Direzioni Territoriali Retail (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Lazio e Sardegna, Sud) 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.  
 La gestione dell'operatività dei servizi di sportello è attribuita alle Agenzie, anche a supporto della clientela Private, Corporate, Large Corporate e Pubblica Amministrazione.
- 5 Direzioni Territoriali Corporate (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Lazio e Sardegna, Sud) 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 (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Lazio e Sardegna, Sud) e 2 Poli Centralizzati (Roma e Milano) 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 (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Lazio e Sardegna, Sud) 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 responsabilità complessiva della Direzione Territoriale è attribuita al Direttore Territoriale Rischi.

Il presidio delle sinergie locali tra Direzioni Territoriali è affidato ai Direttori Territoriali (Retail, Corporate, Produzione e Assistenza Commerciale, Rischi) i quali devono garantire un costante

rapporto di comunicazione e collaborazione, anche in ottica di customer satisfaction e creazione di valore per il cliente.

### Rete distributiva

Durante il 2008 la Banca ha realizzato un significativo incremento della sua presenza e radicamento sul territorio con l'allestimento di 49 nuovi punti vendita (33 già attivi al 31 dicembre '08, 16 attivi entro marzo '09). I nuovi punti vendita sono stati realizzati seguendo un layout di nuova concezione coerente con il nuovo modo di concepire la relazione con il cliente e sfruttare lo spazio fisico come luogo privilegiato di interazione e incontro con la clientela per offrire "il miglior servizio nel minor tempo" e creare un ambiente confortevole e funzionale. L'aumento della presenza sul mercato continuerà per tutto il prossimo anno con l'apertura di altri 50 punti vendita e continuerà con un ritmo di circa 50 nuove aperture/anno fino al 2012. Parte integrante del nuovo modello di Agenzia è anche l'incremento del livello di automazione delle Agenzie: nel corso del 2008 sono state installate 307 macchine di nuova generazione (ATM Multifunction, ovvero "multifunzione") che oltre ai consueti servizi informativi, di pagamento e prelievo già disponibili consentono al cliente di effettuare operazioni di versamento in contante e assegni. L'attuale parco macchine si compone di 1527 di cui 307 ATM Multifunzione; l'incremento rispetto all'anno precedente è stato quindi del 17%.

OBIETTIVO 2009: Per tutto il 2009 è prevista l'installazione di altre 300 macchine circa, un investimento che porterà la Banca ai primi posti nel panorama italiano per livello di automazione e che offre al cliente una migliore qualità del servizio in Agenzia con l'alternativa comoda, veloce, sicura al tradizionale sportello che sarà sempre più destinato a servizi di natura commerciale.
--

## Redazione del Bilancio

### Metodologia

Il quadro delle scelte etiche della Nuova BNL SpA che viene descritto nel presente rendiconto copre l'intero anno 2008. Il precedente Bilancio della Responsabilità Sociale era stato invece focalizzato con particolare riferimento al quarto trimestre del 2007, successivo alla fase in cui era stato perfezionato il conferimento del ramo d'azienda di banca commerciale da parte della "vecchia BNL".

La caratteristica del rendiconto agli stakeholder quest'anno è di essere in sola versione digitale. Non solo per renderlo più fruibile ma anche per dare attraverso il risparmio di carta un piccolo segnale di rispetto dell'ambiente. Moltiplicando nel contempo le possibilità di raggiungere tutti gli stakeholder, attraverso il web, dal sito [www.bnl.it](http://www.bnl.it), mediante l'apposito Vortal dedicato alla RSI, con la rete intranet della Banca, ed infine con alcuni supporti informatici destinati al pubblico.

La veste grafica del documento digitale si ispira a quella tradizionale della linea editoriale dei 7 precedenti Bilanci Sociali della Banca. Lo sforzo compiuto quest'anno è stato di condensare maggiormente il numero delle pagine, arricchendole con contenuti, dati, tabelle che hanno lo scopo di sintetizzare il messaggio senza impoverirne il contenuto. E' aumentato - il lettore potrà notarlo - il tasso informativo del documento.

Quest'ultimo rispetta i modelli di redazione suggeriti dall'Associazione Bancaria Italiana, dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale - che non hanno subito variazioni nell'ultimo anno - e dallo standard G3 del GRI (Global Reporting Initiative) le cui linee guida sono state rese note nel 2006. Con riferimento all'applicazione di tale standard riteniamo che BNL abbia raggiunto un livello pari a B+. Inoltre merita segnalare che i dati rielaborati per il calcolo del Valore Aggiunto sono esposti senza confronto temporale in quanto l'attuale assetto societario è raffrontabile con l'esercizio precedente a decorrere dal 1° ottobre 2007.

Ci siamo voluti quest'anno impegnare per far uscire il Bilancio della Responsabilità Sociale in contemporanea al Bilancio d'Esercizio della Banca. Ciò tra l'altro consentirà alla Capogruppo BNP Paribas di avere anche il quadro della performance etica di BNL al momento della presentazione del proprio Bilancio Sociale alla comunità degli investitori etici. La raccolta dei dati dalle varie funzioni è risultata in seguito a questa impostazione più fluida ed omogenea.

Il lavoro è stato coordinato dall'Unità attiva presso la Direzione Risorse Umane - Relazioni Industriali e Responsabilità Sociale - che ha prima fornito ad un gruppo di referenti, appositamente nominati e sensibilizzati ai temi della responsabilità sociale, le necessarie linee guida per la redazione del Bilancio Sociale, quindi ha sistematizzato nel documento i dati forniti dalle varie Direzioni.

I responsabili di ogni funzione hanno espresso l'impostazione etica del lavoro della loro struttura in una dichiarazione che esplicita sia la loro convinzione personale sia l'impegno collettivo della squadra che a loro stessi fa capo. Nel testo vengono poi delineati in dettaglio gli obiettivi sostenibili per l'anno in corso che sono evidenziati in corrispondenza delle singole attività.

Il documento descrive ogni scelta compiuta nel 2008 con l'intenzione di soddisfare le esigenze dei vari stakeholder della Banca: clienti, personale, fornitori, collettività, con particolare attenzione alla solidarietà, all'ambiente, al supporto di chi vive oppure opera in realtà disagiate nonché delle persone bisognose d'aiuto, soprattutto nel territorio in cui l'azienda opera e che rappresenta il proprio mercato di riferimento.

## Tabella degli indicatori 2008

PROFILO

### 1. Strategia e analisi

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
1.1	Dichiarazione del Presidente e del Direttore generale	Video del Presidente	●
1.2	Dichiarazione dei principali impatti, rischi ed opportunità	Video del Presidente Video dell'Amm. Delegato Dichiarazione del management Scelte qualificanti Obiettivi 2009	●

## 2. Profilo dell'organizzazione

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
2.1	Nome dell'organizzazione	Copertina	●
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	Clienti	●
2.3	Struttura operativa	Assetto Organizzativo	●
2.4	Sede principale	Ultima di copertina	●
2.5	Paesi di operatività	Identità aziendale	●
2.6	Assetto proprietario e forma legale	Risultato d'esercizio	●
2.7	Mercati serviti	Clienti	●
2.8	Dimensione dell'organizzazione (numero di dipendenti; fatturato netto...)	Risultato d'esercizio Persone	●
2.9	Cambiamenti significativi	Redazione del Bilancio BNLe BNP Paribas insieme Risultato d'esercizio	●

## 3. Parametri del Bilancio

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
3.1	Periodo di rendicontazione	Redazione del Bilancio Rendiconto	●
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	Redazione del Bilancio	●
3.3	Periodicità di rendicontazione	Redazione del Bilancio Rendiconto	●
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report	Ultima di copertina	●
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report	Redazione del Bilancio	●
3.6	Perimetro del report	Redazione del Bilancio	●
3.7	Limitazioni su obiettivo o perimetro del bilancio	Redazione del Bilancio	●
3.8	Informazioni relative a entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o organizzazioni	Identità aziendale Redazione del Bilancio	●
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo	Redazione del Bilancio	●
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti	Redazione del Bilancio Rendiconto	●
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	Redazione del Bilancio Rendiconto	●
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report	Tabella degli indicatori	●
3.13	Accreditamento del Bilancio	Parere professionale	●

## 4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
4.1	Struttura di governo	Assetto Organizzativo	●
4.6	Conflitti di interesse	Compliance e controlli	●
4.8	Mission, valori, codici di condotta, principi	Identità aziendale Valori del Gruppo Compliance e controlli Scelte qualificanti	●
4.9	Procedure per identificare e gestire le performance economiche, ambientali e sociali	Responsabilità Sociale BNL Spirito d'innovazione Gestione dei rischi Normativa MiFID	●
4.10	Processo per valutare le performance dei componenti del più alto organo di governo	Assetto Organizzativo Compliance e controlli	●
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Produzione e assistenza commerciale Gestione dei rischi Compliance e controlli	●
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte esterne	Redazione del Bilancio Responsabilità Sociale BNL	●
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria	Associazioni Clienti	●
4.14	Elenco degli stakeholder coinvolti	Responsabilità Sociale BNL	●
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder	Responsabilità Sociale BNL	●
4.16	Attività di coinvolgimento degli stakeholder	Ascolto Comunicazione Interna Relazioni industriali	●
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni	Ascolto Controversie	●

## 5. Modalità di gestione e indicatori di performance

## PERFORMANCE ECONOMICA

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Piramide LBG Determinazione Valore Aggiunto Distribuzione Valore Aggiunto	●
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	Ambiente	●
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	Fondo Pensioni del personale BNL	●
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	Bilancio d'esercizio	●
EC6	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali	Fornitori	●
EC7	Procedure di assunzione di persone residenti	Persone	○
EC8	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi di "pubblica utilità"	Piramide LBG Mercato Corporate	●

## PERFORMANCE AMBIENTALE

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
EN1	Materie prime utilizzate	Ambiente	●
EN2	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	Ambiente	●
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica	Ambiente	●
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica	Ambiente	●
EN5	Risparmio energetico	Ambiente	●
EN6	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile	Ambiente	●
EN7	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	Ambiente	●
EN8	Consumo totale di acqua	Ambiente	●
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	Ambiente	●
EN17	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	Ambiente	●
EN19	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	Ambiente	●

## PERFORMANCE SOCIALE: pratiche di lavoro e condizioni di lavoro adeguate

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
LA1	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto e distribuzione territoriale	Persone	●
LA2	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica.	Turnover	●
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	Relazioni Industriali	●
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	●
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 Salute e sicurezza	○
LA10	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori	Formazione	○
LA11	Programmi per la gestione delle competenze e sviluppo carriere	Sviluppo delle persone	●
LA12	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	Sviluppo delle persone	●
LA13	Ripartizione del personale per sesso e altri indicatori di diversità (es. disabilità)	Pari opportunità	●

## PERFORMANCE SUI DIRITTI UMANI

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
HR1	Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione (screening)	Gestione dei rischi Compliance e controlli	○
HR2	Fornitori valutati in relazione al rispetto dei diritti umani	Fornitori	●
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 Salute e sicurezza	○
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	Compliance e controlli Controversie	○
HR5	Rischi per il diritto alla libertà di associazione e la contrattazione collettiva	Compliance e controlli	●
HR6	Ricorso al lavoro minorile	Compliance e controlli	○
HR7	Ricorso al lavoro forzato	Compliance e controlli	○

## PERFORMANCE SULLA SOCIETA'

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
SO1	Gestione degli impatti nella comunità	Piramide LBG	●
SO2	Analisi e monitoraggi sulla corruzione	Compliance e controlli	●
SO3	Personale formato sulla prevenzione della corruzione	Formazione	●
SO4	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione	Compliance e controlli	●
SO5	Posizioni sulla politica pubblica e lobbying	Compliance e controlli	●
SO6	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese	Compliance e controlli	●

## PERFORMANCE SULLA RESPONSABILITA' DI PRODOTTO

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	Coperto ● Parzialmente coperto ○
PR3	Informazioni relative ai prodotti e servizi	Clienti	●
PR5	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	Ascolto	●
PR6	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	Clienti	●

2.10; 4.4; 4.10; LA3 ; LA5; LA 14 ; SO8; PR9	<b>DATI NON INDICATI NEL DOCUMENTO</b>
EN11; EN12; EN20 - EN23; EN26 - EN28; PR1	<b>DATI NON RILEVANTI PER LA TIPOLOGIA DELL'AZIENDA</b>
4.2 ; 4.3 ; 4.5 ; 4.7	<b>DATI REPERIBILI NEL BILANCIO D' ESERCIZIO 2007</b>

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

## 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 2008 della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (di seguito la "Banca"), predisposto, secondo quanto riportato nel paragrafo "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 Iniziative. 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 2008, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi dell'art.2409-ter c.c. in data 14 aprile 2009;
  - 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 2008 della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. non sia conforme alle linee guida così come riportate nel paragrafo 1 della presente relazione.

Roma, 7 maggio 2009

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



Enrico Pietrarelli  
Socio

## Scelte qualificanti

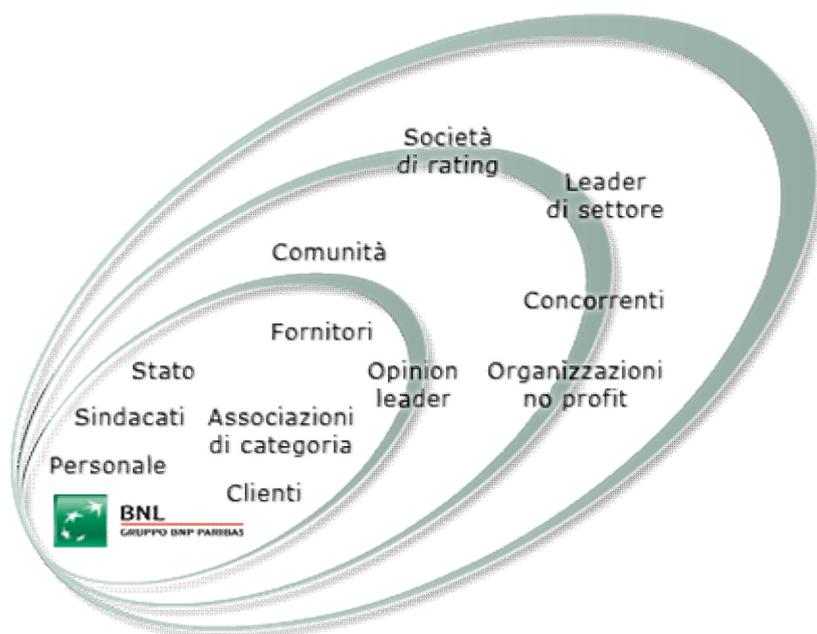
### Responsabilità Sociale BNL

Nel 2008 BNL ha concentrato la sua attività di Responsabilità Sociale d'Impresa sul fronte della comunicazione dei valori etici predisponendo la realizzazione e l'implementazione di notizie utili a veicolare attraverso il nuovo sito intranet Echo'net tra i dipendenti della Banca i temi della RSI e a fornire, mediante l'apposito Vortal destinato al pubblico web, il quadro completo dell'opzione etica della Banca.

L'unità RSI ha poi articolato il proprio impegno focalizzando una particolare attenzione sul problema vasto e complesso dell'abbandono dei minori. Lo ha fatto consolidando la partnership con l'Ai.Bi. (Associazione Amici dei Bambini) onlus, attiva nel campo dell'adozione e dell'affido. Ne è nato il nuovo prodotto finanziario "adottAMI" destinato al sostegno delle coppie adottive, presentato ad ottobre in un convegno che ha avuto notevole eco sui media.

La partnership con l'Ai.Bi. ha dato vita anche al terzo rapporto sull'abbandono minorile e proseguirà con una crescente attenzione verso i "care leavers" - ossia i giovani over 18 che lasciano gli istituti - e la realizzazione di un convegno a Bucarest che darà respiro europeo alla scelta di campo effettuata da BNL.

La nostra Banca ha infatti individuato come punto focale del proprio impegno solidale l'universo dei minori che non hanno famiglia ed è attenta a studiarne le esigenze per individuare, nell'ambito della propria mission, le soluzioni di carattere economico e finanziario capaci di alleggerire i loro problemi.



L'attenzione al sociale della Banca si sviluppa con l'iniziativa Nel cuore di BNL che si articola dando ai colleghi impegnati nel volontariato supporto e visibilità sul sito intranet. Da quest'azione nasce un reciproco sostegno tra Banca e dipendenti che si indirizza ad azioni concrete nel campo della solidarietà ma vuole essere soprattutto occasione di confronto e scambio di informazioni sui temi del disagio.

BNL è sempre più attenta a quanti agiscono a vantaggio di chi ha bisogno. Ne è prova l'attenzione data dalla Banca all'Associazione Nazionale Gruppo Donatori Sangue BNL, nella quale sono impegnati colleghi di numerose città italiane e che ogni anno è attiva oltre che con le donazioni di plasma anche con la Befana ai bambini malati, soprattutto quelli colpiti da patologie oncologiche.

**OBIETTIVO 2009:** Il 2009 è destinato alla messa a punto di ulteriori iniziative suddivise in due principali filoni. Il primo è l'attenzione ai disabili; è stato avviato un progetto dedicato ai lavoratori disabili della Banca che prosegue nel 2009 dopo un primo screening delle esigenze presenti sul territorio nazionale. Ciò è coerente anche con la scelta di non aderire alla richiesta ABI di escludere le banche dall'obbligo di riservare nelle assunzioni una percentuale di appartenenti a tale categoria.

Il secondo filone riguarda la comunicazione, sulla rete intranet Echo'net e sull'apposito Vortal, per favorire la sensibilizzazione crescente degli stakeholder verso i temi della responsabilità sociale, in nome di una filosofia di fondo secondo cui una consapevolezza condivisa in ambito aziendale sui temi etici alimenta il senso d'identità e rappresenta il volano principale per accelerare il cammino verso lo sviluppo sostenibile.

### Piramide LBG

	N° interventi	Contributi %
Liberalità	59	7,67%
Interventi nella comunità	5	1,53%
Iniziative commerciali a impatto sociale	163	88,96%
Servizi innovativi per la crescita sociale e contributi obbligatori	11	1,84%

## Liberalità

La Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. è intervenuta nel 2008 con erogazioni liberali per circa 130.000 Euro a sostegno di iniziative "non profit", Enti ed Associazioni operanti in campo sociale, sanitario e scientifico.

EROGAZIONI LIBERALI AL 31 DICEMBRE 2008
L'ammontare complessivo delle erogazioni risulta ripartito, tra le varie iniziative, come segue:
42% Assistenza sociale e sanitaria.
Sono stati effettuati interventi a favore di Enti ed Associazioni che operano a sostegno dei deboli e bisognosi, delle persone diversamente abili e di persone con gravi malattie.
Nel corso del 2008 sono stati effettuati interventi per circa € 55.000.
27% Ricerca scientifica.
Tra le erogazioni più significative segnaliamo quelle a favore delle attività di ricerca per la lotta alla Trombosi, al Parkinson, alle malattie oncologiche e all'AIDS e dirette alla formazione nel campo paramedico specializzato in terapie riabilitative. Nel corso del 2008 sono stati effettuati interventi per circa € 35.000.
31% Caritas.
Sono proseguiti il tradizionale sostegno di BNL alle iniziative promosse dalla Caritas Diocesana - Vicariato di Roma - e, tramite la stessa, le erogazioni dirette a dare un aiuto concreto a persone indigenti e bisognose.
Nel corso del 2008 sono stati effettuati interventi per € 40.000.

## Spirito d'innovazione e Qualità

Qualità e customer satisfaction, il cliente al centro del fare banca: obiettivo primario di BNL è quello di anticipare i bisogni della propria clientela così da soddisfarli attraverso l'offerta di un servizio innovativo. Tutte le risorse della BNL sono chiamate a trasformarsi in promotori di innovazione e a fornire il proprio contributo per dare alla Banca un ulteriore vantaggio competitivo.

La creatività è uno dei valori del Gruppo.

Il 2008 ha visto la BNL sempre più impegnata a divulgare una cultura legata al mondo della Qualità e dell'Innovazione come dimostra il II Workshop Innovazione "Dalla cultura del NO alla cultura del SI", organizzato dalla Direzione Comunicazione - Gestione Qualità nel mese di ottobre .

L'Amministratore Delegato Fabio Gallia, ha tenuto a sottolineare l'importanza di innovare in modo semplice, trasversale ed etico.

Etica e Sviluppo Sostenibile. BNL ha testimoniato il suo impegno per l'ambiente sperimentando un Green Lunch, una formula di catering biologico al 100% con prodotti provenienti esclusivamente da una filiera agricola corta certificata. Un modo questo per stimolare la coscienza critica dei

partecipanti al Workshop Innovazione dando loro un esempio di come sia possibile innovare in ogni contesto.

Il confronto sui temi legati allo Sviluppo Sostenibile ha portato anche ad una riflessione sulle opportunità offerte dal "re-use" per il contenimento degli sprechi.

Le verifiche di mantenimento, condotte dall'organismo di certificazione Det Norske Veritas nel 2008, hanno ancora confermato l'adeguatezza dei processi Qualità BNL alle norme ISO 9001:2000.

## Governance

"La Segreteria Organi Statutari è impegnata ad assicurare, sotto il profilo normativo ed organizzativo, il corretto funzionamento degli Organi Statutari (Assemblea, C.d.A. ed AD/DG) e dei Comitati di diretta emanazione del Consiglio, quali: Comitato Remunerazione, Comitato Controllo Interno ed Organismo di Vigilanza ex D. Lgs. 231/2001.

I componenti della Direzione agiscono nella consapevolezza che una governance di alto profilo ed un assetto statutario adeguato, rappresentano le prime condizioni per il corretto e proficuo operare della Banca nel tempo".

Pierpaolo Cotone  
Segreteria Organi Statutari

Il sistema di governance della Banca è imperniato sulla tripartizione: Assemblea, Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale.

L'Assemblea procede alla nomina degli Amministratori, tra questi del Presidente, e dei componenti del Collegio Sindacale. Il Consiglio di Amministrazione è composto da un numero variabile tra cinque e sedici membri (attualmente quindici). Il Collegio Sindacale si compone di tre membri effettivi e due supplenti.

Al Presidente ed al Vice Presidente non sono attribuite deleghe operative. Il Consiglio di Amministrazione ha nominato un Amministratore Delegato al quale ha conferito tutti i poteri di gestione e di amministrazione della banca, esclusi quelli riservati allo stesso Consiglio di Amministrazione dalla legge e dallo Statuto, ovvero mantenuti dal Consiglio di Amministrazione nella propria esclusiva competenza.

Ai sensi dell'art. 19 dello Statuto, l'Amministratore Delegato svolge anche le funzioni di Direttore Generale.

Il Presidente esercita le attribuzioni previste dallo Statuto e, nell'ambito della struttura organizzativa adottata dal Consiglio di Amministrazione, ha la supervisione ed il coordinamento funzionale della Segreteria Organi Statutari, nonché delle Funzioni Media Relations, Relazioni Istituzionali e Studi.

Inoltre, al Consiglio di Amministrazione, tramite il Presidente, riportano le Direzioni Inspection Générale Italia e Compliance.

La rappresentanza legale della Banca e la firma sociale spettano, ai sensi dello Statuto, al Presidente ed all'Amministratore Delegato.

Il Consiglio di Amministrazione ha proceduto alla nomina di un Comitato per la Remunerazione e di un Comitato per il Controllo Interno, conferendo a quest'ultimo anche le attribuzioni di Organismo di Vigilanza ai sensi del D.Lgs. 231/2001.

La Banca – soggetta a direzione e coordinamento dell'azionista unico BNP Paribas – è capogruppo del Gruppo Bancario Banca Nazionale del Lavoro, iscritto all'albo dei gruppi bancari tenuto dalla Banca d'Italia e, in tale veste, esercita un'attività di direzione e di coordinamento sulle società del Gruppo.

## Gestione dei rischi

“La gestione dei rischi è il presupposto per una crescita sana e duratura della Banca”.

Massimo Bonciani  
Direzione Rischi

La gestione responsabile dei rischi è l'elemento fondamentale per garantire uno sviluppo stabile della Banca.

Nell'anno che si è appena concluso, l'aggravarsi della crisi finanziaria che ha coinvolto il mondo intero è stato fronteggiato in maniera adeguata da BNP Paribas, grazie ad una solida cultura di risk management, diffusa all'interno dell'intero Gruppo. Seguendo queste linee guida, nel 2008, BNL ha pertanto proseguito l'attività progettuale per rafforzare il presidio del rischio di credito.

