



# BILANCIO DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

2009



**BNL**  
GRUPPO BNP PARIBAS

| La banca per un mondo che cambia

[bnl.it](http://bnl.it)



# **BILANCIO DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE 2009**

DIREZIONE RISORSE UMANE  
RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA  
[responsabilitasociale@bnlmail.com](mailto:responsabilitasociale@bnlmail.com)





# INDICE

Lettera del Presidente .....	01
Lettera dell'Amministratore Delegato .....	02
Identità aziendale .....	04
BNL Oggi .....	04
Contesto di mercato .....	05
Valori del Gruppo .....	06
Responsabilità Sociale e Ambientale di BNP Paribas .....	07
Spirito d'innovazione e qualità .....	08
Assetto Organizzativo .....	08
Redazione del Bilancio .....	14
Metodologia .....	14
Tabella degli indicatori 2009 .....	16
Parere professionale .....	31
Rendiconto .....	33
Valore Aggiunto .....	35
Piramide LBG .....	37
Governance .....	38
Organi Statutari .....	38
Gestione dei rischi .....	39
Compliance e controlli di conformità .....	41
Modello di organizzazione, gestione e controllo .....	42
Conflitti di interesse dei collaboratori .....	42
Policy Fornitori .....	42
Integrità dei mercati e customer suitability .....	42
Antiriciclaggio ed antiterrorismo .....	43
Policy Armamenti ed Embarghi .....	43
Rischi operativi .....	45
Controlli Interni .....	46
Internal Auditing .....	47
Produzione e assistenza commerciale .....	48
Tecnologia Informatica .....	50
Dotazione Hardware e Software per ipovedenti .....	51
Clienti .....	52
Retail & Private .....	52
EduCare .....	54
Prodotti etici .....	55
Sviluppo canali di servizio - Multicanalità .....	55
Ascolto del cliente retail .....	58
Reclami e segnalazioni .....	61
Patti Chiari .....	62
Mercato Corporate .....	64
Ascolto del cliente corporate .....	67



# INDICE

Controversie legali .....	68
Persone .....	70
Composizione organici .....	70
Composizione .....	70
Dinamica organici .....	73
Retribuzione annua lorda uomo/donna .....	74
Turnover .....	75
Incontri con il mercato del lavoro .....	78
Assenze del personale .....	79
Benefit per i dipendenti .....	82
Salute e sicurezza .....	82
Sviluppo delle persone .....	83
Valutazione Professionale .....	83
Pronto Risorse Umane .....	84
Terremoto d'Abruzzo: iniziative a favore del personale .....	85
Diversità .....	86
Pari Opportunità .....	86
Categorie disagiate .....	88
Formazione .....	89
Comunicazione Interna .....	92
Relazioni Industriali .....	94
Fondo Pensioni del Personale BNL .....	96
Collettività .....	98
BNL per Telethon .....	98
New Media .....	100
BNL per lo sport e per il tennis .....	102
Relazioni Istituzionali .....	103
Istituzioni .....	103
Associazioni .....	104
Attenzione alla cultura .....	106
Servizio Studi .....	112
Media Relations .....	113
Fondazione BNL .....	115
Liberalità .....	116
Ambiente .....	117
Consumo di carta e acqua .....	118
Energia .....	119
Fornitori .....	121
Qualificazione fornitori .....	122
Politiche degli acquisti .....	122



## LETTERA DEL PRESIDENTE

Il rendiconto annuale agli stakeholder pubblicato da BNL ripercorre le fasi salienti del cammino compiuto dalla Banca nel 2009. Lo fa assumendo un punto di vista particolare quanto fondamentale nel nostro agire quotidiano: quello dell'etica e della responsabilità.

Il patrimonio etico della nostra banca ha le sue radici in una storia ormai quasi centenaria di esercizio costante di scelte operate a vantaggio del sistema sociale. È un patrimonio storico ed è un patrimonio vivo, che trova applicazione nel presente, improntandosi alla coerenza che discende dal rispettare una medesima lunghezza d'onda "etica" all'esterno e all'interno dell'azienda.

La coerenza consente a BNL di rappresentare un punto di riferimento importante per la clientela, per i dipendenti, per i fornitori, per le imprese e per le famiglie, in un momento ancora assai impegnativo della congiuntura economica.