La Direzione Rischi ha conseguito importanti obiettivi che riguardano l'evoluzione dei nuovi sistemi applicativi a supporto dei processi del credito (PEF e Fidi & Garanzie) e delle metodologie di valutazione. Il cosiddetto principio “four eyes”, che prevede la delibera del finanziamento in capo al business a fronte di un parere obbligatorio (risk opinion) dei rischi, è stato applicato a tutta la clientela corporate. Il “four eyes” e l'estensione dei nuovi applicativi a supporto dei processi decisionali sono stati estesi nell'anno anche alla clientela business.

Sempre nel 2008, è stato concordato con la Capogruppo un vasto programma di interventi per ottenere l'abilitazione all'utilizzo dell'approccio AIRB (Advanced Internal Rating Based) previsto da Basilea II per il calcolo dei requisiti patrimoniali. In quest'ambito è stato avviato nell'anno un progetto di miglioramento dei modelli di rating, dei processi che li utilizzano e dei sistemi IT a supporto del loro calcolo, finalizzato al raggiungimento della compliance con i requisiti regolamentari e con le linee guida della Capogruppo.

**OBIETTIVO 2009:** Con questo impegnativo programma avviato da tempo e che verrà sostanzialmente implementato nel 2009, BNL mira a due importanti obiettivi. Nell'immediato, grazie al perfezionamento del calcolo delle misure di rischio (PD, Probabilità di Default e PA, Perdita Attesa) ed alla loro immediata applicazione nel processo del credito, la Banca crea i presupposti per una più efficiente gestione complessiva del rischio. Una volta autorizzata al calcolo dei requisiti patrimoniali con il metodo AIRB, BNL otterrà poi un beneficio “regolamentare” derivante dalla buona qualità del portafoglio, quantificato in un minore fabbisogno di capitale.

L'impegno per una gestione dei rischi responsabile assolve alla funzione sociale di selezionare le migliori iniziative. Tale impegno si è confermato anche per il 2008 come elemento chiave della strategia di BNL. La Banca opera così per assicurarsi uno sviluppo duraturo e stabile garantendo il sostegno dell'economia anche in periodi di crisi.

## Compliance e controlli

“Il nostro obiettivo è quello di proseguire il percorso di sviluppo di un dispositivo di compliance efficiente ed efficace che, nell’ambito del complessivo sistema dei controlli interni, contribuisca in modo significativo al presidio dei rischi aziendali, allo sviluppo della cultura della conformità, alla tutela dei clienti ed alla protezione dell’integrità dei mercati”.

Giuseppe Crescenti  
Direzione Compliance

L’importanza della compliance (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”) ha assunto nel corso degli ultimi anni una valenza crescente, alla luce della costante evoluzione della normativa di riferimento (ad es. la Direttiva MiFID, la III Direttiva Antiriciclaggio, ecc.), sempre più incentrata sulla protezione del cliente e sulla tutela del corretto funzionamento del mercato dei capitali.

In tale contesto, la Direzione Compliance ha la responsabilità di vigilare affinché le azioni intraprese siano coerenti con le norme di auto ed etero-regolamentazione.

Il rispetto di tali regolamentazioni 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 dispositivi di controllo operativo permanente (controlli permanenti, normativa interna, business continuity e rischi operativi) per il Polo BNL Banca Commerciale, ed il monitoraggio della complessiva relazione con i Regulators Italiani per tutte le entità del Gruppo in Italia.

OBIETTIVO 2009: Per il 2009 la Direzione si pone l’obiettivo di completare in Italia il percorso di implementazione dei principi di compliance definiti dal Gruppo BNP Paribas nonché di rafforzare ulteriormente il dispositivo dei controlli permanenti, allo scopo di assicurare la massima salvaguardia della reputazione del Gruppo.
---

## Etica e Deontologia: le iniziative

### 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 rappresentano un importante strumento per migliorare la Corporate Governance della Banca e consentono alla stessa - beneficiando dell'esimente prevista dalla norma - di garantire un presidio più efficace sui rischi di commissione dei reati previsti dal D. Lgs. 231/2001, e più in generale sul 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.

### Recusal Policy

In coerenza con le indicazioni della Capogruppo la BNL ha adottato e reso operativi i principi declinati nella "Recusal Policy". L'obiettivo è quello di permettere al personale dipendente, al personale distaccato o comunque a qualsiasi risorsa utilizzata dalla Banca ("Persona Americana") - avente residenza permanente negli Stati Uniti o titolare di una doppia cittadinanza - di agire nel rispetto delle "Sanzioni Americane"; per queste ultime si intendono le leggi ed i regolamenti che vietano ad una "Persona Americana" di realizzare operazioni con persone, entità, organizzazioni o determinati paesi sottoposti a sanzioni americane gestite dall'OFAC. Tutto il personale deve quindi informare la Banca dell'eventuale propria condizione di soggetto destinatario della normativa ("Persona Americana") ed è tenuto, nel rispetto della "Policy", all'osservanza delle leggi e dei regolamenti americani che lo riguardano in virtù della sua cittadinanza o residenza permanente. Nel contempo, la Banca non potrà essere considerata responsabile nell'ipotesi in cui la "Persona Americana" non rispetti la "Policy" e le normative predette.

### Rischio di Reputazione

Sensibile alla prioritaria esigenza di prevenire il rischio di reputazione, la Banca ha recepito la Policy di Gruppo "Rischio di Reputazione" la quale disciplina l'organizzazione ed i riferimenti necessari per la gestione dello stesso. Come noto, il rischio di reputazione è il rischio di pregiudizio della fiducia nella Banca da parte dei suoi clienti, fornitori, controparti, azionisti, collaboratori, Regulators o qualsiasi altro soggetto terzo per il quale la fiducia, a qualunque titolo, rappresenta una condizione necessaria per lo svolgimento della normale attività. Tale rischio deve pertanto essere ridotto al minimo, se non essere eliminato, attraverso la diffusione dei valori etici ed aziendali nonché, attraverso l'implementazione di procedure adeguate che permettono in particolare di identificarlo e di valutarlo.

Ne deriva che il controllo del rischio di reputazione è responsabilità di ciascuno dei collaboratori della Banca e costituisce lo scopo principale del controllo interno.

Tutto il personale operativo deve chiedersi se la sua azione, o la situazione nella quale si trova, potrebbe avere un impatto sulla reputazione della Banca e, in caso di risposta positiva, valutarne o farne valutare l'impatto; al contempo, devono essere identificati i processi della Banca più esposti al rischio di reputazione. Il rischio deve essere, quindi, analizzato per adattare, di conseguenza, il dispositivo di controllo permanente della Banca, che è costituito da un'appropriata formazione dei collaboratori, dalle politiche di comunicazione e dai dispositivi di controllo permanente adottati, nonché dal dispositivo di raccolta degli incidenti e soprattutto dalle norme e dai riferimenti (in particolare si fa riferimento alla Carta di Responsabilità della Compliance, al Codice di Condotta, alla Carta del Controllo Interno, alla Politica Generale di Credito, alla Policy in oggetto ed ai loro documenti di applicazione).

La Banca, inoltre, pone particolare attenzione al rischio di reputazione che può generarsi sia nel processo di convalida delle transazioni eccezionali, dei nuovi prodotti e nuove attività sia nel processo d'approvazione delle transazioni standard.

Infine, BNL si è dotata di procedure che garantiscono specificamente un controllo permanente dei rischi di non conformità e di reputazione in settori particolarmente sensibili. Si tratta, ad esempio, delle politiche e delle procedure relative ai conflitti d'interesse, all'integrità dei Mercati, al dispositivo di monitoraggio delle operazioni personali dei suoi dipendenti, ai presidi posti in tema di abusi di mercato, al carattere adeguato dell'offerta di prodotti o servizi ("suitability" e "appropriateness"), alla "best execution", alla lotta contro il riciclaggio, la corruzione ed il terrorismo e ai codici di condotta.

## Policy Armamenti ed Embarghi

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, mirata a forzare un Paese a porre in essere determinate politiche e/o ad abbandonare atteggiamenti considerati in qualche modo riprovevoli.

BNL, oltre al pieno rispetto delle misure restrittive di embargo adottate dall'UE, recepisce nella propria normativa interna le Policy di Gruppo ai fini della gestione del rischio reputazionale, in coerenza con le best practices internazionali che incoraggiano l'adeguata verifica delle transazioni 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.

Il Gruppo BNP Paribas applica il principio dello "standard più elevato" e si astiene da operazioni che coinvolgono persone o paesi oggetto di sanzioni quando le operazioni rientrano nella giurisdizione loro, 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. Per assicurare il rispetto di tali regole e principi, BNL ha introdotto sistemi informatici di rilevazione di elementi che, nello svolgimento della propria attività corrente, possano rientrare nell'ambito delle proibizioni disposte dagli embarghi.

Nell'ambito delle 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. A supporto delle azioni internazionali per bandire la produzione, stoccaggio e trasferimento delle bombe a grappolo (cluster munitions) e dei divieti già esistenti in Italia in materia di mine antiuomo, BNL ed il Gruppo BNP Paribas si astengono dall'effettuare propri investimenti in aziende che producono tali armamenti.

Nel rapporto annuale del Presidente del Consiglio 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 del Codice Etico BNL in materia), mentre nel 2007 si era registrato un significativo ridimensionamento della presenza della Banca in tale mercato con una diminuzione al 5,21%, nel 2008 - esclusivamente a seguito di un'operazione di ampia portata con un primario Gruppo nazionale verso un Paese NATO, rientrante dunque nei canoni del Codice Etico BNL - la quota percentuale è salita al 33,87%.

Senza questa operazione la quota BNL sarebbe pari al 6,21%, sostanzialmente in linea con i valori espressi negli anni passati.

## Controlli Interni

La Direzione Compliance è parte integrante del Sistema dei Controlli Interni della Banca che è costituito dall'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative che mirano ad assicurare il rispetto delle strategie aziendali, ed è organizzato in Controllo Permanente e Controllo Periodico fra loro complementari. Il Controllo Permanente si basa sull'adeguamento continuo di un sistema di identificazione e valutazione dei rischi, procedure, controlli, reporting dedicato e relativa supervisione.

Nello specifico, la struttura Rischi Operativi e Coordinamento Controlli Permanenti, all'interno della Direzione Compliance, ha la responsabilità della diffusione e sorveglianza sul rispetto delle norme regolamentari, delle direttive e metodologie di Gruppo nell'ambito dei Rischi Operativi e dei Controlli Permanenti, la gestione della raccolta accentrata, in centro e in rete, delle segnalazioni di errori, frodi e incidenti operativi connessi all'attività della Banca, la gestione della cartografia dei rischi operativi e la qualificazione/quantificazione degli impatti utili alla determinazione del consumo di capitale, il coordinamento funzionale della rete di Coordinatori Controlli Permanenti e Corrispondenti Rischi Operativi dislocati presso le strutture interessate, il reporting sui Rischi Operativi e Controlli Permanenti, il monitoraggio delle azioni di mitigazione individuate, nonché delle risposte della Banca alle relazioni ispettive delle Autorità di Vigilanza.

A partire dal 1 aprile 2008, al fine di garantire maggiore certezza e tempestività alla realizzazione dei miglioramenti del dispositivo di controllo e maggiore efficienza all'informativa dovuta a coloro che rispondono della funzionalità del sistema del controllo interno, il controllo permanente interviene nel ciclo di vita delle "raccomandazioni" (emesse dal controllo periodico) in virtù della sua prossimità alle Funzioni operative.

# Internal Auditing

“Il contesto di riferimento esige crescente rigore nella ricerca di soluzioni atte ad evolvere il sistema di controllo interno”.

Ilaria Baronti  
Inspection Générale Italia

L'Inspection Générale Italia – in coerenza con linee guida e metodologie della Capogruppo nonché con gli Standard Internazionali della Professione - ha progredito nella valutazione della funzionalità del complessivo sistema dei controlli interni con l'obiettivo di contribuire all'identificazione delle misure organizzative più capaci di accrescere l'efficacia e l'efficienza del presidio dei rischi, a partire dalle proprie, revisionate nel corso del 2008 nell'ambito di un programma di Quality Assurance della Capogruppo.

**OBIETTIVO 2009:** Nel corso del 2009 un'opportunità di rafforzamento del servizio informativo che la revisione interna deve offrire al sistema di governance dovrà perseguirsi attraverso la sua regolamentazione voluta dal Regulator.

## Produzione e assistenza commerciale

“La Direzione ha fatto dell’efficienza e rapidità di risposta alla clientela la propria mission, e gli sforzi in tal senso sono continui e fanno ormai parte del normale vissuto quotidiano. A ciò si affianca una sempre maggiore attenzione ai comportamenti organizzativi di tutto il personale della Direzione che devono essere coerenti con la necessità di tutelare gli “asset” dei clienti e la reputazione della Banca”.

Gabriella Serravalle  
Direzione PAC

Nel corso del 2008 sono state sviluppate una serie di attività progettuali iniziate a partire dal 2007. Particolarmente significativo è il completamento di circa 100 iniziative ACE (Accrescimento Continuo dell’Efficienza) Altre 50 circa saranno lanciate nel corso del 2009. Esse hanno consentito di realizzare significativi vantaggi per la clientela in termini di rapidità di risposta e riduzione degli errori, migliorando nel contempo la soddisfazione interna grazie a un coinvolgimento diretto di circa il 70% degli addetti sul territorio.

È infatti il personale direttamente coinvolto nell’espletamento delle attività ordinarie a proporre e a realizzare cambiamenti nelle prassi operative. Questa modalità è un forte stimolo alla partecipazione e ha migliorato la conoscenza e la consapevolezza degli addetti circa il contesto lavorativo nel quale operano e ha migliorato l’integrazione e le relazioni all’interno dei singoli uffici e con le unità organizzative adiacenti.

Un’altra iniziativa particolarmente significativa, nell’ottica dell’attenzione al cliente, è costituita da un forte investimento in formazione tecnica, diretto a migliorare le conoscenze e la “sensibilità” del personale verso una corretta applicazione della normativa e all’espletamento delle attività di controllo. Tali aspetti, negli ultimi tempi, sono stati oggetto di attenzione mediatica anche in relazione ad eventi che hanno coinvolto il mondo della finanza deteriorandone l’immagine.

<p>OBIETTIVO 2009: Proprio al fine di tutelare i patrimoni dei clienti e dell’azienda e garantire i livelli reputazionali che hanno sempre contraddistinto la Banca Nazionale del Lavoro e il Gruppo BNP Paribas, nel corso del 2009 saranno incrementati gli sforzi per rendere la formazione sempre più coerente con tale esigenza, completando l’offerta formativa tecnica per un totale di circa 25 interventi formativi ed erogando complessivamente oltre 2.000 giornate di formazione di tipo tecnico/funzionale.</p>
--

## Rendiconto

"La trasparenza e la correttezza dell'informazione contabile sono alla base del rapporto di fiducia che si instaura tra una banca e i propri stakeholder. Con questa convinzione e con legittima soddisfazione presentiamo il prospetto del Valore Aggiunto che definiamo il nostro "prodotto sociale".

Angelo Novati  
Direzione Finanziaria

## Risultato d'esercizio

Nell'esercizio finanziario 2008, il primo coincidente per durata con l'anno solare, la "nuova" Banca Nazionale del Lavoro ha fronteggiato con efficacia la grave crisi finanziaria internazionale e ha chiuso l'anno con un utile prima delle imposte di 390 milioni e un utile netto d'esercizio di 76 milioni.

### Dati economici

	(milioni di euro)	
	Esercizio 2008	Esercizio 2007*
<b>Margine d'interesse</b>	<b>1.851</b>	<b>422</b>
Commissioni nette	772	201
Altri proventi finanziari	133	21
<b>Margine netto dell'attività bancaria</b>	<b>2.756</b>	<b>644</b>
Spese operative	(1.932)	(497)
- di cui: costi di ristrutturazione	(214)	(22)
<b>Risultato operativo lordo</b>	<b>824</b>	<b>147</b>
Costo del rischio	(418)	(98)
Perdite nette da cessione di invest.	(16)	-
<b>Utile prima delle imposte</b>	<b>390</b>	<b>49</b>
Imposte dirette	(212)	(84)
- di cui: effetto adeguamento imposte differite per variazione aliquota	-	52
Oneri per la decisione della Comunità Europea contro gli "aiuti di Stato" (ex "Legge Amato")	(102)	-
<b>Utile (perdite) d'esercizio</b>	<b>76</b>	<b>(35)</b>

\*A decorrere dal 1° Ottobre 2007, data da cui la "nuova BNL S.p.A." ha iniziato ad avere efficacia giuridico-contabile.

I principali margini economici intermedi hanno evidenziato nell'esercizio 2008 un soddisfacente andamento del margine d'interesse, che ha raggiunto 1.851 milioni, pur in presenza di un sensibile deterioramento dello scenario di riferimento.

Il margine netto dell'attività bancaria, pari a 2.756 milioni, è determinato per il 67% del suo valore dal margine d'interesse, per il 28% dalla contribuzione delle commissioni nette e per la parte restante dal risultato netto dell'operatività finanziaria.

Deducendo dal margine netto dell'attività bancaria il totale delle spese operative, di cui 1.236 milioni ascrivibili alle spese per il personale, comprensive di oneri di ristrutturazione pari a 143 milioni prima delle imposte, il risultato operativo lordo di gestione registra nell'anno una contribuzione netta positiva pari a 824 milioni. Sottraendo dal risultato operativo lordo il costo del rischio (418 milioni) e le perdite nette da cessioni d'investimenti (16 milioni), l'utile prima delle imposte si attesta a 390 milioni, mentre l'utile netto d'esercizio risulta pari a 76 milioni, dopo aver detratto imposte dirette per 212 milioni e oneri straordinari di natura fiscale per 102 milioni.

### Dati patrimoniali

	(milioni di euro)		
	31/12/2008	31/12/2007	Var %
Crediti verso clientela	66.235	62.244	6,0%
Attività finanziarie di negoziazione e disponibili per la vendita	6.068	4.244	30,1%
Totale attivo	88.409	89.607	-1,4%
Raccolta diretta da clientela <sup>(1)</sup>	55.843	58.553	-4,9%
Risparmio amministrato	31.015	27.650	10,8%
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>4.712</b>	<b>4.705</b>	<b>0,1%</b>
<small>(1) Include i debiti verso clientela, i titoli in circolazione e le passività finanziarie valutate al fair value</small>			

Dal lato dei volumi operativi, i crediti verso clientela, al netto delle rettifiche di valore, hanno raggiunto 66,2 miliardi ed evidenziano un tasso di crescita tendenziale annuo del 6%. Le attività finanziarie della clientela, che includono la raccolta diretta e il risparmio amministrato, ammontano a fine dicembre 2008 a 86,9 miliardi, sostanzialmente in linea con il valore di fine 2007. Al loro interno la raccolta diretta da clientela, pari 55,8 miliardi, evidenzia un grado di copertura dell'attività di prestito a clientela ordinaria dell'84%.

Il patrimonio netto comprensivo dell'utile di esercizio di 76 milioni si colloca a 4.712 milioni.

## Struttura patrimoniale

	(milioni di euro)	
	31/12/2008	31/12/2007
Attività a rischio ponderate (RWA)	62.015	62.686
Patrimonio di vigilanza di base (Tier 1)	4.472	4.493
Patrimonio di vigilanza	6.809	6.927
Tier 1 ratio	7,2	7,2
Total risk ratio	10,9	11,1

Il patrimonio di vigilanza si attesta a 6.809 milioni rispetto ai 6.927 milioni di fine 2007. Il livello di patrimonializzazione è pari al 7.2% per il Tier 1 ratio (come nel 2007) e al 10.9% per il Total risk ratio (11,1% a fine esercizio precedente).

## Valore Aggiunto

### Determinazione 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.

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, la base di riferimento per la determinazione e distribuzione della “ricchezza prodotta” è il 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, oltre che degli sviluppi apportati in sede associativa di categoria (ABI).

Nell’esercizio di riferimento, la creazione di valore, denominata “Valore Aggiunto globale lordo”, si è attestata a 1.817 milioni.

## Prospetto determinazione del Valore Aggiunto

	<i>Euro</i> Esercizio 2008
Interessi attivi e proventi assimilati	4.543.111.604
Commissioni attive	858.270.271
Dividendi e proventi simili	19.431.322
Risultato netto dell'attività di negoziazione	51.816.119
Risultato netto dell'attività di copertura	3.504.807
Utili (perdite) da cessione o riacquisto di:	17.183.086
a) crediti	299.084
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	8.972.736
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-
d) passività finanziarie	7.911.266
Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al fair value	36.944.422
Altri oneri/proventi di gestione	(15.556.820)
Utili (Perdite) delle partecipazioni	(845.017)
<b>TOTALE RICAVI NETTI</b>	<b>5.513.859.794</b>
Interessi passivi e oneri assimilati	(2.784.363.394)
Commissioni passive	(82.742.765)
Altre spese amministrative <i>(al netto delle imposte indirette ed elargizioni e liberalità)</i>	(499.582.187)
Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	(301.670.778)
a) crediti	(282.106.315)
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	
d) altre operazioni finanziarie	(19.564.463)
Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	(8.813.094)
Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali	(3.012.000)
Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali	0
Rettifiche di valore dell'avviamento	0
<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>(3.680.184.218)</b>
<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>1.833.675.576</b>
Utili (Perdite) da cessione di investimenti	(17.062.211)
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>1.816.613.365</b>
Ammortamenti	(151.640.074)
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>1.664.973.291</b>
Spese per il personale	(1.235.555.843)
Altre spese amministrative: imposte indirette	(32.186.000)
Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità	(6.887.126)
<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>390.344.322</b>
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	(211.926.220)
Oneri fiscali per la decisione della Comunità Europea contro gli "aiuti di Stato"( ex legge Amato) (*)	(102.025.008)
<b>RISULTATO D'ESERCIZIO</b>	<b>76.393.094</b>

I dati rielaborati per il calcolo del Valore Aggiunto sono esposti senza confronto temporale in quanto l'attuale assetto societario è raffrontabile con l'esercizio precedente a decorrere dal 1° ottobre 2007.

(\*) La voce rappresenta il versamento effettuato nell'anno in conseguenza dell'intervento della UE sulla determinazione dell'imposta sostitutiva pagata in base alla legge finanziaria 2004 per il riallineamento dei valori fiscali delle immobilizzazioni materiali ai più alti valori civilistici.

Tale dato, inserito nello schema ufficiale di bilancio alla voce 220 del Conto Economico "altri oneri/proventi di gestione", è qui rappresentato alla stregua delle imposte, in considerazione della sua specifica natura.

### 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.

Come riportato nel prospetto seguente, il Valore Aggiunto globale lordo, pari nell'esercizio 2008 a 1.817 milioni, risulta così destinato tra le diverse categorie di stakeholder:

- il 68% alle risorse umane, sotto forma di retribuzioni, contributi sociali, trattamento di fine rapporto, trattamento di quiescenza ed altri oneri tra cui contributi ai figli dei dipendenti per borse di studio.

Come già anticipato nella descrizione dei risultati economici di esercizio, le spese per il personale comprendono oneri di ristrutturazione per 143 milioni ante imposte. Al netto di questi oneri non ricorrenti, l'assorbimento di Valore Aggiunto da parte del personale si attesterebbe al 60,2%;

- il 19% al settore pubblico, sottoforma prevalentemente di tasse e imposte, dirette, indirette e patrimoniali, di pertinenza dello Stato, delle Regioni e dei Comuni;

- il 12,6% all'autofinanziamento aziendale, attraverso la formazione di riserve e fondi ammortamento;

- lo 0,4% al sostegno della collettività, mediante la partecipazione ad iniziative di natura sociale, culturale, scientifica e sportiva.