Non era scontato -desidero sottolinearlo- che in momenti così critici la Banca trovasse la tranquillità, la determinazione, l'energia per abbinare alle attività di business l'attenzione ai programmi di responsabilità sociale innovativi ed ambiziosi, diretti di volta in volta ai dipendenti, ai clienti, all'ambiente, alla collettività nel suo insieme.

Il Bilancio della Responsabilità Sociale approvato dal Consiglio d'Amministrazione rivela appunto che BNL ha centrato questo obiettivo. È importante rimarcare che lo ha fatto perché siamo convinti che soltanto una programmazione continua e coerente di scelte responsabili rappresenta oggi un investimento destinato a garantire nel tempo una crescita virtuosa.

Nell'annuale Forum sulla Responsabilità Sociale d'Impresa, il sistema bancario italiano è stato chiamato a riflettere sull'importanza di inserire il criterio della sostenibilità in ogni singola articolazione dell'operare finanziario e creditizio. Da più voci le banche sono state chiamate a porre in atto comportamenti utili a recuperare una credibilità fortemente messa in discussione.

Trasparenza, comunicazione, governance. In BNL abbiamo condiviso le linee guida di comportamento indicate dal sistema e già testimoniate nel nostro quotidiano operare e apprezzate dal grado di fiducia manifestatoci dai clienti e dagli altri intermediari. Ciò è segno che la reputazione acquisita nel tempo dalla nostra Banca e dal nostro Gruppo è un patrimonio che cresce e che ci esorta a proseguire sulla strada responsabile che percorriamo ogni giorno con rinnovata convinzione.

Luigi Abete

## LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

Esattamente un anno fa il sistema finanziario internazionale era attraversato dalla più violenta crisi degli ultimi cent'anni e le economie erano in caduta libera. Ora ci stiamo dirigendo verso "una nuova normalità", fatta di nuove regole per la finanza e per il settore bancario. In questo momento si rafforza la necessità, in particolar modo per le banche, di avere un rapporto chiaro e trasparente con i propri stakeholder.

Per BNL e per il Gruppo BNP Paribas, l'attenzione dedicata alle tematiche di responsabilità sociale non nasce dai recenti cambiamenti del contesto, ma rappresenta un impegno di medio-lungo periodo che si riflette nel modo in cui interpretiamo il nostro mestiere di banchieri, affiancando i nostri Clienti nella realizzazione dei loro progetti e contribuendo, nel contempo, allo sviluppo della Collettività.

In continuità con quanto realizzato l'anno scorso, il Bilancio Sociale 2009 vuole mettere in primo piano le donne e gli uomini di BNL e il loro impegno quotidiano per svolgere la loro attività con professionalità e con spirito di innovazione, che la Banca valorizza ed incoraggia attraverso un premio annuale, e che consentono di raggiungere, anche in un anno caratterizzato da debolezza economica, risultati di rilievo in tutti gli ambiti, verso i Clienti, le Persone, la Collettività, l'Ambiente.

Numerose sono state le iniziative per rendere sempre più stretto il rapporto con i nostri Clienti. Nel corso del 2009 BNL ha accelerato il piano di apertura di nuove Agenzie rafforzando il legame con le realtà locali. Inoltre, sono state ampliate le occasioni di incontro con i consumatori grazie ad EduCare, un programma di seminari informativi gratuiti, nato dalla convinzione che le banche svolgono un ruolo fondamentale nello sviluppo della cultura finanziaria. I corsi, organizzati all'interno delle Agenzie, vedono la partecipazione attiva dei Colleghi che vi lavorano nell'illustrare ai partecipanti gli elementi che consentano loro di effettuare scelte finanziarie consapevoli. Infine, BNL è rimasta vicina alle famiglie e alle imprese offrendo loro una serie di prodotti e strumenti per superare le difficoltà della crisi, nel suo momento più grave.

Per quanto riguarda le Persone, BNL ha continuato anche quest'anno ad investire per la loro crescita. Dare a tutti l'opportunità di sviluppare le proprie competenze, valorizzare i risultati e i comportamenti corretti, condividere le best practice: questi sono gli elementi chiave per migliorare la qualità dei servizi offerti, aumentare la soddisfazione interna e favorire una crescita sostenibile della Banca.

L'impegno verso la Collettività si è evidenziato nel grande coinvolgimento interno ed esterno a sostegno di Telethon, un'iniziativa che, in 18 anni di collaborazione, ci ha permesso di raccogliere quasi 200 milioni di euro per la ricerca scientifica sulle malattie genetiche, un traguardo unico in Europa. Lo spirito di solidarietà delle persone di BNL si è tradotto inoltre in una serie di iniziative come quelle a favore delle popolazioni colpite dal terremoto in Abruzzo o come quelle realizzate grazie al ruolo svolto dalla Fondazione BNL. Significativi sotto il profilo sociale e umano si sono rivelati, infine, gli incontri organizzati dal Servizio Studi con studenti, lavoratori ed immigrati per promuovere la cultura economica e finanziaria.

Per l'Ambiente, oltre ad avere proseguito le azioni di riduzione delle inefficienze per proteggere gli investimenti destinati alla crescita, BNL ha inaugurato la prima agenzia bancaria "solare"



in Italia, autosufficiente dal punto di vista energetico, ed avviato un progetto che prevede la donazione di un albero alla Collettività per ogni conto corrente aperto nelle nuove Agenzie: questo ci permetterà di attivare un circuito virtuoso tra Banca e Cliente a vantaggio dell'ambiente e di chi lo vive.

Siamo profondamente convinti che una maggiore sensibilità ai temi sociali, se intesa in termini concreti e declinata con coerenza nelle scelte aziendali, potrà rappresentare un fattore di sviluppo imprescindibile per una banca, come BNL, che vuole crescere in modo solido e duraturo.

Fabio Gallia

# IDENTITÀ AZIENDALE

## BNL Oggi

BNL è uno dei principali gruppi bancari italiani. I suoi 97 anni di storia alle spalle, 14 mila dipendenti circa, la fiducia di 2,5 milioni di clienti privati, di 150 mila clienti business e di 43 mila tra imprese ed enti clienti, fanno di BNL uno dei brand più noti in Italia.

Nel 2006 la Banca è entrata a far parte del Gruppo BNP Paribas, leader europeo nei servizi bancari e finanziari a livello mondiale e una delle sei banche più solide del mondo secondo la valutazione di Standard & Poor's. Il Gruppo è presente in Europa in quattro mercati domestici attraverso la banca retail: Belgio, Francia, Italia e Lussemburgo. BNP Paribas detiene una delle più grandi reti internazionali con una presenza in 84 paesi e un organico di oltre 200 mila collaboratori.

L'ingresso nel Gruppo BNP Paribas ha dato a BNL nuovo slancio competitivo nel mercato italiano e internazionale e una nuova capacità di ampliare l'offerta di prodotti e servizi alla propria clientela. Oggi BNL, a seguito del processo di integrazione che si è concluso nel 2008, presidia l'attività di banca commerciale in Italia.

L'intero Gruppo interpreta nell'attività quotidiana le proprie profonde convinzioni etiche che trovano riscontro sia nella storia delle singole realtà bancarie che ad esso hanno dato origine, sia nelle scelte operative attuali. Così BNL coniuga l'attenzione al business ed il rispetto della mission aziendale con l'adozione di criteri di responsabilità sociale d'impresa.

Con la sottoscrizione del Global Compact, BNL garantisce il rispetto dei dieci principi del protocollo ONU. Sottolinea quindi la propria particolare attenzione ai diritti umani, alla tutela delle garanzie fondamentali sul lavoro, alle esigenze dell'ambiente, alla lotta alla corruzione.

È evidente che la firma da parte di BNL del CCNL del settore creditizio, la sottoscrizione di un Codice Etico aziendale da parte dei dipendenti, la diffusione interna di un Codice di Condotta, la presenza di valori di Gruppo condivisi, la divulgazione partecipata del Bilancio della Responsabilità Sociale presso gli stakeholder, rappresentano ulteriori conferme dell'allineamento della Banca con le norme internazionali che qualificano un'impresa attenta alla sostenibilità.

E ciò vale in primo luogo per gli aspetti concernenti il lavoro minorile, le libertà sindacali e di associazione, il rispetto della salute e sicurezza sul lavoro.

La presenza di BNL nella società italiana si qualifica da sempre per coerenza e serietà, valori che vengono interpretati anche nelle relazioni istituzionali e con le forze politiche, lasciando l'attività di lobbying all'Associazione Bancaria Italiana.