## Prospetto distribuzione del Valore Aggiunto

	<i>(milioni di Euro)</i> Esercizio 2008
<b>A TOTALE RICAVI NETTI</b>	<b>5.514</b>
<b>B TOTALE CONSUMI</b>	<b>(3.680)</b>
<b>C VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>1.834</b>
<b>D VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>1.817</b>
Ripartito tra:	
<b>1 Soci - Dividendi distribuiti ai soci</b>	<b>-</b>
<b>2 Risorse umane</b>	<b>1.236</b>
<b>3 Sistema, enti, istituzioni (Amministrazione Centrale e periferiche)</b>	<b>346</b>
Imposte e tasse indirette	32
Imposte sul reddito dell'esercizio	212
Oneri fiscali per la decisione della Comunità Europea contro gli "aiuti di Stato" (ex "Legge Amato")	102
<b>4 Collettività e ambiente</b>	<b>7</b>
Elargizioni e liberalità	7
Interventi di utilità sociale attuati mediante Fondazione	-
<b>5 Sistema impresa</b>	<b>228</b>
Utile d'esercizio non distribuito	76
Fondi Ammortamento	152
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>1.817</b>
Il Valore Aggiunto globale lordo relativo all'esercizio 2008 risulta così distribuito:	
<b>Risorse Umane</b>	<b>68,0%</b>
<b>Sistema, enti, istituzioni (Amministrazione Centrale e periferiche)</b>	<b>19,0%</b>
<b>Collettività e ambiente</b>	<b>0,4%</b>
<b>Sistema impresa</b>	<b>12,6%</b>
<b>Soci - Dividendi distribuiti ai soci</b>	<b>-</b>

# Clienti

## Retail & Private

“Nel contesto attuale è messa fortemente alla prova la solidità del capitale di fiducia accumulato dalle banche, non solo in quanto fattore critico di successo per competere con efficienza, ma come elemento essenziale per garantire autonomia e indipendenza operativa: ne escono vincenti le banche che, oltre a una forte reputazione di qualità del servizio e convenienza, si sono create e sanno mantenere una forte reputazione di rispetto delle regole, correttezza gestionale e tutela dei diritti e degli interessi dei risparmiatori, non solo attraverso le grandi decisioni aziendali sui prodotti e sui costi, ma anche attraverso i comportamenti quotidiani nelle occasioni di contatto e di relazione con il cliente”.

Stefano Calderano  
Divisione Retail & Private

Nel 2008 la Divisione Retail & Private ha proseguito il programma di profonda trasformazione dei processi commerciali e creditizi della Rete, degli strumenti a supporto dell'operatività e dei comportamenti professionali delle risorse, fornendo il suo contributo al completamento con un anno di anticipo dei cantieri e dei progetti di integrazione nel Gruppo BNP Paribas, previsti dal Piano industriale 2007-2009.

Le linee guida sono state:

- orientare la Banca verso il cliente, con una nuova struttura della Divisione Retail & Private di Direzione Centrale e l'attivazione del nuovo modello organizzativo della Rete;
- andare incontro alle esigenze del cliente, attraverso una nuova gamma di prodotti, con una specifica attenzione ai prodotti socialmente responsabili;
- offrire un servizio di qualità, con il rinnovamento e lo sviluppo delle Agenzie e dei Centri Private e una innovativa strumentazione commerciale;
- misurare e migliorare la soddisfazione del cliente esterno e interno, con il consolidamento e lo sviluppo delle attività di presidio della customer satisfaction.

L'implementazione del Nuovo Modello di Rete e l'introduzione di nuovi strumenti a supporto dell'attività commerciale ha interessato tutto il personale commerciale e operativo delle Agenzie in un ampio programma di formazione in aula e di affiancamento sul campo.

Sono stati coinvolti circa 2.300 gestori Individuals, 450 gestori Small Business, 250 gestori Imprese, ed oltre 2.300 risorse appartenenti ai ruoli di sportello/accoglienza.

La nuova struttura della Divisione e della Rete ha favorito una maggiore focalizzazione sulle esigenze del cliente e della Rete e i risultati sono stati positivi: il 2008 è stato l'anno della svolta nel tasso di crescita della base di clienti.



Le nuove funzionalità introdotte a supporto della gestione commerciale stanno, di fatto, migliorando la soddisfazione dei clienti, consentendo un rapporto più frequente e stretto con il personale della banca, come si rileva dall'incremento nel numero medio di contatti giornalieri con i clienti.

Grazie all'utilizzo di RECORD, la nuova piattaforma commerciale multicanale, nell'ultimo trimestre del 2008, il numero medio di contatti giornalieri da parte dei gestori è aumentato da 0,8 a 1,8 e la percentuale di clienti che si presenta dal proprio gestore, dopo aver fissato un appuntamento, supera il 30%.

Particolare importanza nel miglioramento del servizio e della consulenza al cliente hanno avuto l'attivazione di nuovi processi di erogazione del credito Business, il nuovo sistema di deleghe e l'introduzione dei nuovi applicativi informatici a supporto dell'attività creditizia.

**OBIETTIVO 2009:** Un nuovo processo di consulenza ed erogazione del credito dedicato alla clientela Individuals (Mirò) sarà adottato nel corso del 2009.

Nel 2009 sarà avviato un progetto di semplificazione dei processi operativi e decisionali, che fornirà un ulteriore supporto alla Rete nella gestione delle priorità commerciali. Sarà previsto un cantiere per ogni area di intervento, con il coinvolgimento diretto e continuo del personale di Rete attraverso Focus Group e test pilota.

### Prodotti etici

Oltre ai prodotti tradizionali nel corso del 2008 è stata ampliata la gamma di prodotti socialmente responsabili, da un lato continuando a finanziare la ricerca Telethon attraverso una carta prepagata personalizzata e sviluppando ulteriori modalità di donazione attraverso i canali diretti, dall'altro lanciando prodotti di finanziamento a condizioni agevolate per specifiche finalità sociali.

My Cash BNL per Telethon è la carta prepagata che devolve il costo di emissione con procedura automatica di accredito a Telethon. Consente di contribuire alla raccolta dei fondi anche nei mesi dell'anno non legati alla maratona e di allargare il target di clientela. Infatti, consente al cliente, anche non correntista BNL, di effettuare una donazione di 25 euro o di 50 euro attraverso un versamento iniziale legato all'emissione della carta.

Canali diretti. Oltre che in Agenzia i clienti BNL possono donare con bonifico on-line; tale servizio è stato potenziato con una specifica campagna che da giugno 2008 propone a tutti i clienti che effettuano una transazione, di donare da 1 a 5 € A TELETHON.

Prestito BNL Meritatamente. BNL conferma la propria attenzione verso i giovani con Prestito di Merito e Prestito di Lode. L'iniziativa BNL s'inserisce in "Diamogli Credito", protocollo d'intesa sottoscritto tra il Ministero delle Politiche Giovanili e l'ABI in collaborazione con il Ministero dell'Università e della Ricerca, che ha istituito un apposito fondo di garanzia finalizzato ad offrire ai giovani uno strumento che li aiuti ad investire sul proprio futuro.

Prestito di Merito è destinato a giovani studenti particolarmente meritevoli che hanno conseguito un diploma con l'80% del voto massimo, o hanno una media universitaria del 24, o una laurea con il 90% del voto massimo.

Prestito di Lode è per gli studenti con un profilo accademico di eccellenza, BNL infatti trasforma Prestito di Merito in Prestito di Lode, applicando un tasso ancora più vantaggioso. Si può accedere al Prestito di Lode se si è conseguito un diploma con il massimo dei voti, una media universitaria del 27, una laurea con il massimo dei voti.

Prestito BNL adottAMI, studiato in collaborazione con l'Associazione Amici dei Bambini – Ai.Bi. - è il finanziamento dedicato a chi ha avviato le pratiche per l'adozione internazionale. È un aiuto concreto per sostenere tutte le spese necessarie, ad un tasso molto competitivo, per coronare questo gesto d'amore, senza preoccupazioni, grazie al tasso fisso, alla flessibilità del piano di rimborso e all'istruttoria senza spese. Il processo di valutazione è facilitato, perché tiene presente le finalità dell'adozione internazionale.

### Normativa MiFID

Nell'erogazione dei servizi di investimento (così come previsti dalla normativa MiFID, recepita in Italia a novembre 2007) ad aprile 2008 BNL ha introdotto il servizio di consulenza in materia di investimenti, offerto in abbinamento a tutte le operazioni su prodotti di investimento. Il servizio garantisce alla clientela sempre il massimo livello di tutela nelle scelte di investimento, con verifiche di adeguatezza stringenti e sempre coerenti con il profilo di investimento e il grado di esperienza dell'investitore.

## Sviluppo canali di servizio

### Multicanalità

Nel corso del 2008 si è concluso il progetto per l'introduzione della nuova piattaforma commerciale multicanale RECORD, che integra i canali di contatto con i clienti (Telefono, Internet, Agenzie), garantendo al cliente una maggiore flessibilità di accesso ai servizi bancari, la gestione integrata delle proprie richieste, la condivisione degli strumenti di supporto tra gli operatori dei diversi canali di servizio (operatori del Centro Relazione Clientela e delle Agenzie), la possibilità di fissare appuntamenti in agenzia attraverso i canali diretti (telefono e Internet).

### Internet e ATM

La progressiva migrazione dell'operatività bancaria di base dallo sportello verso i canali diretti, nel 2008 ha registrato importanti progressi grazie a:

- l'introduzione di 307 ATM multifunzione, che hanno consentito di avviare il processo di trasferimento delle operazioni di versamento e prelievo dallo sportello agli ATM e migliorare la soddisfazione dei clienti sui tempi di attesa allo sportello in almeno il 20% delle Agenzie in cui sono attivi;
- un'ulteriore importante crescita dei livelli di utilizzo di Internet da parte dei clienti Retail, con un incremento del 27% rispetto al 2007 - con riferimento al bacino di clienti attivi sul canale - e di oltre il 35% sui volumi di operazioni eseguite.

Questi risultati, oltre a beneficiare della naturale e continua evoluzione del fenomeno Internet in Italia, sono frutto dello sforzo profuso in questi anni da BNL a sostegno dello sviluppo della conoscenza e dell'uso dei nuovi canali complementari allo sportello, e che nel 2008 ha visto l'inserimento di nuove figure di Agenzia, preposte ad accogliere i clienti, indirizzarli all'utilizzo dei nuovi canali e dare loro assistenza soprattutto in fase di primo utilizzo.

Questi sforzi hanno portato, in particolare, alla definitiva conferma di Internet quale primo canale transazionale della Banca con riferimento alle operazioni effettuabili sia allo sportello sia attraverso Internet, con il 55% circa di share sulle operazioni dispositive bancarie ed oltre il 60% su quelle di trading.

In tale ambito, il 2008 segna anche una significativa crescita del contributo di Internet a supporto della ricerca scientifica, con oltre 20 mila donazioni online a favore dell'iniziativa Telethon nei soli ultimi sei mesi dell'anno, grazie al rilascio di nuove funzionalità che testimoniano il continuo impegno di BNL nella raccolta di fondi.

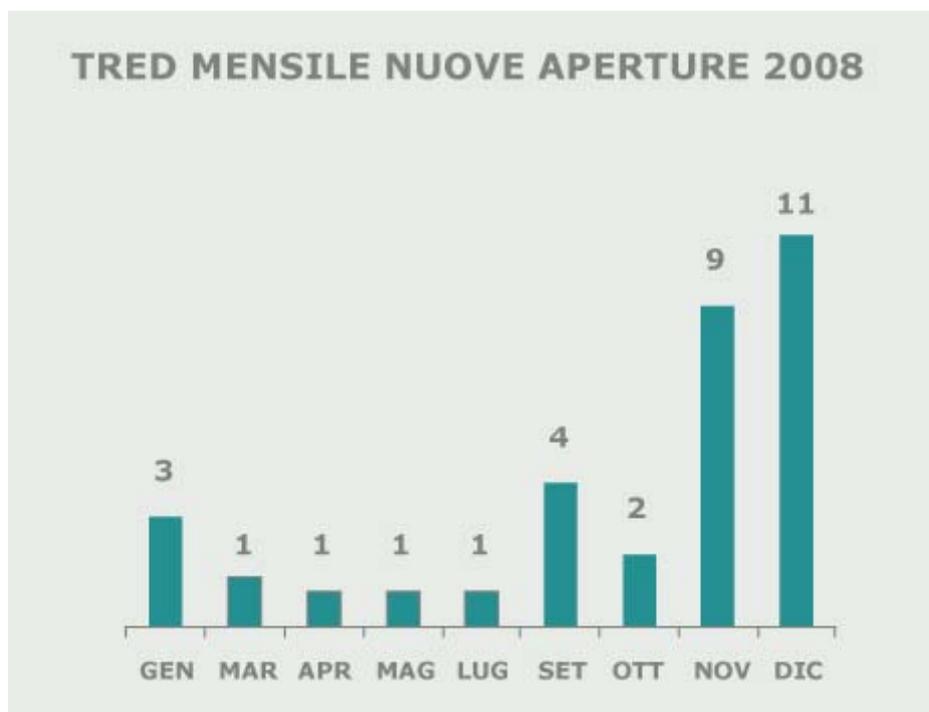
Coerentemente all'affermazione del modello di servizio multicanale in BNL nel 2008 è avvenuto il rilascio del nuovo portale della Banca, [www.bnl.it](http://www.bnl.it), che rappresenta l'unico riferimento di BNL su Internet per tutti i segmenti e le esigenze dei clienti di tipo informativo, commerciale e transazionale.

Il nuovo portale di BNL è perfettamente integrato con gli altri canali della Banca - le Agenzie ed il Centro Relazioni Clientela - e ha il duplice obiettivo di fornire ai clienti una maggiore varietà ed efficienza dei servizi transazionali, ma anche contenuti e strumenti accessibili a tutti, per orientarsi al meglio nell'ambito della vasta gamma di offerta di BNL e trovare assistenza con riferimento ai principali bisogni bancari.

**OBIETTIVO 2009:** Nel 2009 verrà completato il percorso che porterà BNL ad avere un unico portale Internet che permetterà al Cliente di accedere a tutti i servizi a distanza in modo semplice ed immediato tramite il canale Internet (e-family BNL).

### Agenzie e Centri Private

La crescita della rete di Agenzie BNL ha registrato nel 2008 una forte accelerazione: sono state aperte 33 nuove Agenzie e 4 Centri Private. In particolare la BNL si è posizionata al primo posto in Italia per ritmo delle nuove aperture nell'ultimo trimestre 2008.



Nel corso dell'anno, inoltre, 250 Agenzie sono state oggetto di un intervento di ristrutturazione o di restyling.

La nuova organizzazione degli spazi e delle attività è stata pensata per rendere l'Agenzia più accogliente per le persone che entrano in Banca e più funzionale per i dipendenti.

Il 49% delle Agenzie oggetto di restyling nel corso del 2008 ha migliorato la soddisfazione dei clienti sull'Ambiente.

## Ascolto

### Customer Satisfaction

L'ascolto regolare del cliente, la gestione dell'insoddisfazione e dei reclami, l'attivazione tempestiva di azioni di miglioramento del servizio sono i pilastri sui quali si fonda il sistema di customer satisfaction di BNL.

La misurazione della customer satisfaction utilizza modelli 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) e per i principali prodotti offerti (Prodotti di Investimento, Finanziamenti, Carte di Credito, Carte di Debito, ecc.).

Nel complesso, l'attività di ascolto di BNL nel 2008 ha coinvolto circa 135.000 clienti Individuals, Private, Business e Imprese.

In particolare, nel corso dell'anno, è proseguito il monitoraggio continuativo della qualità del servizio erogato nelle Agenzie: ogni settimana sono stati intervistati clienti Individuals e Business che nella settimana precedente si erano recati nella propria Agenzia BNL ed avevano effettuato un'operazione allo Sportello o avuto un colloquio con il proprio Gestore.

Attraverso un questionario telefonico si fa ripercorrere al cliente la sua esperienza di visita e quindi si chiede di dare una valutazione all'ambiente, all'efficienza, al servizio ricevuto allo sportello, alla consulenza e alla gestione delle lamentele sui disservizi percepiti.

Come di consueto, anche nel 2008, il livello di soddisfazione della clientela Retail BNL è stata confrontata con quella dei clienti dei principali concorrenti nazionali di riferimento.

I risultati hanno confermato il miglioramento della soddisfazione complessiva dei clienti BNL: la banca ha registrato una crescita costante nel triennio, con un aumento della soddisfazione del 6,3% dal 2006 rispetto ad un 4,75% dei concorrenti monitorati.



BNL comincia a posizionarsi come banca con una connotazione di specifico e distintivo valore per il cliente: rispetto alla rilevazione del 2007 aumentano gli indicatori di soddisfazione globale (+2 punti), di fedeltà del cliente (+2 punti), la soddisfazione verso la consulenza (+3 punti) e i prodotti di investimento (+2 punti).

Nel 2008 sono inoltre proseguite le rilevazioni periodiche della soddisfazione dei Direttori di Agenzia sul livello di servizio ricevuto dalle funzioni della Direzione Centrale e dalle strutture di Territorio e di Area.

Il progetto si sta confermando come esperienza positiva e particolarmente sentita dalla Rete:

- i Direttori hanno risposto con un livello di partecipazione elevato e un forte coinvolgimento nei confronti dei temi trattati;
- le strutture di Territorio e di Area hanno utilizzato i risultati per individuare i punti di miglioramento e stabilire piani di azione.

Gli effetti sono positivi: nella rilevazione di Dicembre 2008 è aumentata sensibilmente la percentuale dei Direttori di Agenzia che ritiene il servizio migliorato negli ultimi 12 mesi e l'indice complessivo di soddisfazione è in continuo miglioramento rispetto alla prima rilevazione del 2007.



Il monitoraggio della soddisfazione del "cliente interno", nel corso del 2008, è stato esteso anche agli utilizzatori di altri servizi di supporto offerti dalle funzioni interne.

Le rilevazioni hanno coinvolto in particolare i dipendenti che si sono rivolti al servizio dedicato "Pronto Risorse Umane" per avere informazioni e assistenza su tematiche relative alle Risorse Umane e coloro che hanno utilizzato il Servizio di Assistenza Commerciale su problematiche legate all'operatività o ai prodotti.

## Indagini ascolto clienti

INDAGINI DIVISIONE RETAIL & PRIVATE				
TIPOLOGIA DI RICERCA	CAMPIONE	METODOLOGIA	MESE DI AVVIO INDAGINE	OBIETTIVI
Customer Satisfaction Agenzia	- ca. 120.000 Clienti Individuals e Business BNL.	Interviste telefoniche (CATI)	Gennaio 2008	Monitoraggio soddisfazione dei clienti che si sono recati in Agenzia nella settimana precedente l'intervista per effettuare un'operazione di sportello, e/o incontrare il gestore.
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 Giu 08 II Wave Dic 08	Monitoraggio soddisfazione dei clienti che hanno utilizzato il Call Center BNL.
Customer Satisfaction Carte di Credito	- 1.000 Clienti Individuals	Interviste telefoniche (CATI)	Novembre 2008	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori di Carte di Credito BNL.
Customer Satisfaction Carte di Debito	- 1.000 Clienti Individuals	Interviste telefoniche (CATI)	Novembre 2008	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori di Carte di Debito BNL.
Customer Satisfaction Servizio POS	- 817 Clienti Business	Interviste telefoniche (CATI)	Novembre 2008	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori del Servizio POS BNL.
Customer Satisfaction Reti Terze	- ca. 600 agenti immobiliari e/o promotori finanziari che agiscono in convenzione con BNL per promuovere a propria clientela il prodotto "Mutuo".	Interviste telefoniche (CATI)	Novembre 2008	Verificare il livello di soddisfazione nei confronti del servizio erogato da BNL.
CS Confronto Competitivo	- 8.000 interviste a clienti BNL e clienti dei principali competitors nazionali e locali.	Interviste telefoniche (CATI)	Dicembre 2008	Confronto competitivo del livello di soddisfazione dei clienti.

## Presidio Customer Satisfaction

Il Polo Customer Satisfaction, che opera nell'ambito della Rete Territoriale della Direzione Retail & Private, ha l'obiettivo di mettere a disposizione di tutte le unità organizzative che impattano direttamente o indirettamente sulla soddisfazione dei clienti, le informazioni quali/quantitative sulle opinioni dei clienti.

In particolare, i Responsabili di Customer Satisfaction di Territorio e di Area, con l'ausilio delle informazioni derivanti dal monitoraggio della soddisfazione dei clienti, dei reclami e di altri

indicatori di qualità del servizio, operano a supporto delle strutture di Rete (Direttori di Agenzia, Responsabili di Distretto, Direttori di Area e Direttori Territoriali) nel fissare le priorità di intervento per il miglioramento dei livelli di servizio e nell'orientare le decisioni operative in sintonia con le esigenze dei clienti stessi.

Nel corso del 2008, per rafforzare maggiormente il concetto della centralità del cliente, l'indice di customer satisfaction è stato inserito nel sistema incentivante per la Rete.

### Reclami e segnalazioni

Nel 2008 la Divisione Retail e Private ha registrato e gestito circa 4 mila reclami formali.

La gran parte di questi reclami (42%) sono relativi all'operatività sul Conto Corrente e Servizi correlati, mentre il 24% delle problematiche si riferiscono all'ambito dei finanziamenti. Significativo anche il numero di reclami riguardanti l'intermediazione finanziaria, le polizze ramo vita (16%) e la monetica (12%).

Durante il 2008 inoltre, la struttura Customer Satisfaction della BNL, ha attivato un nuovo processo di registrazione e gestione delle lamentele telefoniche, raccolte dal Centro di Relazione con la Clientela, che sono state circa 5 mila nel corso dell'anno. Tale processo ha permesso poi, tramite la veicolazione della lamentela al Direttore dell'Agenzia ove è radicato il rapporto del cliente, di contribuire al miglioramento della relazione.

Nel corso del 2008 il 46% delle Agenzie ha migliorato la soddisfazione dei clienti sulla Gestione dei disservizi.

RIPARTIZIONE RECLAMI PER PRODOTTO NEL 2008		
AREA PRODOTTO	2008	
	num	%
Conto Corrente e servizi correlati	1620	41,70 %
Monetica	450	11,60 %
Finanziamenti	911	23,50 %
Intermediazione finanziaria e polizze ramo vita	613	15,80 %
Aspetti generali ed altro	287	7,40 %
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>3881</b>	<b>100,00 %</b>

RIPARTIZIONE RECLAMI PER AREA DI BUSINESS NEL 2008		
TIPOLOGIA DI CLIENTELA	2008	
	num	%
Privati e famiglie	3011	77,60 %
Private Banking	77	2,00 %
Business	453	11,70 %
Private Banking	340	8,80 %
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>3881</b>	<b>100,00 %</b>

PRINCIPALI MOTIVAZIONI DEL RECLAMO NEL 2008		
TIPOLOGIA DI CLIENTELA	2008	
	num	%
Comunicazione/inf. Cliente	462	11,90 %
Personale	181	4,66 %
Esecuzione operazioni	807	20,79 %
Condizioni	367	9,46 %
Applicazione delle condizioni	914	23,55 %
Anatocismo	151	3,89 %
Merito di credito	49	1,26 %
Altro	950	24,50 %
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>3881</b>	<b>100,00 %</b>

**PATTICHIARI: BNL ADERISCE AGLI "IMPEGNI PER LA QUALITA'"**

Con l'approvazione del nuovo Statuto, il 31/10/2008, il Consorzio PattiChiari ha ridefinito le proprie regole di funzionamento, lanciando gli "IMPEGNI PER LA QUALITA'", che si declinano in 30 iniziative, vincolanti per tutte le banche aderenti e condivisi con le Autorità (Banca d'Italia, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e CONSOB), le Istituzioni (Parlamento e Governo) e le Associazioni dei Consumatori.

Il nuovo Statuto prevede una nuova Governance, non più composta solo da rappresentanti delle Banche, ma allargata a rappresentanti dei clienti, attraverso le Associazioni dei Consumatori e membri indipendenti e super partes.

A seguito dell'entrata in vigore del nuovo Statuto PattiChiari non vi è più l'obbligo per le banche aderenti di sottoporsi a certificazione, con verifiche periodiche da parte di un Ente Certificatore (per BNL sono state effettuate da Der Norske Veritas-DNV), per la verifica puntuale in Rete ed in Direzione Centrale del rispetto dei protocolli specifici di ogni singola iniziativa, così come regolarmente avvenuto nel triennio 2005-2008.

I sistemi di attuazione e monitoraggio delle 30 iniziative costituenti gli "Impegni per la Qualità", sulla base delle nuove regole introdotte dallo Statuto del Consorzio, sono demandate a strutture della Banca aderente e viene istituita la nuova figura del rappresentante aziendale per l'attuazione ed il monitoraggio degli "Impegni per la Qualità", che relazionerà periodicamente agli organi del Consorzio preposti.

Un apposito Organo del Consorzio, il Comitato di Consultazione, composto da rappresentanti sia delle banche che della Società Civile, avrà lo specifico compito di valutare il rispetto integrale degli "Impegni per la Qualità" da parte delle singole banche aderenti comminando, in casi di inadempienze, vari livelli di sanzioni reputazionali.

**OBIETTIVO 2009:** Nei primi mesi del 2009 sarà formalizzata l'adesione di BNL al nuovo Statuto del Consorzio ed al rispetto integrale degli "Impegni per la Qualità".

Le iniziative costituenti gli "Impegni per la Qualità" sono state previste in 2 fasi:

- Fase 1 con partenza a marzo 2009
- Fase 2 con partenza a luglio 2009

A partire dal mese di febbraio 2009 saranno predisposti, a cura del Consorzio, nuovi materiali promozionali ed informativi sulle iniziative relative agli "Impegni per la Qualità", che sostituiranno i vecchi materiali PattiChiari presenti in Agenzia.

## Mercato Corporate

“Il 2008 ha visto materializzarsi una crisi economica caratterizzata da una profondità senza precedenti.

Nonostante una simile congiuntura, che ha visto in difficoltà numerosi operatori internazionali, la nostra Banca è tra le poche ad essere attrezzata a superare la crisi: abbiamo il capitale economico “solidità del tier one e redditività” ed umano “professionalità e motivazioni”.

Di fronte a tali difficoltà, la nostra risposta è continuare a fare sempre meglio il nostro mestiere, assistendo i clienti con il massimo livello di servizio e di consulenza che siamo in grado di fornire proprio nel momento in cui la congiuntura è negativa e hanno particolarmente bisogno di noi. L'espressione concreta della nostra attenzione al principio della responsabilità sociale è la focalizzazione sul cliente in termini di capacità di ascolto delle sue necessità; più in particolare, dei suoi progetti di investimento, delle iniziative attinenti i processi di internazionalizzazione, delle problematiche riguardanti il passaggio generazionale.

Nel momento in cui tutto il settore attraversa un periodo eccezionalmente difficile, i nostri clienti possono avere fiducia nella solidità e nella prossimità della nostra Banca”.

Paolo Alberto De Angelis  
Divisione Corporate

Nel corso dell'esercizio 2008 la Divisione Corporate ha consolidato il proprio modello distributivo attraverso il progressivo rafforzamento della centralità e della flessibilità della Rete.

L'attuale organizzazione si articola in 5 Direzioni Territoriali, 21 Centri d'Affari, 52 Filiali e 5 Trade Centers.

## Internazionalizzazione

L'apertura ai mercati internazionali ha rappresentato e continua a rappresentare un fattore essenziale di crescita e di sviluppo strategico per le aziende italiane.

Per BNL il sostegno all'internazionalizzazione del “Sistema Italia” rappresenta uno degli elementi chiave su cui fondare una partnership concreta e solida con le imprese, attraverso un modello di servizio realizzato con l'obiettivo di stimolare, semplificare e supportare la ricerca di opportunità in un mercato sempre più “globale”.

Nel corso del 2008 BNL ha ampliato ulteriormente la propria piattaforma di prodotti e servizi specifici dedicati alla clientela italiana, valorizzando ulteriormente l'appartenenza al Gruppo BNP Paribas. In particolare:

- la completa attivazione del network dei 5 Trade Center BNL, uno per ogni Direzione Territoriale, pienamente integrati nella rete dei 90 Trade Center del Gruppo BNPP, attivi in 55 paesi del mondo; 20 Specialisti per il Commercio Internazionale in grado di mettere a disposizione delle aziende esperienza, competenza, prodotti e servizi in un'ottica “globale”;
- l'ampliamento della rete di Italian Desk, dagli 8 attivi a fine 2007 ai 12 pienamente operativi a dicembre 2008, con una presenza sempre più capillare nel bacino del Mediterraneo e del Golfo Persico: Marocco, Algeria, Tunisia, Libia, Egitto, Turchia, Dubai (Golfo Persico) ma anche in Cina, India, Russia, Stati Uniti e Francia. Attraverso tali strutture le aziende italiane hanno la possibilità di poter usufruire di un servizio di “banca domestica” e ad operatività completa, con un interlocutore di lingua italiana ed un accesso agevolato al paese di interesse;
- lo sviluppo di importanti partnership con soggetti istituzionali che hanno riconosciuto subito le potenzialità della nuova offerta BNL quali Simest, Assocamerestero (Associazione delle Camere di

Commercio Italiane all'Estero), associazioni del mondo Confindustria, sportelli regionali per l'internazionalizzazione;

- la nascita di 30° parallelo, un progetto realizzato in collaborazione con Assafrica & Mediterraneo (Confindustria) e Simest che mette insieme imprese, banca e gestore pubblico per offrire un supporto integrato, unitario e completo alle aziende italiane che operano o intendono operare nei paesi del bacino del Mediterraneo e del Golfo Persico.

BNL, pertanto, si presenta oggi nel panorama bancario Italiano con una caratteristica del tutto particolare e cioè quella di essere "locale e globale" allo stesso tempo, racchiudendo al suo interno la tradizione e il legame con il territorio di una storica banca italiana e la forza di un player internazionale con una presenza geografica estremamente diffusa.

## Finanza d'Impresa

La Divisione Corporate, con la struttura Finanza d'Impresa, nel corso del 2008 ha confermato la propria attenzione ai bisogni emergenti della piccola e media impresa italiana proponendosi come interlocutrice privilegiata e banca di relazione per accompagnare processi di crescita, efficientamento ed internazionalizzazione, che avessero fra i punti qualificanti la sostenibilità ambientale, connotazioni sociali o culturali.

Nel corso dell'anno sono stati raccolti circa 190 mandati, di cui circa il 60% da parte di imprese clienti ubicate nel Centro-Nord. A valle sono state concluse circa 160 operazioni con taglio medio di ca. € 12 milioni.

In considerazione della crescente sensibilità al tema ambientale, l'origination, in particolare nel comparto dei finanziamenti di progetto, è stata orientata ad iniziative imprenditoriali di media dimensione a sostegno delle imprese attive nel settore della produzione di energia da fonti rinnovabili e di raccolta e trattamento di rifiuti. Nell'ambito delle iniziative imprenditoriali finalizzate alla realizzazione di parchi fotovoltaici la Banca si è dedicata allo sviluppo di opportunità di media taglia (almeno 1,5 MW) determinando un interessante pipeline di progetti in corso di valutazione, la cui finalizzazione è prevista nel corso del 2009.

Il settore idrico permane segmento di riferimento, nel corso degli ultimi mesi dell'anno sono state infatti avviate diverse trattative con gestori dei servizi idrici orientati a definire pacchetti finanziari a supporto degli investimenti previsti dalle Autorità d'Ambito.

Nell'ambito di un più ampio progetto di riqualificazione dell'area ex Mirafiori di Torino che prevederà la realizzazione di un importante Polo Tecnologico, è stato perfezionato un finanziamento di circa € 25 milioni a favore di Torino Nuova Economia SpA (società di scopo partecipata da Regione Piemonte, Città di Torino, Provincia di Torino e Fiat) per la realizzazione di un Centro del design.

Nell'ambito dei processi di valutazione interni la Banca ha continuato ad avvalersi del supporto di consulenti indipendenti per le valutazioni di natura tecnico-ambientale sulle operazioni di maggior complessità. In tale contesto assume particolare rilevanza la verifica della coerenza degli interventi ai criteri di classificazione internazionali dei potenziali impatti ambientali e sociali (Equator principles) e la previsione, fra gli impegni contrattuali previsti a carico delle imprese affidate, in sede di attuazione degli investimenti finanziati, del rispetto degli standard di impatto ambientale e degli strumenti urbanistici di riferimento.

## Cash Management

Il 2008 è stato per il Cash Management un anno di consolidamento e di forte sviluppo del modello di business introdotto dopo l'ingresso di BNL nel Gruppo BNP Paribas.

La priorità strategica attribuita al Cash Management, l'ampia gamma di servizi offerti ed il know-how sviluppato nella gestione di progetti con elevati livelli di complessità, hanno consentito a BNL di garantire un'offerta ed un posizionamento unici sul mercato italiano, capaci di risolvere tutte le

problematiche relative alla gestione della liquidità aziendale, da quelle più semplici a quelle più complesse, che necessitano di soluzioni altamente sofisticate ed innovative.

In tale contesto, la presenza internazionale del Gruppo in 86 Paesi ha contribuito a rafforzare la value-proposition della Banca nei confronti delle moltissime aziende italiane che svolgono la propria attività su uno scenario internazionale.

Nel 2008 sono stati circa 27 mila i clienti corporate gestiti da BNL (di cui circa 1400 Large Corporate) e 16 mila le Pubbliche Amministrazioni.

Nel corso dell'anno sono stati oltre 100 i conti aperti grazie all'ufficio TES del Cash Management su una delle innumerevoli branch del Gruppo BNP Paribas nel mondo e numerose le relazioni attivate con le banche partner. Inoltre sono più di 70 i progetti in fase di implementazione che riguardano sia società italiane che grandi gruppi internazionali.

Il modello organizzativo sviluppato dal Cash Management è oggi in grado di garantire ai clienti un supporto specialistico sia a livello locale che centrale, per offrire il miglior livello di servizio durante tutto il processo di pre-vendita, vendita e post-vendita. In particolare la Business Unit Cash Management si avvale di circa 45 risorse - tra gestori e specialisti cash management - distribuiti su tutto il territorio italiano, e di 24 specialisti a livello centrale che operano nei seguenti team:

- La struttura di Solution Design & Implementation accompagna i clienti nella definizione, progettazione ed implementazione di soluzioni di Cash Management complesse caratterizzate da un alto grado di personalizzazione,
- L'attività commerciale è organizzata intorno ad un gruppo di Sales e di Gestori e Specialisti Cash Management, i primi curano le relazioni con i clienti Large Corporate e con gli enti pubblici, i secondi, presenti sul territorio a livello di ogni Centro d'Affari Corporate, si occupano dei clienti "Grandi Relazioni" e di supportare i Gestori Corporate nella definizione di offerte in grado di soddisfare le esigenze dei clienti,
- Il team di Marketing e Sviluppo Prodotti, tramite un presidio integrato dell'evoluzione dell'offerta, garantisce un elevato standard qualitativo dei livelli di servizio e dei processi, con un'attenzione particolare all'ampiezza e diversificazione della gamma di prodotti ed alla capacità di supportare i clienti con soluzioni flessibili e su misura.

Grazie quindi alla costante spinta all'innovazione e al miglioramento continuo dell'offerta, BNL è oggi in grado di rispondere in modo sempre più innovativo e distintivo alle richieste dei propri clienti Corporate e di proporsi loro come un punto di riferimento in grado di fornire le migliori soluzioni rispetto alle specificità organizzative e gestionali di ciascuna azienda.

## Ascolto

La Divisione Corporate conduce ogni anno la rilevazione della customer satisfaction nei confronti della propria clientela, sia Imprese che Pubblica Amministrazione.

Questa indagine è di fatto lo strumento principale per monitorare a 360 gradi l'andamento della relazione con gli enti e le imprese creando un momento di riflessione aggiuntivo rispetto ai consueti contatti commerciali.

Tramite interviste telefoniche strutturate viene chiesta ai clienti l'opinione sui diversi aspetti della loro relazione con BNL: la soddisfazione, espressa su una scala di voti da 1 a 10, si è attestata, nel corso dell'ultima rilevazione effettuata nel 2008, su un valore medio di 6,9 per le imprese e di 7,5 per gli enti della PA. Entrambi i giudizi registrano un miglioramento rispetto all'anno precedente.

I clienti iniziano a percepire in modo più marcato i cambiamenti in atto nell'organizzazione e sono più propensi a consigliare la BNL ad altre imprese/enti simili. L'indicatore del passaparola migliora infatti in modo sensibile rispetto al 2007 sia per l'operatività corrente che per la gestione finanziaria più complessa.

Il giudizio sul proprio referente commerciale è quello che ottiene sempre i valori più positivi e si conferma come quello più determinante nella soddisfazione del cliente, punto di forza nella relazione con la Banca. Aumenta la vicinanza al cliente e l'intensità commerciale soprattutto grazie ad un uso più efficace dei contatti telefonici e via mail.

All'ingresso della BNL nel gruppo BNP Paribas sono stati riconosciuti 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.

CUSTOMER SATISFACTION INDAGINI PERIODICHE CORPORATE			
TIPOLOGIA DI RICERCA	CAMPIONE INTERVISTATO	MODALITA' DI RICERCA	OBIETTIVI
Barometro di Soddisfazione Clientela Corporate e PA	2.500 Imprese > 5 mil fatturato 1300 Enti della PA	Interviste telefoniche	Monitorare andamento della soddisfazione; effettuare confronti in termini di trend, individuare punti di forza e debolezza per piani di miglioramento

## Controversie

“L’ambizione di un’impresa che ha come oggetto principale quello di fornire servizi bancari e finanziari è di soddisfare le necessità della clientela, curando con la massima attenzione il rapporto di fiducia con essa.

In questa ottica, ogni insoddisfazione del cliente cui consegue una controversia, concreta o potenziale, rappresenta un “fallimento”. Indipendentemente dal suo esito. Per questo, l’impegno della Banca - oggi più di ieri - è orientato alla prevenzione delle conflittualità.

In che modo?

Educando il processo di vendita dei prodotti alla chiarezza e alla trasparenza, fornendo assistenza nella fase successiva e superando le conflittualità con soluzioni equilibrate.

Solo applicando quotidianamente questo impegno di responsabilità sociale si possono ristabilire i presupposti per un rapporto sereno con la clientela”.

Paolo D’Amico  
Direzione Legale

OBIETTIVO 2009: Insistere nell’opera di mitigazione del numero dei contenziosi, prestando ancora maggiore attenzione alla modulistica contrattuale; continuare la tendenza verso le conclusioni stragiudiziali, mediante transazioni, dei conflitti con la clientela; seguire, dal punto di vista giuridico contrattuale, lo sviluppo dell’operatività della Banca ed il suo adeguamento alle nuove normative che pongono la massima attenzione alle famiglie ed alla tutela del loro risparmio.

## Controversie legali

Il valore della prevenzione da sempre in BNL ispira 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 on-line 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. 1.234 cause)

Nonostante la giurisprudenza tendenzialmente sfavorevole alle Banche su tale specifica materia, è stato registrato un numero pressoché equivalente di sentenze favorevoli rispetto a quelle sfavorevoli.

2) BOND (n. 213 cause tra 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 56% delle controversie sono state concluse con soluzioni stragiudiziali.

## Revocatorie

Le cause di revocatoria sono promosse per ottenere, con riferimento all'anno o al biennio antecedente l'assoggettamento della clientela 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.

In relazione alle ipotesi di soccombenza si provvede, all'avverarsi di eventi sfavorevoli che inducano a pronosticare attendibili previsioni di esito negativo o comunque con cadenza periodica, ad effettuare specifici accantonamenti per importi parametrati all'ammontare dell'esborso atteso.

Il relativo fondo rischi è pari al 35% ca. del valore nominale delle cause in corso, che risulta adeguato rispetto agli esiti di soccombenza rilevati nell'ultimo quinquennio.

Le sentenze dichiarative di inefficacia delle garanzie producono riflessi negativi sulle aspettative di recuperabilità dei crediti che vengono conseguentemente svalutati per importi corrispondenti alla percentuale ritenuta non recuperabile.

ANALISI REVOCATORIE FALLIMENTARI		
DIREZIONI TERRITORIALI	CAUSE PENDENTI	PETITUM
Centro	107	48.082.560
Lazio - Sardegna	70	59.549.868
NordEst	116	152.852.679
NordOvest	119	144.865.760
Sud	192	149.152.167
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>604</b>	<b>554.503.033</b>

## Persone

“Stiamo vivendo un periodo di grande incertezza, non solo nel sistema bancario ma più in generale in tutti i settori produttivi e nel sistema sociale.

In questo contesto i nostri collaboratori, ancora più di prima, rappresentano un patrimonio fondamentale dell'azienda e del Gruppo.

Il nostro ruolo come Risorse Umane è quello di predisporre e mettere in pratica sistemi di riconoscimento e incentivazione delle performance orientati alla qualità dei risultati e alla loro sostenibilità nel medio periodo, processi di mobilità e sviluppo professionale che prevengano e proteggano i collaboratori da eventuali discriminazioni (per età, sesso, etc.), azioni per promuovere l'immagine della azienda sul mercato del lavoro e indagini di clima interno per rendere la Banca un luogo attraente, stimolante e motivante per tutti i nostri collaboratori.

Responsabilità sociale significa condividere tra tutti gli attori coinvolti - collaboratori, manager, sindacati - il percorso da seguire e dare seguito con azioni concrete agli obiettivi che ci siamo dati congiuntamente”.

Gianfilippo Pandolfini  
Direzione Risorse Umane

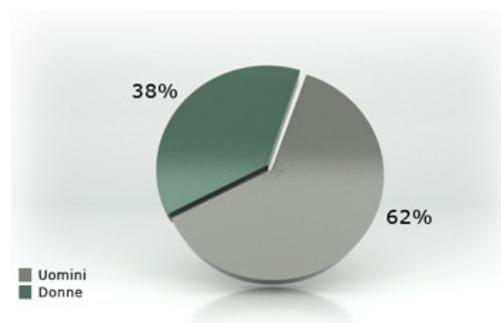
## Composizione

Il personale della Banca si compone di 14.065 risorse. Il 38% del totale è composto da donne, in netta crescita rispetto agli anni precedenti nonostante il numero complessivo dei dipendenti sia diminuito del 4,9%.

Distribuzione per sesso

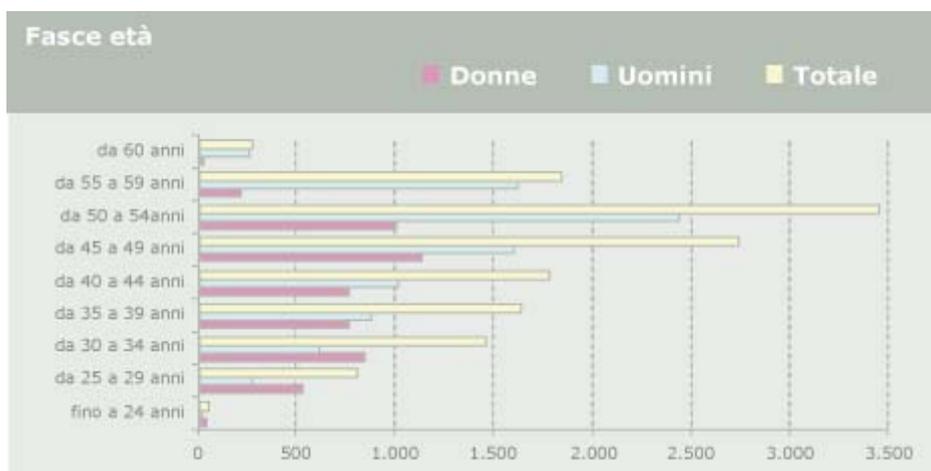
DIREZIONI TERRITORIALI	2007	2008
DONNE	5355	5334
UOMINI	9428	8731
<b>TOTALE</b>	<b>14783*</b>	<b>14065*</b>

\*Totale comprensivo del personale distaccato (41 persone 2008).



L'anzianità media di servizio dei dipendenti BNL è di 19 anni e 3 mesi: la percentuale più alta, pari al 27,7% è relativa ai dipendenti con un'anzianità di servizio tra i 26 e i 30 anni, seguita dal 20,9% relativo alla fascia di dipendenti assunti negli ultimi quattro anni; per la categoria dirigenti la percentuale sale rispetto all'anno precedente al 27,8%

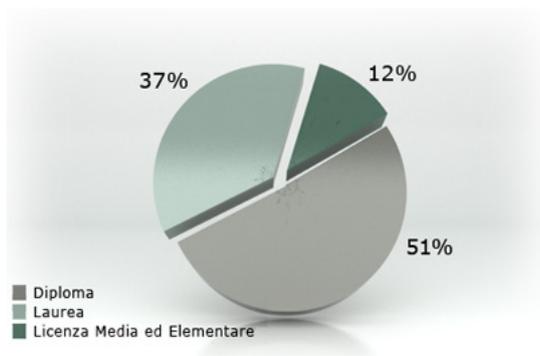
L'età media del personale è di 45 anni e 9 mesi.



In BNL il livello di scolarità presenta un'alta percentuale di laureati, in continua crescita negli ultimi anni: nel 2008 il personale laureato è il 37% del totale. La percentuale dei non laureati, di riflesso, è in diminuzione (51% sono diplomati, il 12% ha la licenza media inferiore o elementare).

Distribuzione per titolo di studio

SCOLARITÀ	2007		sul TOTALE (14783)	2008		sul TOTALE (14065)
	DONNE	UOMINI		DONNE	UOMINI	
LICENZA MEDIA INFERIORE	9%	15%	13%	8%	14%	12%
LICENZA MEDIA SUPERIORE	52%	53%	52%	50%	52%	51%
LAUREA	39%	33%	35%	42%	34%	37%
<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Distribuzione geografica del personale



La distribuzione del personale per aree di attività evidenzia che il 80,5% delle risorse lavora nelle attività core: Canali innovativi, Rete Tradizionale e attività di Business Units.

Dinamica organici

Il piano di recruiting 2008 è stato caratterizzato da attività finalizzate all'inserimento, prevalentemente nelle funzioni di business o di supporto diretto ad esso, di figure professionali eterogenee per livello di seniority e per area di inserimento.

I grafici riportano, rispettivamente, le assunzioni per filiera (grafico A) con dettaglio della tipologia contrattuale (grafico B) e la segmentazione per titolo di studio (grafico C).

Grafico A

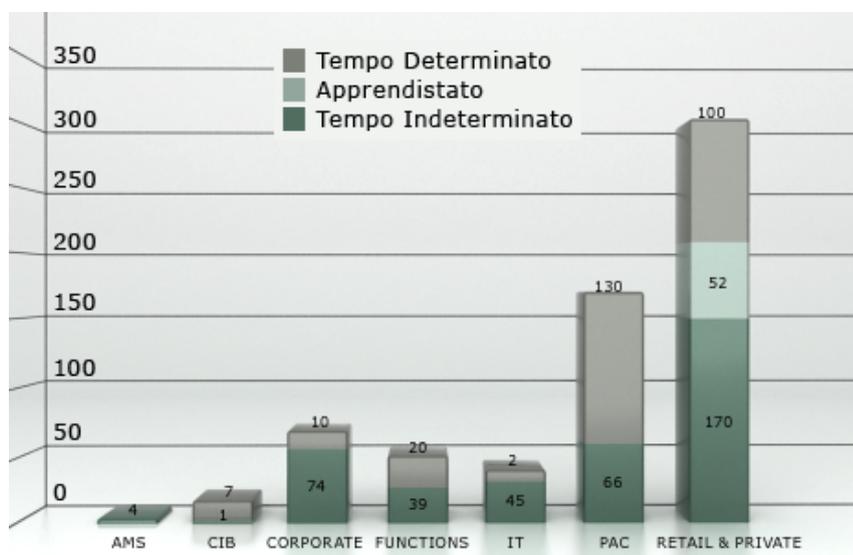
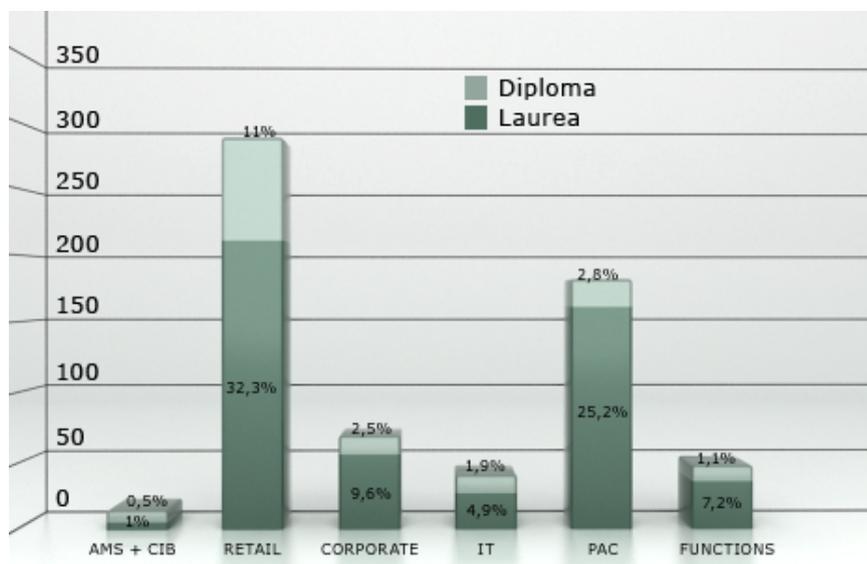


Grafico B

	Tempo Indet.	Apprendist.	Tempo Determ.	TOT
AMS	4	-	-	4
CIB	1	-	7	8
CORPORATE	74	-	10	84
FUNCTIONS	39	-	20	59
IT	45	-	2	47
PAC	66	-	130	196
RETAIL & PRIVATE	170	52	100	322
TOTALE	399	52	269	720

Grafico C



Un focus sui titoli di studio delle risorse inserite conferma la propensione a valorizzare quelle con un percorso formativo completato con il conseguimento della laurea. Se nel corso del 2007 la percentuale dei laureati sul complesso degli assunti aveva raggiunto il 69%, nel corso del 2008 questa ha raggiunto l'80%.