## Contesto di mercato

### Economia mondiale e europea

Il 2009 è stato caratterizzato da una profonda recessione. La forte contrazione dell'attività economica registratasi nei paesi industrializzati, combinandosi con un rallentamento della crescita nelle economie emergenti, ha determinato un arretramento dello sviluppo mondiale, il primo da molti decenni. Nella seconda parte dell'anno l'attività economica ha mostrato segni di ripresa, reagendo positivamente alle politiche di stimolo adottate dai Governi di tutti i principali paesi. Anche nell'area dell'euro l'attività economica ha registrato lo scorso anno una considerevole contrazione (-4% in termini reali). L'intensità della recessione non è stata uniforme tra i principali paesi dell'area, risultando più severa in Germania e in Italia, e più attenuata in Francia. Nella seconda metà dell'anno il Pil relativo all'intera area è tornato a crescere, grazie soprattutto a una dinamica dell'export che ha positivamente riflesso i primi segni di ripresa del ciclo economico internazionale. La dinamica dei prezzi al consumo è rimasta positiva, pur su livelli molto contenuti. Con interventi successivi attuati nei primi cinque mesi dell'anno, la Banca Centrale Europea ha ridotto il tasso di riferimento portandolo dal 2,5% all'1%.

### Economia italiana

Nel 2009 l'attività economica si è contratta bruscamente anche in Italia, con una diminuzione in termini reali del Pil di quasi cinque punti percentuali. La natura globale della recessione ha avuto ripercussioni sulle esportazioni, scese di oltre venti punti percentuali. Il vuoto lasciato dalla domanda estera non è stato colmato da quella interna. Gli investimenti hanno registrato un'ampia flessione. La spesa delle famiglie ha registrato una forte contrazione sia dal lato dei beni di consumo durevoli sia per quanto concerne i beni non durevoli. Ha pesato la persistente debolezza del reddito disponibile e le non favorevoli prospettive del mercato del lavoro. L'occupazione è scesa in misura rilevante e si è ampliato il ricorso alla cassa integrazione guadagni.

### Attività creditizia

In Italia la dinamica dei finanziamenti erogati dal sistema bancario si è gradualmente ridotta nel corso dell'anno parallelamente all'inasprirsi della crisi economica. Una domanda debole e una concessione dei prestiti più prudente hanno trovato riscontro in un andamento particolarmente modesto del credito alle imprese (-1,5% su base annua a dicembre). Per contro, i finanziamenti alle famiglie consumatrici hanno registrato un andamento più favorevole con una crescita a fine anno prossima al 6%, riflesso soprattutto di una ripresa della dinamica dei prestiti per l'acquisto di abitazioni. Il difficile quadro macroeconomico ha negativamente condizionato la rischiosità del credito. Il tasso di decadimento, ovvero il rapporto tra il flusso delle nuove sofferenze e l'ammontare dei prestiti vivi all'inizio dell'anno, è risultato in sensibile peggioramento soprattutto dal lato delle imprese mentre più contenuto è stato il deterioramento nel caso delle famiglie. Dal lato della raccolta, l'accumulazione di risparmio precauzionale ed i bassi rendimenti di attività alternative hanno favorito una robusta crescita dei conti correnti. Ancorché in attenuazione nell'ultima parte dell'anno, vigorosa è risultata anche la dinamica delle obbligazioni bancarie.



## 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.



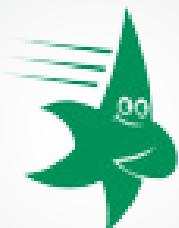
### Ambizione:

- 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 e Ambientale di BNP Paribas

L'esercizio della Responsabilità Sociale e Ambientale, come le performance economiche del Gruppo, sono riconosciute e ripagate dalla fiducia rinnovata dei suoi clienti, azionisti e investitori. Essi costituiscono la base sulla quale si costruisce, ogni giorno e nel tempo, un Gruppo più responsabile sul piano sociale e ambientale. BNP Paribas può assumersi delle responsabilità che vanno al di là delle sue frontiere.

BNP Paribas è la sola banca francese presente dal 2002 senza interruzioni nei 2 indici più autorevoli del mercato degli Investimenti Sociali e Responsabili: il DJSI World et il DJSI Stoxx. Il Gruppo fa anche parte degli altri principali indici di riferimento dello stesso settore: ASPI Eurozone, FTSE-4Good Global 100, FTSE4Good Europe 50, e Ethibel. Sul piano mondiale, BNP Paribas è una delle poche banche che beneficia di questo riconoscimento unanime.