E' da evidenziare la proficuità dei rapporti con il mondo accademico. BNL ha offerto, nel corso dell'anno, 108 opportunità di stage/tirocinio a giovani che si affacciavano per la prima volta nel mondo del lavoro. Contestualmente, 37 risorse che avevano avuto una esperienza di stage nel corso del 2007 sono state inserite con contratto di lavoro dipendente.

Più in generale, si è ulteriormente favorito l'inserimento di giovani neo diplomati e neo laureati alla prima esperienza professionale attraverso il contratto di Apprendistato professionalizzante che è stato utilizzato per 52 risorse.

Anche nel corso del 2008, come d'altronde in passato, al fine di valorizzare ulteriormente l'immagine della Banca e il suo posizionamento sull' employer branding, è stato rinnovato l'investimento per la partecipazione ad eventi di recruiting (25) su tutto il territorio nazionale. Tra essi sono ricomprese tutte le tipologie utili allo scopo e, in particolare, Workshop, Career Day e Job meeting.

## Turnover

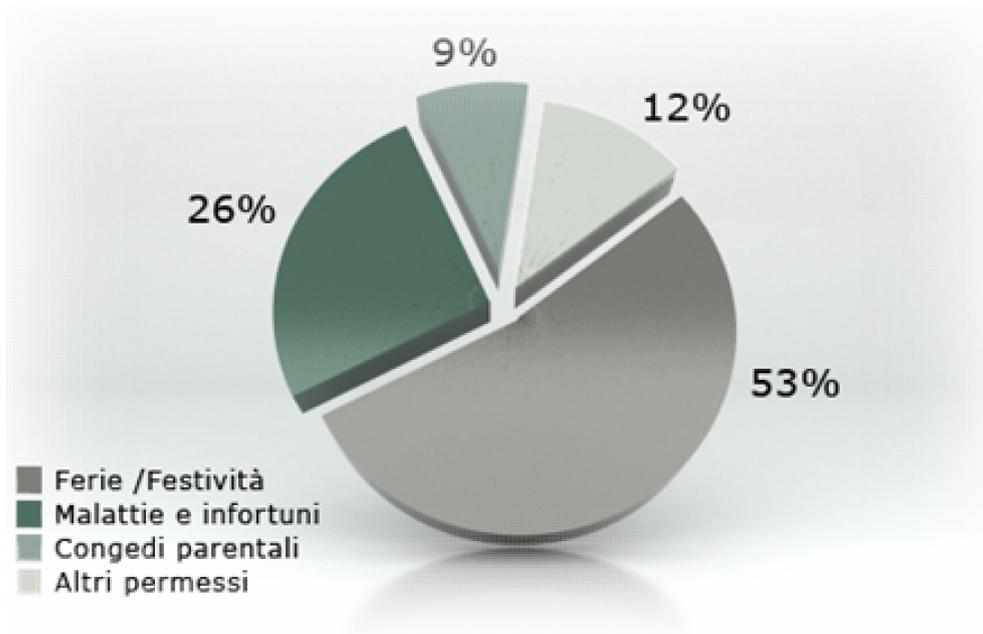
TURNOVER PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE	TURNOVER 2007			TURNOVER 2008		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
<b>Totale assunti nell'anno</b>	<b>416</b>	<b>354</b>	<b>770</b>	<b>359</b>	<b>361</b>	<b>720</b>
a tempo indeterminato	352	206	558	236	163	399
con contratto a termine	34	39	73	107	162	269
<b>Totale cessati nell'anno</b>	<b>1326</b>	<b>277</b>	<b>1603</b>	<b>1057</b>	<b>381</b>	<b>1438</b>
a tempo indeterminato	1319	270	1589	972	233	1205
con contratto a termine	7	7	14	85	148	233

TURNOVER PER FASCE D'ETÀ	2007		2008	
	ENTRATE	USCITE	ENTRATE	USCITE
fino a 24 anni	52	2	97	79
da 25 anni a 34 anni	422	98	395	241
da 35 anni a 44 anni	240	95	177	95
da 45 anni a 54 anni	49	229	48	188
da 55 anni a 59 anni	6	866	2	705
oltre 60 anni	1	313	1	130
<b>TOTALE</b>	<b>770</b>	<b>1603</b>	<b>720</b>	<b>1438</b>

## Assenze del personale

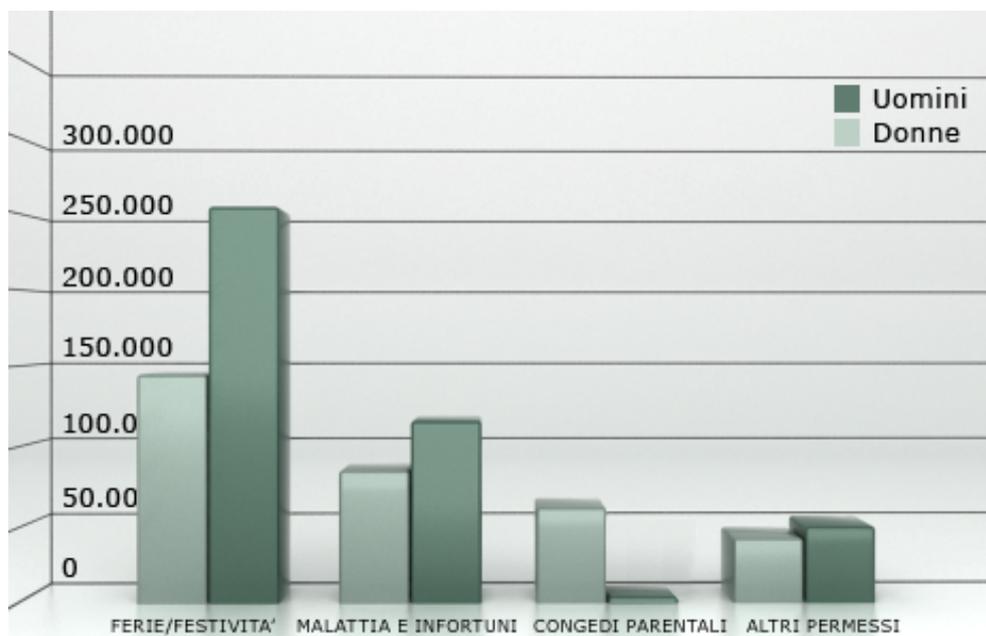
La ripartizione percentuale delle assenze del personale BNL mostra come i dati più rilevanti riguardano le ferie e festività con il 53% e la malattia e infortuni con il 26%. Seguono con il 9% le assenze per congedi parentali: astensione obbligatoria, congedo di maternità, astensione facoltativa.

TIPOLOGIA DI ASSENZE



La distribuzione dei giorni di assenza tra donne e uomini conferma quanto detto sulla tipologia di assenze.

DISTRIBUZIONE DEI GIORNI DI ASSENZA TRA DONNE E UOMINI



## Salute e sicurezza

BNL si sta adeguando al nuovo dettato normativo in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. Esso ridefinisce obblighi e responsabilità delle varie figure interessate a tale problematica; precisa le modalità di valutazione dei rischi e dei contenuti obbligatori dei relativi documenti; introduce altresì nuove forme di rischio come lo stress correlato al lavoro; inserisce nuovi sistemi di gestione della salute e sicurezza sul lavoro con un Modello Organizzativo a copertura delle responsabilità aziendali.

A seguito del decreto legge 81/2008 che sostituisce la più nota legge 626, la Banca ha predisposto e riavviato il piano triennale di monitoraggio e controlli di tutte le sedi. Nel 2008 vi sono state 47 nuove aperture oltre a 35 interventi di ristrutturazione e 206 interventi di restyling.

Formazione D.Lgs.626/94		
FORMAZIONE D'AULA	Giornate	Ore
Rischio Rapina - Demoltiplica	129	969
Rischio Rapina - Formatori	182	1365
Add.Pronto Soccorso Aziendale	645	4835
Squadre emergenza	97	728
<b>TOTALE</b>	<b>1.052,80</b>	<b>7896</b>

Formazione D.Lgs.626/94		
FORMAZIONE A DISTANZA	Giornate	Ore
D.Lgs.626/94 - Videoterminalisti	21	158
Incendio basso	46	346
Salute e Sicurezza sul lavoro 08	225	1688
Videoterminali	45	340
Sicurezza Informatica	8	57
Incendio rischio basso	28	212
L. 626. Salute e Sicurezza	78	586
<b>TOTALE</b>	<b>451</b>	<b>3387</b>
Normativa Neoassunti	288	2160
<b>TOTALE</b>	<b>739</b>	<b>5547</b>

## Sviluppo delle Persone

In BNL il modello di People Management è stato definito e se ne è avviata l'implementazione già nel 2007. Nel corso del 2008 esso ha trovato piena applicazione e si è reso ancor più stringente l'obiettivo di portare a compimento l'integrazione con BNP Paribas e, in particolare, con il set di valori, comportamenti attesi, processi e strumenti a supporto. Inoltre, è stato completamente implementato il modello di gestione delle risorse umane imperniato sulla figura del Gestore Individuale che, attraverso la conoscenza diretta e continuativa delle persone e del contesto in cui esse operano e con il ruolo di business partner dei manager di linea, garantisce il miglior supporto alle strutture centrali di Risorse Umane nella definizione delle politiche e degli strumenti di people management più idonei e, allo stesso tempo, una interlocuzione con le singole risorse in modo da rendere più compatibili possibile i percorsi di sviluppo professionale con le ambizioni, le motivazioni e le competenze individuali. A tal fine, nel corso del 2008, è stato strutturato un apposito processo per la gestione dei colloqui individuali; inoltre, si è realizzato un apposito percorso formativo finalizzato a far sì che chi si occupa di Risorse Umane sappia collocare in una dimensione più sistemica le ragioni e le conseguenze del suo agire nell'organizzazione e quindi sulle persone.

In tale contesto, poiché la leva retributiva non dovrà costituire la sola e più immediata risposta per affrontare la motivazione, la soddisfazione e le esigenze di realizzazione delle persone, è stato ripensato il modello di compensation che sarà fondato su criteri di rigorosa selettività nelle scelte, di equità interna, di confronto costante con il mercato, di sostenibilità economica e, infine, su un processo di comunicazione estremamente chiaro. Uno degli strumenti a supporto di quest'ultimo è stato, e certamente sarà in futuro, l'indagine di clima tra i dipendenti denominata "Il futuro che condividiamo" che ha restituito al management moltissime e importanti suggestioni da parte dei dipendenti.

Il modello sopra descritto, unitamente al set di strumenti implementati nell'ultimo biennio, ha consentito nel corso del 2008 di:

- reclutare e inserire oltre 700 nuove risorse;
- progettare ed erogare oltre 430 mila ore di formazione;
- condurre a regime il processo di valutazione professionale per tutte le risorse della Banca;
- consolidare la cultura dei colloqui gestionali.

L'introduzione del ruolo del Gestore Individuale e le attività implementate rappresentano la declinazione operativa del convincimento di BNL che il livello delle conoscenze e delle competenze detenute dagli individui e, più in generale, la loro employability, unitamente ad una corretta organizzazione, rappresentano la fonte principale del vantaggio competitivo.

### Valutazione Professionale

Il processo di Valutazione Professionale 2007-2008 è stato avviato il 2 novembre 2007 e si è chiuso il 29 febbraio 2008.

I risultati ottenuti in termini di completamento del processo sono stati molto positivi:

- il 99,5% delle persone in Banca ha ricevuto la valutazione;
- su quest'ampia percentuale, è stato condotto circa il 98% dei colloqui di feedback.

La Valutazione Professionale ha rappresentato quest'anno uno strumento in più per rafforzare la cultura organizzativa del Gruppo.

Oltre ad essere uno strumento di confronto tra le persone e la Banca, la valutazione, insieme agli altri processi di sviluppo, contribuisce a diffondere i valori aziendali e a guidare i comportamenti delle persone in coerenza con essi. A tal fine è stata realizzata una specifica scheda sui comportamenti organizzativi, in cui i quattro valori BNP Paribas – Reattività, Creatività, Impegno, Ambizione – sono stati illustrati e "tradotti" in comportamenti, oggetto di specifica valutazione.

Questo forte legame tra cultura organizzativa e comportamenti è stato rafforzato in particolar modo sui ruoli di coordinamento, ai quali, in coerenza con i principi di managerialità BNP Paribas

(Responsabilità, Trasversalità, Fiducia, Autonomia), sono stati assegnati specifici obiettivi manageriali, volti a rafforzarne il ruolo di manager e leader.

In coerenza con il recente modello di Gestione Individuale, per la prima volta il processo di Valutazione ha visto un diretto coinvolgimento dei gestori individuali nelle attività di monitoraggio e supporto al lavoro dei valutatori. La Direzione Risorse Umane ha a sua volta attivato un servizio di "linea diretta" con i gestori che, nel corso dei 4 mesi di apertura del processo, ha gestito circa 1200 richieste di assistenza procedurale e metodologica.

A seguito dell'analisi dei risultati del ciclo 2007-2008, per il ciclo successivo sono state definite importanti novità del processo che si ispirano ai seguenti principi:

■ **Attenzione alla qualità**

La qualità si realizza attraverso una maggiore responsabilizzazione dei manager sul processo. Responsabilità vuol dire dedicare tempo e attenzione al colloquio di feedback, come momento essenziale della valutazione, senza il quale la stessa non è considerata conclusa.

La qualità delle valutazioni si esprime anche attraverso i criteri che il valutatore utilizza: la valutazione deve essere il frutto dell'osservazione dei comportamenti messi in atto concretamente dai collaboratori e non di un giudizio soggettivo.

■ **Valutazione come sviluppo delle competenze**

La valutazione, oltre ad essere un fondamentale momento di confronto sulle performance individuali e collettive, è un input che il manager fornisce per lo sviluppo delle competenze del proprio collaboratore.

Il processo 2008-2009 è stato avviato il 3 novembre 2008 e la chiusura nel 2009 è prevista il 16 febbraio.

### Sviluppo competenze

Nel 2008 BNL ha partecipato al progetto di Gruppo finalizzato alla definizione del "Repertoire des emplois BNP Paribas", che rappresenta a livello globale il riferimento per la definizione delle famiglie professionali e dei mestieri presenti nel Gruppo.

La Famiglia Professionale è definita come un insieme di mestieri standard aventi processi di lavoro e finalità comuni. All'interno dei mestieri standard vengono individuati dei ruoli professionali, distinti da competenze tecniche e comportamentali specifiche. In particolare sono state individuate 19 famiglie professionali, legate ad altrettanti ambiti di competenza, che saranno comunicate nel febbraio 2009 e rese note in BNL tramite la Intranet di Gruppo.

Per BNL il Repertorio rappresenta la base per la costruzione di un sistema di gestione e sviluppo professionale finalizzato alla valorizzazione dei mestieri e delle competenze delle persone, indipendentemente dalla collocazione organizzativa di ciascuno. Il Sistema Professionale si pone infatti una triplice finalità:

- essere per le persone fonte di identità professionale, aumentando la motivazione e facilitando la riconoscibilità interna ed esterna delle competenze possedute;
- fornire un quadro di riferimento per i percorsi di sviluppo, in modo che siano trasversali alle unità organizzative e coerenti con le competenze della persona;
- indirizzare più efficacemente l'offerta di sviluppo e formazione, articolandola coerentemente con il percorso di crescita.

**OBIETTIVO 2009:** Alimentare il Repertorio dei mestieri del Gruppo, attraverso l'inserimento dei ruoli BNL nelle famiglie professionali corrispondenti e proseguire, nelle funzioni dove non esistono ruoli, all'individuazione e descrizione degli stessi.

## Pari Opportunità

BNL promuove la politica delle pari opportunità.

La presenza femminile è in continua crescita: 31,3% nel 2004, 32,7% nel 2005, 33,8% nel 2006, 36,2% nel 2007, 37,9% nel 2008.

L'attenzione della Banca verso le pari opportunità per la carriera e lo sviluppo professionale si rileva anche dall'aumento del personale direttivo femminile che evidenzia un trend positivo negli ultimi anni: nel 2008 salgono a 1.540, nel 2007 erano 1.454; erano 1.411 le donne che ricoprono un ruolo direttivo nel 2006, contro le 1.322 dell'anno precedente e le 1.251 del 2004. Sul totale dei quadri direttivi le donne sono il 26,6%, sul totale dei dirigenti raggiungono un totale del 10,7%.

### TIPOLOGIA CONTRATTUALE

2007	DONNE			UOMINI			%
	FULL TIME	PART TIME	TOT	FULL TIME	PART TIME	TOT	
Tempo Indeterminato	4199	943	5142	9266	59	9325	98%
Tempo Determinato	17	20	37	36	4	40	1%
Apprendistato	176	-	176	63	-	63	2%
TOTALE	4392	963	5355	9365	63	9428	100%

2008	DONNE			UOMINI			%
	FULL TIME	PART TIME	TOT	FULL TIME	PART TIME	TOT	
Tempo Indeterminato	4201	912	5113	8559	54	8613	98%
Tempo Determinato	24	1	25	47	-	47	1%
Apprendistato	196	-	196	71	-	71	2%
TOTALE	4421	913	5334	8677	54	8731	100%

Il personale direttivo, comprensivo di dirigenti e quadri, rappresenta circa il 42,4% del totale.

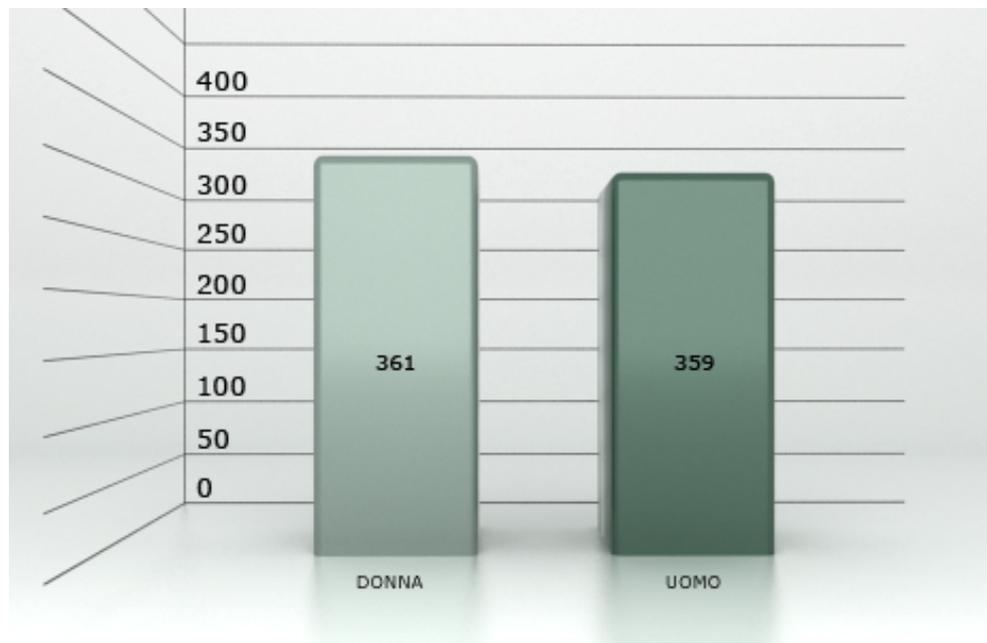
Il 2,1% è composto da dirigenti, il 38,9% da quadri direttivi.

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

Il 96,4% 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.

In materia di pari opportunità risulta rilevante, come per gli anni passati, la percentuale di donne sul complesso degli assunti. Come evidenziato dal grafico D, essa risulta ulteriormente incrementata essendo passata dal 46% del 2007 al 49% del 2008 (348 su 701).

Grafico D



#### Asilo nido aziendale

Si sono conclusi nel corso del 2008 i lavori per la predisposizione della struttura del primo asilo nido aziendale di BNL, riservato in primo luogo ai figli dei dipendenti, che verrà inaugurato nel primo trimestre del 2009.

La struttura - che occupa, nell'ambito del complesso di via degli Aldobrandeschi a Roma, uno spazio di 850 mq. è capace di ospitare circa 60 bambini. Ogni mattina i piccoli verranno accolti da personale qualificato in ambienti accoglienti e ricchi di stimoli educativi.

Merita sottolineare il massimo impegno posto da BNL per offrire ai colleghi - in chiave di responsabilità sociale d'impresa - un servizio importante, strategico nella vita quotidiana, foriero di serenità. E portatore di allegria e speranza - ci permettiamo di aggiungere - pure per coloro che lavorando in quella struttura potranno avere qualche occasione di sentire la voce, incrociare lo sguardo o il sorriso di un piccolo ospite del primo "nido" della Banca.

Nel corso del 2008 è stata rivista e migliorata la policy aziendale per l'accesso dei dipendenti, a condizioni agevolate, ai mutui fondiari e ai prestiti personali. Oltre 600 sono stati coloro che hanno avuto accesso ai primi e 3.800 ai secondi.

Come è ormai tradizione, anche nel 2008 oltre 700 figli di ex dipendenti sono entrati nel processo di selezione per l'assunzione e sono stati oggetto di una prima fase di screening finalizzata a valutare la rispondenza con i requisiti richiesti.

Le assunzioni di questo cluster di candidati sono state 25 corrispondenti al 3,5% del totale.

Nel 2008 BNL ha riservato grande attenzione anche alle categorie disagiate (orfani, vedove e diversamente abili) e nell'arco di tutto l'anno sono state assunte 26 persone appartenenti a tali categorie, con una distribuzione uniforme su tutto il territorio nazionale.

	2008	2007
Invalidi civili di guerra	-	-
Invalidi per servizio	16	16
Invalidi del lavoro	10	13
Invalidi civili	419	428
Vedove ed orfani (di guerra, per causa di servizio e del lavoro) ed equiparati	114	126
Sordomuti	6	6
Centralinisti ciechi	67	69
Profughi	26	31

## Formazione

La formazione nel 2008 è stata soprattutto orientata verso la qualità del servizio e della relazione con la clientela con percorsi formativi di approfondimento sulle procedure utili all'attività lavorativa degli operatori di front office e alla loro sensibilizzazione verso le necessità del cliente esterno. Il principale obiettivo è stato valorizzare la soddisfazione e la relazione con la clientela.

I progetti, tra i quali ricordiamo Network Revolution, hanno coinvolto le persone del territorio (ruoli di accoglienza, di supporto e coordinamento in agenzia) che hanno affrontato più di altre il forte cambiamento del nuovo modello commerciale e operativo.

Questo ambito ha assorbito gran parte delle oltre 78.626 giornate di formazione erogate (valore che ha superato di molto l'obiettivo dichiarato all'inizio del 2008) con il coinvolgimento di circa 12.200 persone, una media di 5,5 giorni di formazione per dipendente e un coverage dell' 84,6%. La percentuale, nettamente superiore rispetto al passato, testimonia la forte attenzione formativa della Banca verso la quasi totalità degli operatori che hanno rapporti diretti con la clientela. Questo orientamento ha contribuito a potenziare le competenze professionali e, anche, ad arricchire le loro caratteristiche personali.

ORE FORMAZIONE	2007*			2008		
	PARTE- CIPANTI	MEDIA GIORNI	MEDIA ORE	PARTE- CIPANTI	MEDIA GIORNI	MEDIA ORE
DIRIGENTI	229	4,7	34,9	241	3,3	24,7
QUADRI	4.841	6,3	47,1	4.817	5,3	39,9
AREE PROFESSIONALI	7.129	6,5	48,4	7.145	5,6	42,1

\* I dati 2007 per opportuno confronto sommano quelli relativi alla Vecchia BNL e al primo trimestre d'esercizio della Nuova BNL.

**OBIETTIVO 2009:** Nel 2009 la Formazione intende mantenere l'elevato standard qualitativo dei corsi erogati e della propria attività progettuale già manifestato nel 2008, comprovato dalla conferma del certificato di qualità ISO9001:2000 per le attività di "progettazione ed erogazione della formazione" (ottenuto dopo la verifica ispettiva dall'ente certificatore DNV) e dal livello medio di gradimento espresso dai partecipanti con punteggio di 3,50 su una scala da 1 a 4.

Nel 2008 per garantire la necessaria flessibilità e personalizzazione degli interventi formativi, la Formazione ha utilizzato le modalità di Training On the Job e di e-learning. E' stato, altresì, ridotto il supporto delle società di formazione esterne per valorizzare le competenze interne alla Banca e garantire una forte aderenza della formazione alla realtà aziendale.