Tre anni dopo il lancio della sua attività di microfinanza internazionale, BNP Paribas prosegue il suo impegno in questa attività che si articola, in Francia e nei Paesi in via di sviluppo, attorno a tre assi complementari: il finanziamento delle Istituzioni di Microfinanza all'Estero (IMF), i fondi di microfinanza e il volontariato di competenze. Nonostante la crisi, BNP Paribas non ha modificato i suoi obiettivi iniziali e finanzia, a fine 2009, 16 partner in 7 paesi stranieri: Messico, Marocco, Mali, Tunisia, Guinea, India e Indonesia. L'esposizione finanziaria erogata è di 50 milioni di euro e i beneficiari sono 315.000 persone, di cui il 94% è composto da donne.

Nel 2009, la Fondazione BNP Paribas ha visto accrescere i suoi mezzi per il sostegno ai creatori, la preservazione del patrimonio culturale e il suo impegno per i ricercatori e le associazioni operanti in favore della salute, della accessibilità al lavoro di persone emarginate, dell'educazione e della cultura. I risultati ottenuti dal Progetto Banlieues, che vede la Fondazione impegnata da 4 anni, sono entusiasmanti. Nel 2009, la Fondazione BNP Paribas ha supportato 104 azioni di sostegno nei quartieri bisognosi, e permesso la creazione di 520 nuove aziende grazie al partenariato con l'Adie. Circa 1.400 bambini in più hanno beneficiato di un accompagnamento scolastico grazie al partenariato con l'Afev.

Per l'impatto ambientale, BNP Paribas è la prima banca che, lanciato il concetto di agenzia Accueil et Service, ha certificato ISO 14001 1.295 agenzie della sua rete in Francia a fine 2009, permettendo di diminuire l'impatto diretto delle attività sull'ambiente, grazie ad una gestione del consumo di carta e rifiuti, ma anche di favorire il risparmio energetico sensibilizzando clienti e collaboratori agli aspetti ambientali. In dicembre 2009, il servizio di tipografia del Gruppo, che realizza più di 30 milioni di stampe all'anno, ha ottenuto la marca Imprim'Vert. Tutte le stampanti utilizzano per tutti i loro tiraggi carta certificata PEFC, Programma di Riconoscimento delle Certificazioni Forestali, e fanno parte del programma di recupero e riciclaggio dove pure le componenti elettroniche sono recuperate.

BNP Paribas Real Estate previene l'impatto delle sue attività sviluppando la norma Alta Qualità Ambientale (HQE) con il Centro Scientifico e Tecnico Edilizio (CSTB) e quest'anno in Francia, 5 progetti in fase di programmazione e 4 progetti in fase di concezione hanno ricevuto la certificazione HQE consegnata da Certivea e certificata da Afnor.

Il percorso di Responsabilità Sociale e Ambientale è riconosciuto dall'insieme degli stakeholder, e considerato dagli impiegati, compresi quelli di Banca Fortis, come una delle leve principali del loro impegno. Questo aspetto fondamentale è condiviso da tutte le componenti del Gruppo senza eccezioni.

## Spirito d'innovazione e qualità

Il Piano di Azione Qualità BNL abbraccia diversi ambiti di attività della Banca tra cui la Divisione Corporate Mercato PA e la Direzione Risorse Umane - Formazione. In particolare nel 2009 il sistema di gestione qualità per i servizi di Tesoreria e Cassa a favore degli enti della Pubblica Amministrazione - il cui obiettivo è tra l'altro quello di monitorare i processi e la qualità del servizio offerto dai colleghi ai clienti sia interni sia esterni - ha ricevuto per la nona volta consecutiva dall'ente di certificazione Det Norske Veritas la conferma di adeguatezza alle norme UNI EN ISO 9001:2008. Stessa valutazione è stata confermata dall'ente di certificazione al processo di Formazione, gestito dalla Direzione Risorse Umane; la qualità del servizio offerto dalla Formazione è da considerarsi un fattore chiave di successo per BNL sia per il contributo all'evoluzione dei ruoli professionali sia per l'impatto sulle risorse più giovani che rappresentano il futuro.

Per quanto riguarda l'altro importante tema dell'innovazione, tre sono stati i momenti salienti che hanno caratterizzato il 2009:

- A giugno si è svolta la consegna del premio Innovazione BNP Paribas al progetto EduCare di BNL per le sue importanti finalità: fornire una corretta educazione finanziaria e informazioni economiche e di servizio ai clienti anche prospect per consentire loro di poter effettuare scelte consapevoli. Il progetto ha consentito alla Banca di presentarsi in modo innovativo al pubblico offrendo un vero e proprio modello di servizio distintivo del Gruppo BNP Paribas rispetto alla concorrenza. In un anno di crisi, innovare in un modo "sostenibile" è stata la risposta di BNL ai dubbi e alle incertezze della clientela.