TIPOLOGIA	2007*	2008
AULA	63.589	64.516
TRAINING ON THE JOB	7.592	4.392
FORM. A DISTANZA	25.414	9.718
TOTALE	96.595	78.626

\*I dati 2007 per opportuno confronto sommano quelli relativi alla Vecchia BNL e al primo trimestre d'esercizio della Nuova BNL.

Per estendere la rete dei formatori interni, è stato realizzato il progetto Network Docenti Produzione Assistenza Commerciale per formare colleghi competenti su tematiche specifiche e avviarli al ruolo di docente. L'individuazione delle circa 50 persone coinvolte è stata svolta tramite candidature spontanee sull'intranet aziendale e con una successiva selezione.

Nell'ambito della normativa obbligatoria ISVAP sono state formate circa 4 mila persone con percorsi di base e di mantenimento delle competenze.

Vogliamo anche ricordare la formazione rivolta alle persone neoassunte, con il coinvolgimento diretto del management BNL, orientata a informare sull'organizzazione aziendale e sulle linee guida, a diffondere la cultura e i valori di Gruppo. Merita segnalare anche, la collaborazione di AMS Italia con l'impegno di 130 giornate che ha contribuito alla formazione di 1.902 gestori su vari temi. Le iniziative rivestono una particolare valenza nella costruzione della consapevolezza di ciascuno di entrare a far parte di una grande realtà bancaria internazionale che offre importanti opportunità di crescita professionale e umana.

**OBIETTIVO 2009:** L'organizzazione di un Network con docenti interni per ogni area di business BNL, secondo il modello di successo già applicato per il PAC. In ambito normativo verrà realizzata la formazione e-learning su "salute e sicurezza", "antiriciclaggio" e market abuse.

E' inoltre previsto il lancio di un nuovo modello formativo - l'Accademia Manageriale - rivolto ai manager della Banca per sviluppare le competenze del management aziendale, arricchito di un laboratorio utile a favorire la condivisione su cultura, valori, esperienze e best practices.

Verrà realizzato il progetto formativo destinato ai colleghi di categorie protette, rinviato nel 2008 per consentire un'analisi più dettagliata dei fabbisogni e la conseguente progettazione più attinente alle esigenze delle persone coinvolte.

La formazione sopra descritta è caratterizzata da un'attenzione sempre più forte e puntuale di BNL verso le sue persone, in modo da sviluppare e consolidare il loro coinvolgimento e consapevolezza sull'importanza del proprio ruolo nel conseguimento dei positivi risultati aziendali.

## Comunicazione Interna

La Comunicazione Interna ("CI") negli ultimi anni ha assunto un ruolo sempre più strategico, diventando un punto di riferimento nell'attuale "sistema d'impresa" sempre meno basato solo sui rapporti gerarchici e più sulle interdipendenze reciproche tra unità organizzative, ruoli e profili professionali differenti.

Considerata in passato prevalentemente per gestire la trasmissione di informazioni secondo un modello top-down, la Comunicazione Interna nel 2008 ha fatto molto per svolgere il ruolo di "collante organizzativo", con l'obiettivo di stimolare l'adesione e il senso di appartenenza, di creare un'identità comune, di diffondere la cultura dell'azienda in modo trasversale e di supportare la condivisione della conoscenza mediante lo sviluppo e la promozione di canali di comunicazione anche bottom-up.

Dopo l'ingresso della Banca all'interno del gruppo BNP Paribas, la Comunicazione Interna BNL ha rappresentato sempre più un fattore chiave di successo per la piena integrazione tra queste due realtà. I cambiamenti organizzativi, infatti, hanno reso necessario da parte di CI comunicare in maniera tempestiva a tutta la Banca i principali cambiamenti e i relativi impatti operativi, nonché la ratio su cui sono fondati.

In questo contesto, sulla scia di quanto realizzato l'anno precedente, gli obiettivi perseguiti nel corso del 2008 hanno riguardato, in particolare, il supporto al completamento dell'integrazione e alla diffusione della cultura BNP Paribas all'interno dell'azienda, il sostegno al cambiamento e il rafforzamento della coesione interna sollecitando a tutti i livelli l'entusiasmo e l'orgoglio di appartenenza alla nuova BNL.

La strategia a sostegno di questi obiettivi ha previsto di veicolare messaggi trasversali in coerenza con i valori e i principi del Gruppo, tali da stimolare lo spirito di squadra a livello delle singole filiere, il senso di appartenenza alla BNL e l'adesione al progetto BNL nel Gruppo BNP Paribas.

In particolare per supportare la piena integrazione e diffondere la cultura BNP Paribas all'interno dell'azienda è stato creato un modello di comunicazione interna volto a sostenere il nuovo modello organizzativo e di management che prevede il cliente al centro, la decentralizzazione e una maggior autonomia della Rete e la responsabilità dei manager.

Per sostenere fattivamente il cambiamento la CI si è quindi posta appieno al servizio del business.

Per quanto riguarda le scelte organizzative, per perseguire tali obiettivi si è cercato di costruire un modello equilibrato tra il modello di comunicazione Istituzionale e Operativo.

Il lavoro svolto nel corso del 2008 ha permesso alla CI di BNL di avere oggi:

- un pieno presidio dei messaggi (ad es. sui cambiamenti organizzativi del management, sulla strategia aziendale e sui messaggi trasversali);
- la completa gestione dei canali (Convention di business e funzioni, Opera, Video on demand, Motore, mail, BNL NOInsieme);
- una posizione di forte sostegno al business ed all'animazione commerciale (presidio dei messaggi di eventi interni, incontri territoriali, conference call organizzate verso la Rete, etc.).

Per quanto riguarda poi l'implementazione dei canali ed il rinnovamento di quelli esistenti va sottolineato il grande lavoro svolto in quest'ambito nel corso del 2008.

Nell'ambito della Intranet aziendale Opera nel corso del 2008 gli interventi effettuati sono stati finalizzati all'allineamento della Intranet di BNL con la Intranet di Gruppo Echo'net, in particolare, rinnovando e riorganizzando i contenuti e gli spazi secondo un principio di autocontribuzione da parte di ciascuna funzione.

Per quanto riguarda l'House Organ "BNL Noinsieme", sulla scia del progetto editoriale di rinnovamento partito l'anno precedente, basato sulla metafora dello "specchio" come capacità del giornale di riflettere le persone della Banca e accompagnarne il cambiamento, l'House Organ ha dedicato numerose sezioni ai cambiamenti organizzativi che hanno interessato la Banca nel corso dell'anno, alle opportunità offerte dall'azienda per il cambiamento personale, oltre a diversi dossier di approfondimento legati a tematiche di più stretta attualità.

Con la volontà di rispondere alla richiesta di una comunicazione non più solo "top-down", nel giornale i cambiamenti ancora una volta sono stati raccontati e spiegati dalle persone che li vivono sul campo piuttosto che dai dirigenti; con lo stesso spirito, molta attenzione è stata data alla vita della Rete e delle persone che vi lavorano, senza mai perdere di vista il tema della relazione con i clienti.

È stato, inoltre, rafforzato lo strumento di comunicazione "ManagerNews", la newsletter rivolta ai manager. Strumento di comunicazione non a cadenza fissa, ma on demand, "ManagerNews" si è dimostrato un mezzo molto utile per anticipare e illustrare i principali avvenimenti della vita aziendale ai manager e per responsabilizzarli sul loro ruolo di demoltiplicatore verso i propri collaboratori.

La newsletter quindicinale della Banca "Motore!" è stata invece ancora una volta il principale strumento di aggiornamento su tutte le news della Banca, dando spazio alle notizie provenienti dai Mercati, dalle Funzioni e dalle diverse società del Gruppo con le quali BNL ha portato avanti numerosi progetti di cross selling. I risultati raggiunti dalla Banca, i cambiamenti organizzativi, le sponsorizzazioni, le iniziative legate alla responsabilità sociale e quelle che riguardano la vita dei dipendenti in azienda sono stati solo alcuni dei temi affrontati da questa newsletter che oramai è divenuta un appuntamento fisso di aggiornamento per i tanti lettori on line di BNL.

Non ultimi tra gli strumenti di comunicazione interna che hanno maggiormente contribuito a consolidare il "we-ness" di BNL vanno annoverati gli eventi. La Comunicazione Interna ha infatti promosso in modo sistematico durante tutto il 2008, diverse occasioni di aggregazione tra i dipendenti BNL in una logica di filiera (convention DRP e Giro d'Italia della Divisione Retail and Private; Incontri territoriali della Divisione Corporate), 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 le Convention DRU, Direzione Finanziaria, PAC, IT e Auditing; il Workshop manageriale).

## Relazioni Industriali

Anche il 2008 ha visto le Relazioni Industriali impegnate nella razionalizzazione/integrazione delle attività nell'ambito del modello organizzativo del Gruppo BNPP come indicato dal Piano di Sviluppo 2007-2009.

Sono state pertanto affrontate 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.

Altri motivi di confronto con le OO.SS. sono stati la Sicurezza, la Cassa Sanitaria, gli Esodi e la Formazione.

Con l'accordo sul Premio aziendale, valido sino al 31 dicembre 2010, sono state definite le modalità, individuati i criteri e gli indicatori di riferimento per la sua erogazione.

Riguardo poi le modalità di attribuzione del premio a favore dei dipendenti per il riconoscimento del 25° anno di servizio, il relativo accordo ha confermato quanto previsto negli anni precedenti.

In merito alle operazioni societarie, tutte le fasi delle relative procedure sindacali sono state concluse positivamente con la ratifica finale da parte delle OO.SS..

Come di consueto 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 medesima.

Grande importanza ha rappresentato nel 2008 la chiusura dell'accordo sulla Sicurezza.

A seguito della sua sottoscrizione è stato adottato dalla Banca il Modello per la gestione del rischio degli eventi criminosi sulle dipendenze BNL e la tutela della salute del personale.

Tale Modello, definito ad hoc a seguito di confronti costruttivi tra le parti, permetterà alla Banca di avvalersi di una più corretta pianificazione e gestione del modello di sicurezza degli sportelli, mantenendo un elevato standing di sicurezza per i dipendenti e per i clienti.

Troviamo poi l'accordo con cui sono state definite le norme per la gestione della neonata "Cassa di Assistenza Sanitaria" per il personale appartenente alle Aree Professionali e ai Quadri Direttivi e infine l'accordo sugli esodi a seguito del quale è stato portato a 400 il numero complessivo delle persone che potranno accedere al Fondo di Solidarietà.

Anche nel 2008 quindi importanti risultati sono stati raggiunti grazie al costante confronto e al dialogo costruttivo tra le parti: le corrette relazioni e il lavoro svolto in quest'anno con le OO.SS. hanno consentito alla nostra Banca di intervenire come sempre in maniera puntuale per affrontare le più diverse problematiche.

Questa è quindi la strada virtuosa su cui vogliamo proseguire, certi che la concertazione sia lo strumento più importante a nostra disposizione per affrontare e superare la grande crisi che ci troveremo di fronte nel 2009.

## Fondo di settore del credito per progetti di solidarietà - onlus

I lavoratori BNL potrebbero virtualmente fregiarsi di una "medaglia di bronzo": preceduti - e per ovvi motivi di numerosità di organico - solo da quelli di Intesa San Paolo e di Unicredit Banca, hanno incrementato con un versamento complessivo di 12.684 euro il "Fondo di settore del credito per progetti di solidarietà - onlus" creato due anni fa dall'ABI e dai Sindacati di categoria.

Nel 2008 l'attività del Fondo, al quale hanno aderito 23.500 lavoratrici e lavoratori bancari, pari all'8% della categoria, è proseguita con l'erogazione di una somma pari a 513.500 euro che si aggiunge ai 475.500 euro erogati nel 2007. Nel 2009 è previsto un esborso di 240 mila euro. Il piano di interventi triennale deliberato dal Fondo è complessivamente pari a 1.323.000 euro.

Con questa cifra il comitato di gestione ha scelto di sostenere 11 progetti mirati ad attenuare situazioni di sofferenza e di disagio sociale in tutto il mondo e in particolare: adozioni a distanza in Libano, lotta alla violenza sui bambini di strada nel mondo, programma alimentare ai piccoli affetti da Aids in Guinea, centro antitortura in Colombia, case famiglia - anche per bambini autistici - in Italia. Se al Fondo aderissero tutti i bancari italiani sarebbero disponibili oltre 3,8 mln di euro ogni anno. I fondi sono stati indirizzati ai progetti seguendo 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.

I canali scelti per l'amministrazione e la distribuzione di questi fondi sono le Organizzazioni non governative, in maggioranza italiane, impegnate da anni e con apprezzati risultati nella solidarietà internazionale. Sul sito web del Fondo ([www.prosolidar.eu](http://www.prosolidar.eu)) sono disponibili tutte le informazioni ed i dettagli sui progetti sostenuti e sulle Onlus di riferimento.

## Fondo Pensioni del Personale BNL

"Con l'iniziativa congiunta Banca/Sindacati viene riaffermata con convinzione la vocazione sociale del Fondo Pensioni il cui prioritario obiettivo è quello di garantire l'adeguatezza della pensione dei dipendenti della BNL. Esso rappresenta pertanto un valore che va preservato e difeso non solo dalla Banca e dai Sindacati come hanno dimostrato di fare in tutti questi anni, ma dai lavoratori tutti".

Gianfranco Verzaro  
Presidente Fondo Pensioni BNL

Nato nel 1957 per la lungimirante iniziativa congiunta della BNL e delle Organizzazioni Sindacali, il Fondo Pensioni del Personale BNL si è posto fin dalla sua origine come uno strumento previdenziale integrativo del sistema pensionistico pubblico. Ad avvalorare questa tesi fu stabilito, in aggiunta alla contribuzione del 2% della retribuzione annua lorda presa a base per il calcolo del TFR a carico del personale, un contributo del 4% a carico della Banca, a conferma e consolidamento dell'importanza del ruolo sociale attribuito al Fondo Pensioni.

Per i nuovi aderenti, coloro cioè che si sono iscritti al fondo dopo la legge di Riforma del 28 aprile 1993 il contributo della Banca era del 3,30%.

Ebbene, proprio nell'anno 2008, caratterizzato da una delle più violente crisi finanziarie di tutti i tempi e le cui ripercussioni nell'economia reale e nella vita di tutti i giorni si faranno sentire sicuramente per un periodo non breve, la contribuzione della Banca per i nuovi aderenti è passata dal 1° gennaio 2008 dal 3,30% al 3,50% e dal 1° luglio dal 3,50% al 3,65%. Ed è in programma per fine 2009 il passaggio ad una contribuzione a carico della Banca al 4,00%, cioè un livello pari a quello dei vecchi iscritti.

Per i colleghi assunti con il contratto di apprendistato professionalizzante il contributo aziendale è addirittura dell'11% per i 4 anni di apprendistato e viene portato al 10% nel primo anno di assunzione a tempo indeterminato.

Oltre all'obiettivo prioritario di salvaguardare il mantenimento del potere d'acquisto per i suoi iscritti una volta maturata la pensione, il Fondo si è posto anche un altro importante obiettivo:

diffondere la cultura previdenziale tra le nuove generazioni di colleghi, oggi quanto mai necessaria per guardare al futuro con serenità ma anche con realismo e concretezza, investendo ora nel secondo pilastro previdenziale, consapevoli della sua importanza e insostituibilità.

Iscritti al 31/12/08

- alla sez. A 9.327
- alla sez. B 4.928

Gli Iscritti al Fondo sono 14.255 pari al 98,70% dei dipendenti della BNL.

Per poter offrire agli aderenti un'ampia e variegata gamma di rendite opzionabili, personalizzando le prestazioni alle esigenze di ciascuno e quindi rendendole il più possibile "adeguate", il Fondo ha stipulato una convenzione che consente di optare fra 10 diverse tipologie di rendita (diretta, certa per almeno 5/10 anni, reversibile al 60-80-100%, controassicurata e che raddoppia al compimento del 75° anno d'età) avendo anche la possibilità di scegliere, al momento del pensionamento, il relativo tasso tecnico di rivalutazione. Ad ogni tipologia di rendita è possibile affiancare una copertura assicurativa di tipo "Long Term Care" che permette di assicurarsi contro il rischio futuro di non autosufficienza.

**OBIETTIVO 2009:** Il 2009, oltre naturalmente alle proprie attività istituzionali, vedrà il Fondo impegnato nel sostenere e diffondere la cultura previdenziale. A tal fine i principali obiettivi sono: incontri sul Territorio con i rappresentanti degli iscritti per illustrare loro i risultati della gestione 2008; l'organizzazione di un convegno per discutere e approfondire l'importanza della diversificazione degli investimenti dei Fondi Pensione; un'indagine a campione per conoscere il grado di consapevolezza dell'importanza del nostro Fondo Pensioni; la partecipazione a iniziative culturali quali il master sulla previdenza complementare organizzato dalla MEFOP e dall'Università della Tuscia con una borsa di studio intitolata a Marco Giambarba, Vicepresidente del Fondo prematuramente scomparso nel 2004.

## Collettività

“BNL anche nel 2008 ha continuato a rispondere ai bisogni dei propri stakeholder, forte dell'appartenenza a BNP Paribas, un gruppo internazionale tra i più solidi in Europa, e avendo al contempo una radicata e attiva presenza nel proprio territorio.

I Clienti, sempre più informati ed esigenti, scelgono oggi la propria Banca sulla base del rapporto fiduciario che instaurano con essa; per questo siamo impegnati per diventare una “azienda per la collettività”, improntata all'accessibilità, alla professionalità, al rispetto e alla chiarezza.

In tale contesto l'obiettivo del nostro lavoro di comunicatori è quello di aiutare i nostri stakeholder ad immaginare e costruire, insieme a noi, il loro mondo per essere, sempre di più, il loro interlocutore di riferimento”.

Maria Lucia Leva  
Direzione Comunicazione

### BNL per Telethon

La partnership con Telethon è il più importante progetto di solidarietà d'impresa in Italia e in Europa.

La Banca affianca da 17 anni il Comitato Telethon Fondazione Onlus nella raccolta fondi a sostegno della ricerca scientifica sulle malattie genetiche ed ha raccolto in 17 maratone oltre 185 milioni di euro (circa il 50% della raccolta totale), che sono andati interamente a finanziare la ricerca di Telethon.

In questo modo BNL ha contribuito a sostenere 2.141 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 (forma di immunodeficienza congenita) che ha permesso di salvare 12 bambini.

Nella Maratona 2008 la Banca ha raccolto oltre 13 milioni di euro (il 46% del totale Telethon), grazie a oltre 14 mila dipendenti che hanno collaborato all'organizzazione di 2 mila eventi e grazie al contributo di 120 mila clienti donatori, dei quali 100 mila privati e 20 mila tra aziende ed enti pubblici.

Nessuna impresa privata in Europa raggiunge i medesimi traguardi nel fund raising e nel marketing sociale per sostenere una giusta causa.

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 BNL, dopo anni di impegno volontario spontaneo, ha deciso nel 2007 di istituzionalizzare il volontariato come forma di collaborazione alla partnership, riconosciuta e sostenuta dalla Direzione Generale e dalle Organizzazioni Sindacali. Il 2008 ha visto consolidare il modello del volontariato tra i dipendenti con 140 persone candidatesi spontaneamente per gestire le attività di raccolta fondi sul territorio durante tutto l'anno.

Nell'ambito del proprio portafoglio clienti, invece, BNL ha attivato negli anni un vero e proprio Sistema Imprese: un gruppo di oltre 200 aziende donatrici, che condivide la missione di Telethon e finanzia la ricerca in modo consapevole e partecipativo seguendo in prima persona i progetti e monitorando i risultati.

Il Sistema Imprese contribuisce complessivamente alla ricerca corporate di BNL per oltre il 50%, inoltre al suo interno ci sono decine di aziende che saranno protagoniste per tutto il 2009 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 della linea di ricerca sulle distrofie muscolari e dei progetti ad essa afferenti. Si tratta della linea di ricerca storica, sostenuta dalla UILDM, il partner che ha dato il via al progetto Telethon.

Per traguardare un obiettivo così sfidante, la Banca 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 degli uomini e donne BNL che affiancano questo impegno volontario alle proprie attività di business.

Nel 2008, fra le principali iniziative istituzionali, mirate principalmente a rewarding e fidelizzazione dei clienti donatori ricordiamo:

- la presenza, al Festival del Cinema di Taormina (giugno 2008), dei donatori più generosi della Sicilia e Calabria, che sono stati ringraziati personalmente dal management BNL, dai ricercatori e dal Comitato Telethon in un incontro ad essi dedicato;
- gli Incontri con la ricerca: visite dei Top Donor nei centri e laboratori di ricerca Telethon di tutta Italia per toccare con mano l'utilizzo dei fondi nei progetti e i progressi scientifici.

Tra gli oltre 2 mila eventi di raccolta organizzati dalla rete delle Agenzie in tutta Italia, nel corso del 2008 e durante la maratona televisiva, ricordiamo da Nord a Sud: Bari, la "Fiera adotta Telethon", centinaia di iniziative di raccolta all'interno della Fiera del Levante e nella città di Bari; Milano, lo spettacolo di Noa organizzato dalle società del Gruppo BNL; Udine, la Staffetta 24 Ore per Telethon e a Brescia e Rovigo la maratona no stop di nuoto; Vercelli, una città per Telethon con lo spettacolo dei sindaci cantanti; Parma, la cena al buio per sensibilizzare sulla cecità aiutando contemporaneamente la ricerca di Telethon; Firenze, Pompieropoli, percorso educativo per piccoli vigili del fuoco; Roma, il Gran Gala alla BNL di via Veneto e la regata "Sail for Life" al Porto di Fiumicino; 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 paracadutisti, ai bersaglieri.

Nel 2008 inoltre BNL ha affiancato al tradizionale Fondo Etico BNL per Telethon (che devolve il 50% delle commissioni):

- un nuovo bond, l'Obbligazione BNPP DNA, che ha contribuito a Telethon con varie emissioni devolvendo tra l'1% e lo 0,5% del collocato
- la My Cash BNL per Telethon che devolve una quota di 25 o 50 € al momento dell'emissione.

In questo modo, la Banca, rinunciando a parte dei profitti, ha contribuito in maniera diretta alla raccolta, aprendo la strada a una nuova gamma di prodotti socialmente responsabili.

Ancora una volta Telethon e BNL si sono confermati un binomio vincente. Vincente anche sulla grave crisi economica e globale che tutto minaccia, compresa la ricerca scientifica. Dopo ben diciassette anni insieme non c'è dubbio che senza un partner così efficace e determinato la nostra Fondazione non avrebbe mai potuto raggiungere i risultati che ha raggiunto. Sia nella raccolta di fondi, sia nell'avanzamento verso la cura delle malattie genetiche.

Il 2008 è stato un anno veramente difficile e quello in corso non sembra, ad oggi, migliore. Ciò nonostante altri traguardi essenziali sono realmente in vista. Dopo la vittoria definitiva sull'ADA-SCID, gravissima forma di immunodeficienza che colpisce i bambini, altre patologie, rare e meno rare, stanno per essere raggiunte da una cura, grazie ai bravissimi ricercatori che Telethon può finanziare con le donazioni degli italiani; soldi che BNL contribuisce a raccogliere per quasi il 50% del totale.

Telethon in Italia è nato per volontà e in favore della UILDM, l'Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare. Poi ha esteso la sua missione a tutte le altre patologie genetiche. Ma non dobbiamo dimenticare tale origine. Per questo sono veramente contenta del progetto che ora vede BNL e UILDM unirsi per mettere in campo una sinergia diretta tra loro, a vantaggio della ricerca e dell'assistenza sulle distrofie e le altre malattie neuromuscolari. In questo nostro Paese bisogna imparare a fare sistema tra i migliori. Bisogna evitare di continuare a disperdere conoscenze, intuizioni, professionalità e risorse in nome di dannosi particolarismi e di sciocchi protagonismi. Ancora una volta nel nome di Telethon ci si unisce e si dà il meglio che il Paese può e sa offrire. Ne sono fiera, come presidente di questa Fondazione e come italiana.

Usando il merito come unico parametro per affidare compiti e risorse in qualsiasi campo, i risultati non possono non arrivare. Perseguendo la solidarietà come strumento di civiltà un Paese non può che crescere ed essere unito. Infine, privilegiando la lungimiranza e l'impegno a lungo tempo, un investimento non potrà non rendere. Telethon e gli italiani lungimiranti, capaci di solidarietà e che credono nel merito, stanno facendo un investimento in salute, progresso scientifico e valori sociali. Con loro andremo lontani, tra riguardo dopo riguardo. Crisi o non crisi.

Ho un ringraziamento particolare, e non certo di circostanza, per l'impegno espresso in tutti questi anni da BNL e per la sua condivisione di questi valori. Soprattutto voglio dire "grazie" dal cuore ai volontari d'impresa di BNL: per il loro entusiasmo, per il loro esempio sociale e per i risultati che anche questa volta hanno saputo ottenere. Telethon, i tanti nostri ricercatori, i malati che aspettano buone notizie vi sono riconoscenti e vi ammirano.

Ora puntiamo insieme al prossimo successo contro le malattie genetiche.

Susanna Agnelli  
Presidente Telethon

## Tennis: sport per tutti

Si è rafforzato nel 2008 il rapporto tra BNL e il mondo del tennis.

Il tennis è presente nel "codice genetico" di BNP Paribas con un legame tra i più lunghi nella storia dello sport. Presente al Roland Garros sin dal 1973, il Gruppo è attualmente uno dei primi partner del tennis mondiale: Coppa Davis e Fed Cup "by BNP Paribas", BNP Paribas Masters di Parigi, Masters Series di Monte-Carlo. BNP Paribas è inoltre associata a migliaia di manifestazioni tennistiche a tutti i livelli: mondiale, locale, familiare, educativo e sociale.

Entrata a far parte del Gruppo BNP Paribas BNL è diventata sponsor italiano del tennis in tutte le sue manifestazioni.

Dal 2007 è "title sponsor" degli Internazionali BNL di tennis d'Italia maschili (Circuito ATP Masters Series) e femminili (WTA Tour), il torneo di tennis più prestigioso in Italia che si tiene ogni anno a maggio presso il Parco del Foro Italico a Roma.

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, l'organizzazione e la promozione degli incontri organizzati dall'ITF della Davis Cup e Fed Cup by BNP Paribas in Italia.

Nel 2008 BNL è diventata sponsor del FIT Ranking Program, un nuovo sistema di valutazione didattica e di certificazione della qualità dell'apprendimento del tennis varato dalla Federazione Italiana Tennis (FIT).

L'obiettivo di questo programma è quello di rendere l'apprendimento del tennis più moderno e divertente e di monitorare costantemente il livello qualitativo delle scuole italiane.

In linea con lo spirito del gruppo, anche BNL si è posta come partner dell'attività tennistica a 360 gradi, includendo attività di tennis sociale.

Oggi BNL è la Banca italiana del tennis ma è anche la banca ufficiale di Telethon, l'organizzazione senza fini di lucro che ha come obiettivo il finanziamento della ricerca sulle distrofie muscolari e le altre malattie genetiche.

In virtù di questo duplice impegno, BNL ha deciso di coinvolgere il tennis e tutti gli appassionati nella raccolta fondi per Telethon organizzando sin dal 2006 la prima edizione del Telethon del Tennis.

BNL e la Federazione Italiana Tennis anche nel 2008 hanno invitato tutti i circoli italiani affiliati alla FIT ad organizzare presso le proprie strutture un torneo di tennis le cui iscrizioni sono state devolute a Telethon.

In particolare, nel giugno 2008, l'Italia ha ospitato a Cremona con la sponsorizzazione di BNL, i Mondiali Wheelchair 2008 (tennis in carrozzina). La manifestazione ha visto sfidarsi 350 partecipanti da 34 paesi.

Si è rafforzata così, l'immagine di BNL come Banca etica che coniuga i valori dello sport all'impegno nella responsabilità sociale, unica realtà nel settore bancario italiano a sposare la causa dei disabili.

In concomitanza degli Internazionali BNL d'Italia, nei campi laterali, una giornata è stata dedicata ai migliori atleti italiani ed internazionali disabili; i vincitori del torneo di tennis in carrozzina sono stati premiati da BNL.

In Autunno si è svolta a Roma la seconda edizione del Master Wheelchair Trofeo BNL, a cui hanno partecipato i 16 migliori tennisti diversamente abili in Italia nelle tre categorie: Open maschile, Open femminile e Quad. Atleti del calibro di Fabian Mazzei, Giuseppe Polidori, Antonio Raffaele e Mauro Gattelli, già rappresentanti dell'Italia ai giochi paraolimpici di Pechino.

Al termine della cerimonia ufficiale di premiazione, la vincitrice del torneo femminile Marianna Lauro ha depositato nel salvadanaio BNL per Telethon la busta con il 5% del montepremi, donato dai giocatori del Master 2008.

BNL è anche supporter, attraverso il CRAL, dell'attività agonistica del collega Gianluca Giovagnoli, praticante wheelchair tennis da soli quattro anni, che ha già raggiunto buoni livelli nel ranking italiano ed internazionale.

BNL predilige con il tennis un terreno di comunicazione che le consente di affermare la propria identità di grande Banca italiana facente parte di un grande Gruppo internazionale. Il tennis, per BNL, non è soltanto uno sport, ma un insieme di valori, uno stile di vita che rappresentano al meglio il Gruppo: l'entusiasmo unito al rigore, la performance unita al fair play e il desiderio di essere popolare nel rispetto della tradizione e con eleganza.

## Relazioni Istituzionali

“L’attenzione alla cultura, arte musica e cinema, ma anche la valorizzazione del patrimonio artistico della Banca rappresentano, insieme all’attenzione all’attività delle Istituzioni, la modalità con cui BNL sviluppa e valorizza la relazione con il contesto esterno in cui è inserita”.

Anna Boccaccio  
Servizio Relazioni Istituzionali

## Istituzioni

Anche nel 2008 è proseguita l’attività di monitoraggio normativo e di rapporto con le istituzioni che permette non solo di conoscere con tempestività i processi normativi e regolamentari, ma anche di favorire una valutazione delle conseguenze applicative permettendo una tempestiva e corretta applicazione delle norme, oltre ad eventuali possibilità di intervento migliorativo.

Per quanto riguarda l’attività legislativa l’attenzione si è concentrata in particolare sull’iter dei decreti legge relativi a: “Disposizioni per salvaguardare il potere d’acquisto delle famiglie - Rinegoziazione mutui prima casa”; “Ristrutturazione grandi imprese in crisi - Disciplina conti e rapporti dormienti”; decreti cosiddetti “Salva banche e Salva famiglie”; indagini conoscitive sulla crisi finanziaria internazionale, sui rapporti tra banche e imprese e sugli strumenti finanziari derivati.

Particolare attenzione è stata indirizzata alla normativa europea con un attento monitoraggio dei lavori preparatori delle direttive comunitarie oggetto di recepimento da parte del Parlamento italiano: adozione da parte della Commissione Europea di proposte di modifica della Decisione Quadro sul terrorismo e delle Direttive sui requisiti patrimoniali delle banche.

Per quanto riguarda l’attività delle Authority è stata monitorata in particolare l’attività del Garante per la protezione dei dati personali per quanto riguarda il “Codice di deontologia e buona condotta a tutela del sistema bancario e finanziario” e l’ “Autorizzazione al trattamento dei dati sensibili nei rapporti di lavoro”; l’attività della Consob per la disciplina degli emittenti strumenti finanziari; per l’attività dell’Antitrust la commissione di massimo scoperto.

## Associazioni

Anima è un’associazione no profit promossa dall’Unione degli Industriali e delle Imprese di Roma, di cui BNL è socio, che ha l’obiettivo di 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, svolgendo un ruolo cruciale nell’orientamento delle nuove strategie aziendali per le imprese che intendono applicare i principi della responsabilità sociale alla loro attività.

La Banca si è dimostrata inoltre molto sensibile verso eventi socialmente utili, confermando la sua partecipazione a sostegno di iniziative in ambito sociale come il Progetto Muse Roma, teso a favorire l’integrazione dei bambini di diverse etnie in scuole romane con particolare disagio ambientale e sociale.

La Banca ha sponsorizzato l’Associazione Sportiva Auxilium Don Bosco di Torino, che ha come scopo la promozione di attività sportive per favorire l’aggregazione tra i ragazzi le cui condizioni sociali non permetterebbero un impegno continuativo nell’ambito dello sport.

La Banca ha inoltre rinnovato nel 2008 la sua adesione a “I 200 del FAI” (Fondo Ambiente Italiano) associazione non profit che opera a difesa del patrimonio storico e ambientale italiano.

Dal 2008, BNL è inoltre socio di Civita, un'associazione non profit alla quale partecipano oltre centocinquanta imprese, enti pubblici di ricerca e università, che ha come scopo la promozione della cultura attraverso ricerche, convegni, pubblicazioni e progetti.

La Banca aderisce, sin dal 1986, all'Aspen Institute, associazione privata, indipendente, internazionale, apartitica e senza fini di lucro. 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 e il singolo individuo, nell'ambito di quei settori della cultura che maggiormente mirano all'elevazione intellettuale e spirituale dell'uomo.

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

Sempre dal 2003, la Banca fa parte di Astrid, associazione costituita da studiosi, parlamentari, esponenti politici e dirigenti delle pubbliche amministrazioni per lo studio delle riforme istituzionali e amministrative nazionali.

## Attenzione alla cultura

### BNL per il cinema e il teatro

Negli ultimi 70 anni, BNL e il mondo del cinema hanno percorso insieme un lungo cammino durante il quale, con il sostegno economico della Banca, è stato possibile realizzare oltre 5 mila film, molti dei quali hanno fatto la storia del cinema italiano oltre a sostenere le principali manifestazioni di promozione del cinema stesso.

Nel 2008 BNL ha consolidato questo suo legame.

BNL è stata main partner per la terza volta del Festival Internazionale del Film di Roma, uno degli eventi culturali di carattere internazionale di maggiore richiamo nella Capitale, nell'ambito del quale BNL ha consegnato il Premio Marco Aurelio del pubblico e ha offerto il suo sostegno anche alla grande festa popolare dedicata al regista Mario Monicelli e al suo primo documentario "Vicino al Colosseo c'è Monti", proiettato in piazza a Roma.

Sempre nel panorama cinematografico, BNL si è riconfermata main sponsor di due rassegne di cinema indipendente all'interno della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia: Le Giornate degli Autori e la Settimana Internazionale della Critica.

BNL ha inoltre sponsorizzato per la prima volta la quinta edizione del festival "Printemps du Cinema Francais". Nel corso della kermesse, rivolta soprattutto a un cinema giovane, sono stati proiettati in lingua originale alcuni film di autori francesi realizzati negli ultimi due anni. Tra le location della Capitale scelte per le proiezioni ricordiamo Villa Medici, il cinema Embassy, il cinema Farnese e la Sala Trevi.

BNL ha partecipato, ancora in qualità di sponsor, al Capri Film International Forum, che ha tra gli obiettivi principali quello di favorire lo scambio di rapporti tra gli operatori dell'arte cinematografica globale. L'evento è inserito nell'ambito della rassegna cinematografica "Capri, Hollywood", l'appuntamento con il cinema internazionale che si svolge a Capri ormai da tredici anni.

Sempre in ambito cinematografico, ma improntato sulle nuove tecnologie digitali, BNL ha contribuito come main sponsor all'innovativo progetto "Roma Paris in tre minuti". L'iniziativa, che mira a valorizzare giovani registi italo-francesi che lavorano con i nuovi supporti di diffusione dell'immagine, ha coinvolto dieci artisti nella realizzazione di piccoli film mobili della durata massima di tre minuti realizzati con telefoni cellulari e ambientati nello spazio urbano di Roma e Parigi.

Nel mese di giugno, nella cornice del Teatro Antico di Taormina, BNL è stata main sponsor dei Nastri d'Argento, il più antico e prestigioso riconoscimento per il mondo del cinema italiano, promosso dal Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici Italiani.

Per quanto riguarda il Teatro, come Banca co-tesoriera del Comune di Roma, BNL si è riconfermata sponsor della nuova stagione teatrale all'Ambra Jovinelli di Roma, iniziata a ottobre 2008 e che si

protrarrà fino alla primavera 2009. Luogo cult della Capitale, da nove anni ospita spettacoli di artisti capaci di coniugare il genere comico con l'arte della prosa. Sul palcoscenico si sono alternati nomi come Francesca Reggiani, Rosalia Porcaro e Rolando Ravello. Inoltre, per il progetto Teatro e Musica hanno partecipato musicisti come Luis Bacalov e per il Teatro Civile è stata rappresentata l'opera di Roberto Saviano dal titolo Gomorra.

Sempre nello stesso contesto si inserisce lo spettacolo di Gigi Proietti, Di Nuovo Buonasera, presso il Gran Teatro di Roma, che ha ricevuto un grande successo di pubblico.

Tra gli eventi dell'Estate Romana ricordiamo la sponsorizzazione della nuova edizione di Imperatori alla sbarra – Processo a Nerone, di Corrado Augias, alla Basilica di Massenzio. Un vero e proprio processo a uno dei più discussi imperatori della storia di Roma con una rivisitazione storica alla luce dei nostri giorni.

Infine, segnaliamo la sponsorizzazione degli spettacoli teatrali al Silvano Toti Globe Theatre di Villa Borghese, diretto da Gigi Proietti, che ha proposto la rassegna "Shakespeare, amore mio!" con alcune tra le opere più note del grande drammaturgo inglese, tra cui Sogno di una Notte di Mezza Estate, Re Lear, Il Mercante di Venezia e La Commedia degli Errori.

### Scheda BNL per il "Festival Internazionale del Film di Roma"

La grande rassegna cinematografica, giunta alla sua terza edizione, ha consolidato la sua posizione di evento di rilievo nel panorama della cinematografia internazionale divenendo punto di incontro per tutti coloro che amano il cinema: registi, attori, produttori, giornalisti e semplici spettatori.

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.

NUMERI BNL DELL'EDIZIONE 2008	
Spazio BNL allestito all'interno del Villaggio del Cinema	130 mq
Spazio commerciale BNL allestito all'interno del Villaggio del Cinema	25 mq
Visitatori e invitati ospiti allo stand BNL	3.000
Numero totale dei biglietti gestiti	oltre 3.500
Cocktail Party	15
Produzioni cinematografiche ospitate nello stand BNL	3
Numero di operazioni effettuate nei 2 ATM BNL presenti nel Villaggio del Cinema	868
Numero di biglietti emessi con logo BNL come "Main Partner"	115.000
Numero totale di gadget distribuiti durante la manifestazione	1.900
Stampati promo-pubblicitari con presenza del marchio BNL (locandine, flyer, manifesti, programmi, cartoline, totem, striscioni e inviti)	1.071.500
Flyer e locandine BNL distribuite in tutte le agenzie di Roma e provincia	84.000
Affissioni varie con presenza del logo BNL	8.000
Navette bus personalizzate BNL	5
Cataloghi prodotti con pagina pubblicitaria BNL	25.000
Uscite su stampa nazionale e internazionale	101
Proiezioni con sigla iniziale e presenza logo BNL	615
Visitatori del sito Internet e banner BNL	1.115.000
Serata BNL con proiezione riservata del film "The Duchess" a n. 700 ospiti Banca	1

## BNL per la musica

In qualità di Socio Fondatore dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia, BNL oltre ad essere sostenitore di tutta la stagione di musica sinfonica e da camera 2007-2008 ha sponsorizzato due concerti, il primo tratto dal ciclo Progetto Pollini nel quale il celebre Maestro ha eseguito brani di Beethoven, Ravel e Ajtkovskij, e il secondo inserito nel Progetto Scaramuzza diretto da Yuri Temirkanov, con i pianisti di fama internazionale Martha Argerich e Nelson Goerner.

Tra gli eventi musicali più importanti ricordiamo l'ormai tradizionale partecipazione di BNL come main sponsor alla rassegna Maggio dei Monumenti - Maggio della Musica a Napoli che ha previsto una serie di concerti di musica classica nei siti artistico-culturali più prestigiosi della città partenopea, e in particolare la sponsorizzazione in esclusiva del concerto di apertura di Aldo Ciccolini a Castel Sant'Elmo e del concerto dell'Orchestra del Maggio alla Reggia di Capodimonte.

Altro appuntamento con la musica d'autore è il Concerto del FAI (Fondo per l'Ambiente Italiano) che quest'anno ha portato sul palco del Teatro dell'Opera di Roma il cantautore Franco Battiato. Da diversi anni, attraverso questa iniziativa BNL rinnova il suo impegno a favore della tutela del patrimonio naturalistico e culturale italiano.

Ricordiamo inoltre che BNL ha sostenuto la Fondazione San Matteo, in occasione della ricorrenza del sessantesimo Anniversario della Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo, nella realizzazione del concerto della Brandenburgisches Staatsorchester di Francoforte svoltosi in Vaticano alla presenza del Santo Padre.

Nell'ambito delle attività realizzate in collaborazione con la Fondazione BNP Paribas, si segnala lo spettacolo di musica e poesia Il Pellegrino. Il progetto, che ha origine dalla collaborazione tra la Fondazione BNP Paribas e il musicista Jean-Christophe Frisch, ha portato alla scoperta e alla divulgazione dell'opera musicale del compositore romano del 1600 Pietro della Valle. Lo spettacolo, già rappresentato in Francia, è approdato nel settembre del 2008 a Roma per una rappresentazione esclusiva tenutasi a Villa Medici.

Nel mese di luglio, BNL ha inoltre sponsorizzato il Festival Internazionale di Benevento, una manifestazione di musica, teatro, danza e poesia tenutasi nei luoghi artistici più suggestivi del capoluogo sannita che ha visto esibirsi artisti quali Amii Stewart, la PFM e Michele Placido.

La Banca è stata infine sponsor della mostra "Per Verdi. Omaggio a Luciano Pavarotti", che si è svolta a Roma, presso il Museo Nazionale degli Strumenti Musicali. La rassegna ha presentato per la prima volta al pubblico una selezione di strumenti musicali testimoni della propagazione e diffusione della musica verdiana, oltre a costumi e bozzetti di scena. Tre sale sono state dedicate a Luciano Pavarotti, in ricordo dell'amore del tenore per Verdi.

Come Banca co-tesoriera del Comune di Roma, BNL ha sostenuto inoltre come sponsor:

- la Casa del Jazz che, a seguito del restauro, nel corso degli ultimi tre anni è diventata un'apprezzata location romana per gli appassionati della musica Jazz;
- i concerti al Campidoglio di The Idan Project, uno dei più acclamati gruppi di world music di fama internazionale, e il Concerto dell'Orchestra del Maggio Musicale Fiorentino diretto dal Maestro Zubin Mehta, offerti gratuitamente al pubblico;
- Roma, Città Natale della Cultura, la prima edizione della manifestazione che ha proposto, tra i vari eventi programmati nella Capitale nel periodo delle feste natalizie, una serie di concerti non soltanto di musica sacra (Natalis in Urbe e Grande Musica in Chiesa), ma anche canti tradizionali e gospel nelle piazze, nelle gallerie e nelle vie del centro. Da segnalare l'evento inaugurale istituzionale con il concerto del soprano Montserrat Caballé, dal titolo Happy Christmas from... Rome, nella chiesa Santa Maria Madre del Redentore.
- Romarock Festival, nell'ambito dell'Estate Romana, di cui BNL è sponsor da quattro anni. Sul palco dell'Ippodromo Capannelle si sono esibiti artisti italiani e stranieri, tra cui Francesco De Gregori, Fiorella Mannoia, Subsonica, Tokio Hotel e Pino Daniele.

### BNL per l'arte

Nel corso del 2008 BNL ha sponsorizzato innanzitutto due importanti mostre al Palaexpo di Roma: Cina XXI secolo – Arte fra Identità e Trasformazione e il Mito della Velocità – Arte, Motori e Società nell'Italia del '900. La prima ha presentato le opere di alcuni fra i massimi protagonisti dell'arte d'avanguardia cinese, la seconda è stata dedicata al tema dei motori e ai suoi simboli attraverso la storia del nostro Paese.

La Banca ha partecipato, in qualità di main sponsor, alla mostra fotografica di Arturo Gergo "L'immagine della Bellezza", che si è svolta presso il Palazzo Reale di Milano. La rassegna ha proposto circa 350 opere che ripercorrevano l'intera carriera di uno dei protagonisti della fotografia italiana del XX secolo.

Si segnala inoltre l'intervento finalizzato al restauro conservativo delle Scuderie Vecchie di Villa Torlonia, trasformate con il contributo BNL in biblioteca e sala conferenze dell'Accademia Nazionale delle Scienze.

Infine, come Banca co-tesoriera del comune, BNL ha sponsorizzato:

- Musei in Comune, il circuito museale del Comune di Roma a cui aderiscono, tra gli altri, i Musei Capitolini, i Mercati e il Foro di Traiano, il Museo dei Fori Imperiali, il Museo dell'Ara Pacis, il Museo di Roma (Palazzo Braschi), il Museo Barraco, il Planetario e il Museo Astronomico, il Museo Civico di Zoologia. Fra le mostre più importanti ospitate nel 2008 ricordiamo Scipione 1904-1933, Carlo Levi e Roma il Respiro della Città a Villa Torlonia; Ricordi dell'Antico ai Musei Capitolini; Napoleone Fasto Imperiale al Museo Napoleonico; Jean Prouvè e Mimmo Paladino - Brian Eno all'Ara Pacis.
- Giovanni Bellini, una tra le mostre più apprezzate del 2008, con un'esposizione di opere inedite - alle Scuderie del Quirinale - dell'artista del rinascimento veneziano a distanza di sessant'anni dall'ultima retrospettiva monografica.

### BNL per la letteratura

Nell'ambito delle sue iniziative culturali e artistiche, BNL ha sponsorizzato un ciclo di conferenze promosse da Laterza Agorà e patrocinate dal Comune di Firenze denominate Lezioni di Storia. Il programma, articolato in nove lezioni tenute da eminenti storici, ha avuto l'obiettivo di spiegare al pubblico momenti cruciali della storia cittadina, nazionale ed europea, dalla Battaglia di Campaldino (1289) alla Firenze di Don Milani e La Pira (1958).

BNL, in collaborazione con il Centro Einaudi, nel mese di dicembre ha presentato alla stampa l'indagine congiunturale del rapporto sul Risparmio e sui Risparmiatori "Crisi globale, scelte individuali". A venticinque anni di distanza dalla prima edizione, il Rapporto BNL/Centro Einaudi, per la quantità di dati e approfondimenti tematici, continua a rappresentare un importante punto di riferimento per comprendere le dinamiche di evoluzione del risparmio e degli investimenti delle famiglie italiane.

BNL ha partecipato in qualità di main partner ai Nobels Colloquia a Trieste, che hanno avuto come tema "La crisi finanziaria e il post elezioni USA". I Nobels Colloquia nascono nel 2000 da un'idea del Premio Nobel Franco Modigliani con lo scopo di creare un momento d'incontro tra i grandi nomi dell'economia internazionale, coinvolgendo premi Nobel ed economisti di fama mondiale.

In qualità di Banca co-tesoriera del Comune di Roma, BNL ha inoltre partecipato come sponsor per Letterature – 7° Festival Internazionale di Roma, l'evento dedicato ai più importanti autori della scena letteraria internazionale nella suggestiva cornice della Basilica di Massenzio. Tema di questa edizione è stato "Parola, Silenzio", e sono stati gli stessi protagonisti a suggerire il mezzo espressivo che ha introdotto, accompagnato e concluso la lettura dei loro testi inediti.

## Patrimonio artistico

BNL oggi vanta un patrimonio artistico di oltre cinquemila opere, tra cui spiccano capolavori assoluti dell'arte classica e moderna, dalle antiche sculture romane del I° sec. d.C. ai dipinti di Canaletto, Lotto, Spadarino, Baciccio, Afro, Morandi, Schifano, De Chirico fino a opere di giovani autori contemporanei. Negli ultimi anni, la Banca ha deciso di puntare sulla salvaguardia e sulla valorizzazione di questo patrimonio sia attraverso un'opera costante di restauro sia mettendolo a disposizione della collettività attraverso eventi o prestiti.

Anche per il 2008 BNL ha portato avanti l'attività di restauro volta a restituire l'originale splendore alle opere di sua proprietà.

Ben 13 olii tra cui una "Salomè con la testa del Battista" del '600, di Antiveduto Grammatica e due orologi a pendolo d'arte francese del fine XVIII secolo, sono tornati a fare bella mostra di se nelle stanze della Sede della Direzione Generale della Banca. Proprio la "Salomè", insieme ad un pannello esplicativo con le varie fasi del restauro, ha riscosso un notevole successo incuriosendo ed interessando i quasi millecinquecento visitatori affluiti nei locali della Banca, il 4 ottobre, in occasione della settima edizione di "Invito a Palazzo" promossa dall'ABI e a cui BNL aderisce con soddisfazione fin dall'inizio.