- A settembre il Team Innovazione - rappresentativo di tutte le Funzioni della Banca - ha lanciato l'iniziativa Vulcano con l'obiettivo di mettere in evidenza - utilizzando i canali di comunicazione interna - i comportamenti e i metodi innovativi messi in atto da colleghi per "contagiare" positivamente il resto della comunità BNL e innescare virtuosi processi di cambiamento. I colleghi vengono intervistati direttamente, senza vincoli di età né di gerarchia, per mettere in luce le loro caratteristiche personali che più hanno contribuito al successo dell'iniziativa alla quale hanno collaborato.

- A ottobre si è svolto a Roma il III Workshop Innovazione dal titolo "l'innovazione siamo noi" che ha coinvolto - insieme al Top Management della Banca - un gruppo rappresentativo di giovani colleghi BNL offrendo loro un'occasione di riflessione in tema di creatività e innovazione; i lavori hanno messo in luce come la motivazione e la soddisfazione dei collaboratori siano un volano formidabile dell'innovazione, evidenziando come ci sia una stretta relazione tra la soddisfazione dei collaboratori e quella dei clienti.

## Assetto Organizzativo

L'assetto organizzativo a fine 2009 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.

Operano quali Linee di Business le seguenti strutture:

- Divisione Retail e Private per il raggiungimento degli obiettivi commerciali, reddituali e di customer satisfaction per la clientela di competenza (Retail e Private), attraverso lo sviluppo e la gestione integrata del portafoglio Clienti, Prodotti e Canali di riferimento. È altresì responsabile del coordinamento della Rete Territoriale di competenza (Direzioni Territoriali Retail) e dello sviluppo delle sinergie con le altre strutture del Gruppo.



- Divisione Corporate per il raggiungimento degli obiettivi commerciali, reddituali e di customer satisfaction per la clientela di competenza (Corporate e Pubblica Amministrazione), attraverso lo sviluppo e la gestione integrata del portafoglio Clienti, Prodotti e Canali di riferimento. È altresì responsabile del coordinamento della Rete Territoriale di competenza (Direzioni Territoriali Corporate) e dello sviluppo delle sinergie con le altre strutture del Gruppo.

- Divisione BNPP-BNL Corporate e Investment Banking per l'attuazione del modello di business globale di corporate investment banking in tutte le linee di attività ed il raggiungimento degli obiettivi commerciali e reddituali e di customer satisfaction definiti per la clientela di competenza. La Divisione riporta gerarchicamente all'Amministratore Delegato della Banca e al Responsabile BNPP Corporate & Investment Banking.

- Investment Solutions Italia per lo sviluppo delle attività di Asset Management e Servizi del Gruppo BNL relazionandosi con le equivalenti linee di business del Gruppo BNP Paribas. Il Responsabile Investment Solutions Italia riporta gerarchicamente all'Amministratore Delegato e al Responsabile BNPP Asset Management & Services.

- Direzione Produzione e Assistenza Commerciale per l'erogazione dei servizi bancari di post vendita per la clientela e di quelli generali per la Banca, garantendo il corretto profilo amministrativo - contabile per gli ambiti di competenza e qualità dei servizi offerti, massimizzandone l'efficienza e l'efficacia. Presidio dei controlli permanenti correlati per gli ambiti di competenza. È altresì responsabile del coordinamento della Rete Territoriale di competenza (GPAC - Gruppi di Agenzie di Produzione e Assistenza Commerciale) e dello sviluppo delle sinergie con le altre strutture del Gruppo. La Direzione opera sotto la supervisione della Direzione Operativa.

Operano quali Funzioni le seguenti strutture:

- Inspection Générale Italia per le attività di revisione interna per il Gruppo finalizzate alla valutazione - tramite controlli periodici - della funzionalità del sistema dei controlli interni. La Direzione riporta gerarchicamente all'Inspection Générale BNP Paribas e funzionalmente all'Amministratore Delegato, al Consiglio di Amministrazione e per esso, al Presidente e al Comitato per il Controllo Interno di BNL.