Anche quest'anno sono stati numerosi i prestiti di importanti opere che la Banca ha concesso per esposizioni esterne quali: 12 dipinti tra i 54 della collezione "Cinquanta pittori per Roma" per la mostra "Carlo Levi - Roma, il ruggito dei leoni" presso Villa Torlonia; il "Capriccio Architettonico" di Canaletto per la mostra "Canaletto e Bellotto-vedutisti veneziani a confronto" presso la Fondazione Palazzo Bricherasio a Torino; le opere di Afro "Paesaggio Urbano 1" e "Paesaggio Urbano 2" per la mostra "Arte in Italia dal 1950 a oggi" presso il Palazzo della Penna a Perugia; 27 opere di proprietà della Banca esposte in 9 gallerie d'arte baresi in occasione della Fiera del Levante; la collezione "Cinquanta pittori per Roma" esposta integralmente in occasione del MINT 2008-Milano International Antiques and Modern Art Fair a Milano; l' "Orfanella" di Plinio Novellini per la mostra "L'enigma del vero, percorsi del realismo in Italia 1870-1980" presso la Galleria Civica, Palazzo Loffredo a Potenza.

Per quanto riguarda l'Archivio Storico della Banca Nazionale del Lavoro nel 2008 si è proseguita l'attività di conservazione e valorizzazione che viene richiesta in seguito al riconoscimento avvenuto nel 1994 da parte del Ministero dei beni Culturali dell'"interesse storico" di tale archivio.

Così oltre alla tenuta di quelle serie documentali che per il loro contenuto sono da conservare per sempre, sono state realizzate delle raccolte specifiche (fotografie, manifesti, oggettistica, ecc.) quali testimoni dell'evoluzione storica della Banca e sono stati attivati contatti con altri archivi pubblici e privati per una circolazione e messa a disposizione delle informazioni.

L'Archivio Storico di BNL ha infine fornito nel 2008 un importante contributo alla realizzazione della Mostra permanente sul tema del lavoro presente nella sede dell'Unione delle Imprese e delle Industrie di Roma.

## Servizio Studi

"Nostro compito è contribuire allo sforzo di comprensione del cambiamento dello scenario economico per essere di supporto al business della Banca e per promuovere la crescita culturale della nostra comunità aziendale. "

Giovanni Ajassa  
Servizio Studi

Sin dalla sua costituzione nel 1946, obiettivo dell'attività del Servizio Studi di BNL è approfondire la conoscenza dei processi di cambiamento che riguardano l'economia e l'attività bancaria in Italia. L'integrazione nel Gruppo BNP Paribas ha permesso alla funzione di ricerca economica della Banca di conferire una prospettiva autenticamente globale alle analisi compiute sulle questioni italiane traendo vantaggio dall'interazione con le analoghe strutture operanti a Parigi e nelle altre principali realtà operative di BNP Paribas nel Mondo. In questa cornice di riferimento, nel corso del 2008 l'attività del gruppo di economist componenti il Servizio Studi di BNL ha contribuito allo sforzo corale di analisi attuato a livello di Gruppo sui temi dello sviluppo e delle conseguenze della crisi finanziaria ed economica globale. A valle dell'impegno analitico, i risultati delle ricerche hanno rappresentato oggetto di una pluralità di utilizzi. Tra questi: il supporto agli interventi esterni del Vertice della Banca; la partecipazione al dibattito sui media italiani ed internazionali; lo svolgimento di incontri con stakeholder esterni e di presentazioni a clienti a supporto dei business della Banca; l'opera di promozione di una migliore comprensione dei dati e degli aspetti del cambiamento dello scenario economico presso la platea di tutti i colleghi che accedono alle pubblicazioni del Servizio Studi attraverso i canali della comunicazione interna.

**OBIETTIVO 2009:** Per il 2009 intendiamo procedere ulteriormente sul percorso già avviato, consolidando un approccio che vede nell'analisi economica una leva di supporto al business e una componente preziosa per la crescita culturale della compagine aziendale.

## Media Relations

"Le persone del Servizio si impegnano quotidianamente per rendere tempestiva ed efficace la gestione del rapporto con i mezzi di comunicazione, 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 delle prescrizioni degli organi di vigilanza".

Francesco Chiurco  
Servizio Media Relation

### Mission e Organizzazione

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

Il Servizio si è pertanto organizzato in cinque diverse aree di attività:

L'Area Istituzionale 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;

L'Area Progetti di Comunicazione e Sponsorizzazioni promuove e valorizza le attività istituzionali della Banca con lo scopo di dare la più ampia visibilità agli investimenti e alle politiche socio-culturali. Cura, inoltre, la comunicazione con i media relativa a temi di carattere etico e di responsabilità sociale.

L'Area Business - Retail si occupa della valorizzazione sui media delle strategie di marketing e delle attività commerciali verso privati e famiglie, imprese e piccoli operatori economici, condotte dalla

Banca e dalle società del Gruppo BNP Paribas in Italia. Cura, inoltre, la divulgazione di studi e analisi macroeconomiche e finanziarie allo scopo di consolidare il ruolo di opinion leader di BNL e del Gruppo.

L'Area Business - Corporate e CIB supporta l'attività della divisione Corporate di BNL e del Corporate & Investment Banking di BNP Paribas in Italia, al fine di informare i clienti e valorizzare sui media strategie, prodotti, servizi, iniziative ed eventi legati al marketing e alle politiche commerciali;

L'Area di 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.

### Attività e Strumenti

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. Sul sito [bnl.it](http://bnl.it) è stata dedicata ai giornalisti un'area - Press Room - in cui è possibile trovare le principali informazioni relative a BNL e al Gruppo BNP Paribas. Sulla Press Room, oltre ai Comunicati Stampa, sono chiaramente indicati i contatti dei referenti per le specifiche aree di attività e un indirizzo e-mail generale - [press.bnl@bnlmail.com](mailto: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.

In stretto coordinamento con 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.

Significativa poi è la partecipazione a progetti di comunicazione e di marketing svolti insieme alle diverse funzioni della Banca e del Gruppo.

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.

### Consuntivo 2008

Il 2008 è stato caratterizzato da un'intensa attività volta a sostenere il business e il brand, contribuendo, da una parte, a valorizzare sui media la conoscenza dei prodotti e dei servizi offerti e, dall'altra, a consolidare, in un momento di grandi cambiamenti economici, l'immagine di solidità e leadership del Gruppo BNP Paribas e di BNL.

Importante è stato inoltre il lavoro svolto per valorizzare i risultati e il positivo sviluppo delle attività di BNL e del Gruppo, nonché il processo di riorganizzazione e le nomine del top management.

In particolare, la comunicazione di business ha valorizzato le iniziative nate per rispondere alle sempre più diversificate esigenze delle famiglie e dei privati (come ad es. prodotti di finanziamento per la rinegoziazione e la surroga, prestiti per i giovani, finanziamenti ecosostenibili) e delle imprese (come il sostegno al credito e allo sviluppo delle PMI (con, ad esempio, il rilancio di Artigiancassa) e al processo di internazionalizzazione delle aziende). Grande attenzione è stata data anche a temi legati al risparmio e alla gestione degli investimenti. A livello territoriale è stata attuata un'importante comunicazione sui media locali in occasione delle aperture delle nuove agenzie e di eventi/manifestazioni organizzati sul territorio. Da sottolineare, infine, l'attività di valorizzazione dei grandi progetti istituzionali di BNL legati al Cinema, al Tennis e a Telethon e l'azione svolta sui media per promuovere in Italia l'iniziativa di Gruppo "ACE Manager" rivolta ad un pubblico giovane e internazionale.

## Fondazione BNL

Il 2008 ha rappresentato il terzo anno di attività della Fondazione BNL che nel mese di settembre ha anche ottenuto da parte della Prefettura di Roma il riconoscimento della personalità giuridica, importante traguardo nella legittimazione esterna della Fondazione stessa.

Mantenendo invariato il Fondo di Dotazione di un milione di euro, la Fondazione ha goduto come negli anni precedenti di un Fondo di gestione annuo pari anch'esso ad un milione di euro.

Nel corso dell'anno il totale deliberato è stato pari a 1.128.000 euro per effetto di un "trascinamento" di alcuni progetti dell'anno precedente che hanno trovato definitiva approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione nel 2008.

L'azione della Fondazione si è ancora una volta sviluppata sulle linee già perseguite negli anni precedenti.

Innanzitutto è stata ripetuta l'esperienza di Mano Amica attraverso cui la Fondazione sostiene "come ultima istanza" progetti di solidarietà di Onlus nella cui attività i dipendenti sono stabilmente coinvolti.

Le domande pervenute sono state 44, sostanzialmente in linea con l'edizione precedente, di cui 29 sono state approvate, 7 risultavano non accettabili, mentre 8 che erano carenti di documentazione sono state chiuse per mancanza, ancora dopo diversi mesi, dell'integrazione richiesta. Complessivamente sono stati erogati per il progetto 103.538 euro.

Per il resto gli interventi deliberati hanno sostanzialmente seguito le linee degli anni precedenti con una quota rilevante legata alla ristrutturazione di immobili o locali per l'attività di assistenza a persone in situazione di disagio fisico o economico, a cui si è affiancato l'acquisto di ambulanze e piccoli veicoli per il trasporto di disabili e/o medicinali e a cui si è aggiunto un primo filone di intervento nel tema della sanità.

Una particolare attenzione (327 mila euro di cui circa 13 mila per i bambini del Terzo Mondo) è stata prestata nel 2008 agli interventi a favore dei bambini e dei giovani: malati, disabili o con disagi economici particolarmente importanti.

Si va, ad esempio, dalla ristrutturazione e "adozione" della Sala Comune nella "Nuova Casa di Andrea" di Roma una casa famiglia per bambini malati di leucemia che trascorrono lunghi periodi di cura insieme alle loro famiglie lontano da casa; all'aiuto alla ristrutturazione di un immobile sequestrato alla mafia a Palermo e consegnato alla Fondazione Don Puglisi per sottrarre alla strada i ragazzi del quartiere Brancaccio; ad un aiuto all'ASCE (Associazione Sarda Contro l'Emarginazione) per laboratori interattivi per i bambini di un campo nomadi vicino a Cagliari in modo da sviluppare le loro capacità grafico pittoriche, musicali e canore.

Vale la pena di citare in questo campo anche un progetto che, pur essendo stato deliberato alla fine del 2007, ha visto la sua realizzazione nel 2008. E' il contributo dato dalla Fondazione BNL all'Associazione L'Altra Napoli che cerca di creare, attraverso la ristrutturazione di luoghi della Parrocchia di S. Maria alla Sanità, dei punti di incontro per i giovani di un quartiere particolarmente degradato e ad alto tasso di criminalità.

Restano sempre importanti anche nel 2008 gli interventi a favore della disabilità (166 mila euro). La Fondazione contribuisce al progetto "La casa per tutti" dell'Associazione "Lo spirito di Stella" di Vicenza che si è impegnata nella costruzione di alcune abitazioni totalmente adatte ai disabili motori che escono dall'ospedale, in maniera da costituire una modalità di adattamento loro e dei loro familiari alla nuova condizione e alla verifica delle loro reali esigenze; ma la Fondazione ha contribuito anche alla dotazione informatica per i disabili dell'AREA Onlus di Torino e all'acquisto di un pulmino con elevatore a favore dell'Opera Don Guarella di Roma per il trasporto di persone con problemi motori.

L'attenzione alla tossicodipendenza (150 mila euro) rimane forte con: un intervento a favore della Comunità di S. Patrignano a Rimini attraverso l'acquisto di nuove macchine per il laboratorio di panificazione che può diventare anche un laboratorio per un nuovo mestiere dopo il recupero dalla droga; ma anche un contributo alla ristrutturazione di un immobile del CEIS a Roma per l'accoglienza e la cura dei tossicodipendenti che hanno anche problemi psichiatrici.

L'attenzione al tema sanitario ha assorbito nel 2008 risorse per 285 mila euro di cui 170 mila in senso stretto (dall'acquisto di un cell sorter per l'Istituto Mediterraneo di Ematologia di Roma all'acquisto di una piattaforma ecografica cardiovascolare con cui la Onlus Vivalavita di Roma è in grado di effettuare l'assistenza domiciliare ai malati di sclerosi laterale amiotrofica) e 115 mila euro per mezzi mobili collegati all'attività sanitaria tra cui un pulmino itinerante attrezzato con strumentazione cardiologica per l'Associazione Cardiosalus che permette la prevenzione cardiologica presso le comunità e i luoghi di lavoro.

Un'attenzione infine al problema dell'assistenza agli immigrati è venuta attraverso il sostegno al Centro Astalli di Catania che fornisce accoglienza diurna e notturna agli immigrati stessi.

## Ambiente

“La gestione consapevole dell’impatto ambientale derivante dall’operatività resta una priorità per la Banca che intende proseguire nel 2009 il proprio impegno in questa direzione, puntando in particolare sul risparmio e sull’efficienza energetica attraverso un uso intelligente delle fonti alternative”.

Michele Tarquinio  
Direzione Immobiliare

Il raggiungimento dell’obiettivo di progressiva trasformazione degli impianti di condizionamento e riscaldamento dei locali della Rete e dei palazzi della Direzione Centrale - e di conseguenza quello della riduzione del consumo - costituisce un significativo ed incoraggiante punto di partenza per un rinnovato impegno di attenzione della Banca nei confronti dell’ambiente.

L’insieme delle trasformazioni operate ha apportato - di per sé - un miglioramento dei dati relativi alle emissioni: la riduzione di quelle relative all’uso di gasolio lo testimonia. Tale successo è stato però parzialmente vanificato dall’aumento della potenza energetica che è stato necessario apportare per garantire i livelli di competitività operativa e funzionale delle strutture produttive.

Nel dettaglio è necessario specificare che il consumo di gasolio è passato da 1,248 mln di litri a 0,930 mln di litri; il consumo di metano è passato da 3,1 mln a 4,3 mln di metri cubi; il consumo di carburante relativo al company fleet è sceso da 1.294 migliaia a 1.257 migliaia di litri di gasolio e benzina. Di conseguenza le emissioni di CO2 sono ammontate complessivamente a 72,2 tonnellate contro le 69,1 tonnellate dello scorso anno.

DESCRIZIONE	Consumo totale	Emissioni dirette CO2	Per dipendente
	<b>ANNO 2008</b>		
Gasolio	930,000 lt	2,386 tonn	66,1 lt/anno
	<b>ANNO 2007</b>		
	1.248.315 lt	3,203 tonn	84,7 lt/anno

DESCRIZIONE	Consumo totale	Emissioni dirette CO2	Per dipendente
	<b>ANNO 2008</b>		
Carburante company fleet (benzina, gasolio)	1,257,000 lt	3028 tonn	89,3 lt/anno
	<b>ANNO 2007</b>		
	1.294.000 lt	3117 tonn	89,3 lt/anno

## Energia

Questo consuntivo - che non può essere considerato in linea con gli sforzi e le intenzioni di cura dell'ambiente che fanno parte della tradizione e della convinzione della Banca - ha rappresentato il principale fattore di spinta ad accelerare i progetti di efficienza energetica con il ricorso alle fonti alternative e quelli riguardanti la realizzazione di agenzie ecosostenibili sull'esempio proveniente dalla Capogruppo BNP Paribas.

A quest'ultimo proposito è importante porre in evidenza che verranno realizzati, nella sede romana di via degli Aldobrandeschi 2, impianti fotovoltaici: uno capace di esprimere una potenza energetica pari a 150 KWp e integrato architettonicamente in quanto installato su un parcheggio coperto per 120 posti auto anch'esso in fase di progetto; l'altro, impiantato sul tetto di un edificio, esprimerà una potenza pari a 50 KWp.

Nel quadro del programma "Spirito di innovazione" inizierà da Roma - con un apposito progetto pilota che interesserà l'agenzia numero 70 di via dei Colli Portuensi - la strada della riconversione energetica: essa progressivamente condurrà alla riqualificazione dei punti vendita della Rete che meglio si prestano all'installazione di impianti fotovoltaici e darà impulso alle scelte di green marketing.

Il cliente saprà infatti che nella propria agenzia, a fronte di un investimento che avrà ritorno entro 12 anni, la Banca riuscirà ad evitare in 20 anni l'emissione di 151,96 tonnellate di CO<sub>2</sub>, 0,43 tonnellate di emissioni di NO<sub>x</sub>, 65,82 tonnellate equivalenti di petrolio, 286.184 KWh di produzione energetica derivante dall'elettricità. Di quest'ultima, quella non usata verrà immessa nella rete con i relativi guadagni per la Banca.

	ANNO 2008	Anno 2007
EMISSIONI TOTALI DIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA	10,685 tonn.	9,272 tonn.
EMISSIONI TOTALI INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA	61,600 tonn.	59,830 tonn.
EMISSIONI DI CO <sub>2</sub> IN ATMOSFERA	72,285 tonn.	69,102 tonn.

**OBIETTIVO 2009:** Un ulteriore progetto indirizzato all'efficienza energetica verrà introdotto nella sede di via degli Aldobrandeschi a Roma. Lo scopo è quello di ottimizzare i processi di controllo, remotizzazione nonché di avvio e spegnimento degli impianti attraverso sistemi di automazione che consentiranno la supervisione delle centrali tecnologiche e l'ottimizzazione dei parametri regolati (temperatura, umidità, etc.).

DESCRIZIONE	Consumo totale	Emissioni dirette CO <sub>2</sub>	Per dipendente
<b>ANNO 2008</b>			
Energia elettrica*	112,000,000 KW/h	61,600 tonn	7,693 KWh/anno
<b>ANNO 2007</b>			
	108.781.099 KW/h	59,830 tonn	7,378 KWh/anno

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

## Consumo di carta

Per quanto riguarda la gestione del consumo della carta è stata prediletta dalla Banca la scelta di intensificare l'approvvigionamento di carta riciclata allo scopo di bilanciare al meglio l'aumento dell'uso di carta reso necessario dall'operatività corrente. Ciò in presenza di una costante attenzione ad evitare sprechi che verrà sostenuta con forme di sensibilizzazione al personale concertate con l'unità RSI.

Il consumo di carta riciclata dal 2007 al 2008 è passato da 47,9 a 59,0 tonnellate. Tale aumento concorre a compensare per il 10% l'aumento del consumo complessivo di carta che è salito di 593 tonnellate, dalle 1.415 tonnellate del 2007 alle 2.008 tonnellate del 2008. Proseguendo su tale direttrice si imposta una politica del consumo cartaceo tendente alla progressiva sostituzione della carta normale con quella riciclata.

DESCRIZIONE	Quantità consumata	Quantità per dipendente
	<b>ANNO 2008</b>	
Carta	2,008,000 Kg	142,8 Kg/anno
	<b>ANNO 2007</b>	
	1,415,144 Kg	96,0 Kg/anno

DESCRIZIONE	Quantità (tonnellate)	Quantità per dipendente
	<b>ANNO 2008</b>	
Carta riciclata acquistata	59,000 Kg	4,19 Kg/anno
	<b>ANNO 2007</b>	
	47,936 Kg	3,25 Kg/anno

DESCRIZIONE	Quantità (tonnellate)	Quantità per dipendente
	<b>ANNO 2008</b>	
Forniture toner - cartucce	38,457 n° cartucce	2,7 cartucce/anno
	<b>ANNO 2007</b>	
	31,728 n° cartucce	2,6 cartucce/anno

DESCRIZIONE	Quantità (m <sup>3</sup> )	Quantità per dipendente
	<b>ANNO 2008</b>	
Acqua	589.281	42 m <sup>3</sup> /anno
	<b>ANNO 2007</b>	
	826.024	56 m <sup>3</sup> /anno

# Fornitori

## Politiche degli acquisti

“Il processo di integrazione si è concluso con successo e adesso siamo nella fase di piena operatività.

In quest'anno di grandi turbolenze economiche e di radicale cambiamento del panorama finanziario a livello nazionale ed internazionale, BNL ha raggiunto ottimi risultati grazie all'impegno, alla motivazione, alla creatività e alla grande reattività delle persone che vi lavorano.

Per essere in grado di affrontare una congiuntura economica e finanziaria ancora più difficile è necessario e fondamentale continuare ad investire nelle nostre risorse, nell'IT e nella struttura immobiliare della nostra rete: l'obiettivo principale rimane il miglioramento dell'efficacia della nostra gestione a vantaggio del servizio offerto ai nostri clienti.

Solo così BNL sarà la “Banca per un mondo che cambia”.

Jean-Paul Sabet e Gilles Cordesse  
Direzione Operativa

La politica di acquisto della Banca è ispirata ai principi di trasparenza, correttezza e collaborazione.

La trasparenza è garantita attraverso l'adozione di regole e meccanismi predeterminati di selezione e gestione dei fornitori. La correttezza è intesa come rifiuto di ogni discriminazione e come assunzione e utilizzo di criteri di selezione e valutazione meritocratici. La collaborazione è considerata come continuo miglioramento dei rapporti con i fornitori al fine di instaurare con essi relazioni sinergiche, cooperative ed efficienti.

L'adesione a tali principi è assicurata da comportamenti, processi e procedure che disciplinano le gare, le trattative e la stipula di contratti, dal controllo sui beni e servizi erogati ed infine da sistemi interni, primo fra tutti l'Albo Fornitori.

## Qualificazione fornitori

La qualificazione dei fornitori in Albo è governata da regole e meccanismi predeterminati. Al momento della certificazione in Albo per ogni fornitore si acquisiscono, anche avvalendosi di società di rating, informazioni di natura tecnica, economica, patrimoniale nonché le certificazioni di qualità, ambientali e sul rispetto dei diritti umani. Per tutti i fornitori certificati viene monitorata la qualità del servizio offerto alla Banca e con periodicità che varia in funzione del coinvolgimento economico della Banca con il fornitore viene aggiornata la documentazione relativa, comprese le certificazioni di qualità, ambientali e sul rispetto dei diritti umani.

## NUMERO FORNITORI

IMPORTO	2006		2007		2008	
	N° Fornitori	%	N° Fornitori	%	N° Fornitori	%
fino a 100.000 €	8.754	92,5	8.645	92,8	8.830	93,0
da 100.001 a 500.000 €	513	5,4	471	5,1	454	4,8
da 500.001 a 1.000.000 €	78	0,8	92	1,0	89	0,9
oltre 1.000.000 €	122	1,3	104	1,1	124	1,3
<b>TOTALE</b>	<b>9.467</b>	<b>100,00</b>	<b>9.312</b>	<b>100,00</b>	<b>9.497</b>	<b>100,00</b>

TIPOLOGIA	2006		2007		2008 (****)	
	N° Fornitori	Fatt (*)	N° Fornitori	Fatt (*)	N° Fornitori	Fatt (*)
Spese immobiliari	1.887	122	1.897	152	7.133	333,4
Tecnologie	478	209	529	231	216	66,6
Altri servizi	6.048	231	5.574	242	2.510	215,2
Altro (*)	4.771	302	4.910	206	272	240,8
<b>TOTALE (**)</b>	<b>13.184</b>	<b>864</b>	<b>12.910</b>	<b>831</b>	<b>10.131</b>	<b>856,1</b>

(\*) MC IVA incl.  
(\*\*) Acquisto Oro, competenze anno, oneri vari, etc.  
(\*\*\*) La somma dei fornitori appartenenti alle varie tipologie potrebbe risultare superiore al numero complessivo dei fornitori in quanto alcuni fornitori appartengono a più tipologie  
(\*\*\*\*) Nel corso del 2008 è stata attuata una migliore classificazione delle spese in relazione alla loro natura

E' interesse della Banca privilegiare i fornitori risultati storicamente più competitivi ovvero che dispongono di certificazioni di qualità, ambientali e risultino in regola con il rispetto dei diritti umani. Tali informazioni sono acquisite dall'Albo Fornitori ed aggiornate periodicamente in funzione del coinvolgimento economico della Banca con il fornitore. Ciò consente alla Banca sia di conoscere la attività e i comportamenti dei propri fornitori al fine di privilegiare quelli più meritevoli, sia di sensibilizzare i fornitori stessi al rispetto dei principi di responsabilità sociale. È condizione di esclusione dall'Albo e di risoluzione del contratto/rapporto di lavoro il mancato rispetto da parte dei fornitori del codice etico della Banca.

OBIETTIVO 2009: Sviluppare ulteriormente le attività in tema di responsabilità sociale nell'ambito delle iniziative già intraprese e poste in essere dalla Banca.
---

Il Bilancio della Responsabilità Sociale 2008 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](http://www.bnl.it) e per maggiori informazioni si può scrivere alla casella di posta elettronica:

[responsabilitasociale@bnlmail.com](mailto:responsabilitasociale@bnlmail.com)

o via posta, scrivendo a:

Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. Gruppo BNP Paribas  
Direzione Risorse Umane  
Responsabilità Sociale d'Impresa  
Via San Nicola da Tolentino, 72 – 00187 Roma