- Direzione Compliance per l'individuazione, valutazione e monitoraggio del rischio di compliance e il presidio delle relative azioni di mitigazione; per il coordinamento delle attività di controllo permanente, il coordinamento dell'attività di Business Continuity Management ed il presidio del livello di rischiosità dei rischi operativi. La Direzione relaziona periodicamente al Comitato per il Controllo Interno e riporta anche al Consiglio di Amministrazione.

- Direzione Comunicazione per il presidio e lo sviluppo della comunicazione della Banca e il governo di tutti gli strumenti di comunicazione esterna (Brand, pubblicità, merchandising, oggettistica, eventi, sponsorizzazioni, new media) e per il governo e lo sviluppo della comunicazione interna; per il presidio e lo sviluppo delle attività inerenti al mondo della Qualità e dell'Innovazione.

- Direzione Finanziaria per il processo di sviluppo strategico, di pianificazione, di budget e di controllo gestionale del Gruppo BNL; per la tenuta della contabilità generale della Banca e la predisposizione del Bilancio, del Bilancio consolidato e delle informative periodiche obbligatorie; per la supervisione delle Segnalazioni di Vigilanza; per l'ottimizzazione finanziaria e la gestione delle operazioni di natura non ricorrente delle Società partecipate; per la governance della liquidità e l'ottimizzazione dell'ALM; per il presidio fiscale e tributario e per il processo acquisti.

- Direzione Immobiliare per la valorizzazione e utilizzo del patrimonio immobiliare del Gruppo; per la collaborazione al piano di sviluppo dei punti vendita; per il presidio dei servizi immobiliari, di assicurazione, di sicurezza e di prevenzione e protezione. La Direzione opera sotto la supervisione della Direzione Operativa.

- Direzione Operativa per lo sviluppo e il coordinamento delle attività progettuali connesse al miglioramento del sistema dei controlli interni, il monitoraggio e il coordinamento dei progetti trasversali e di integrazione all'interno della Banca ed in ottica di Gruppo, assicurare il legame e l'interfaccia con la Funzione "Information Technologies et Processus" (ITP) del Gruppo BNP Paribas che ha la responsabilità delle attività Efficacia e Processi, IT, Immobiliare e Acquisti della

Capogruppo BNP Paribas.

- Direzione IT, per lo sviluppo e la gestione dei processi e dei sistemi informativi a supporto del business ed in coerenza con le linee guida definite da BNP Paribas. La Direzione opera sotto la supervisione della Direzione Operativa.

- Direzione Legale per l'assistenza e la consulenza legale, il presidio dell'evoluzione della normativa – nazionale e internazionale – nonché per la gestione ed il monitoraggio delle vertenze giudiziali.

- Direzione Rischi per il presidio della gestione e del monitoraggio dei rischi (di credito, di mercato e di ALM) e per il presidio unitario del processo del credito. È altresì responsabile del coordinamento della Rete Territoriale di competenza (Direzioni Territoriali Rischi).

- Direzione Risorse Umane per il presidio dei processi di gestione e sviluppo delle risorse umane, delle politiche retributive e dei benefits, della formazione, della normativa e delle politiche del lavoro; per la definizione e il monitoraggio del piano organici e del budget dei costi risorse umane. Inoltre – a diretto riporto del Presidente del Consiglio di Amministrazione – opera la Segreteria Organi Statutari per gli adempimenti e i rapporti di carattere societario della Banca.

Rientrano tra le Funzioni anche i seguenti Servizi, a riporto, oltre che dell'Amministratore Delegato, anche del Presidente:

- Servizio Relazioni Istituzionali per lo sviluppo delle relazioni pubbliche del Gruppo con gli esponenti del mondo istituzionale, politico, economico, finanziario e culturale italiano; per la comunicazione istituzionale e la gestione del patrimonio artistico e dell'archivio storico BNL.

- Servizio Media Relations per il governo delle relazioni con i mezzi di informazione al fine del corretto posizionamento del Gruppo sui media.

- Servizio Studi per il presidio delle analisi/ricerche relative agli scenari macro economici e bancari italiani.

## 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:

- Comitato di Direzione, per il coordinamento sistematico e strutturato tra le Funzioni centrali e il governo delle azioni trasversali necessarie alla realizzazione degli obiettivi strategici definiti;

- Comitato Asset & Liability (cd. ALCO), per la supervisione dell'Asset & Liability Management e la relativa gestione dei rischi;

- Comitato Costi e Investimenti, per la supervisione e la razionalizzazione dei costi e degli investimenti;

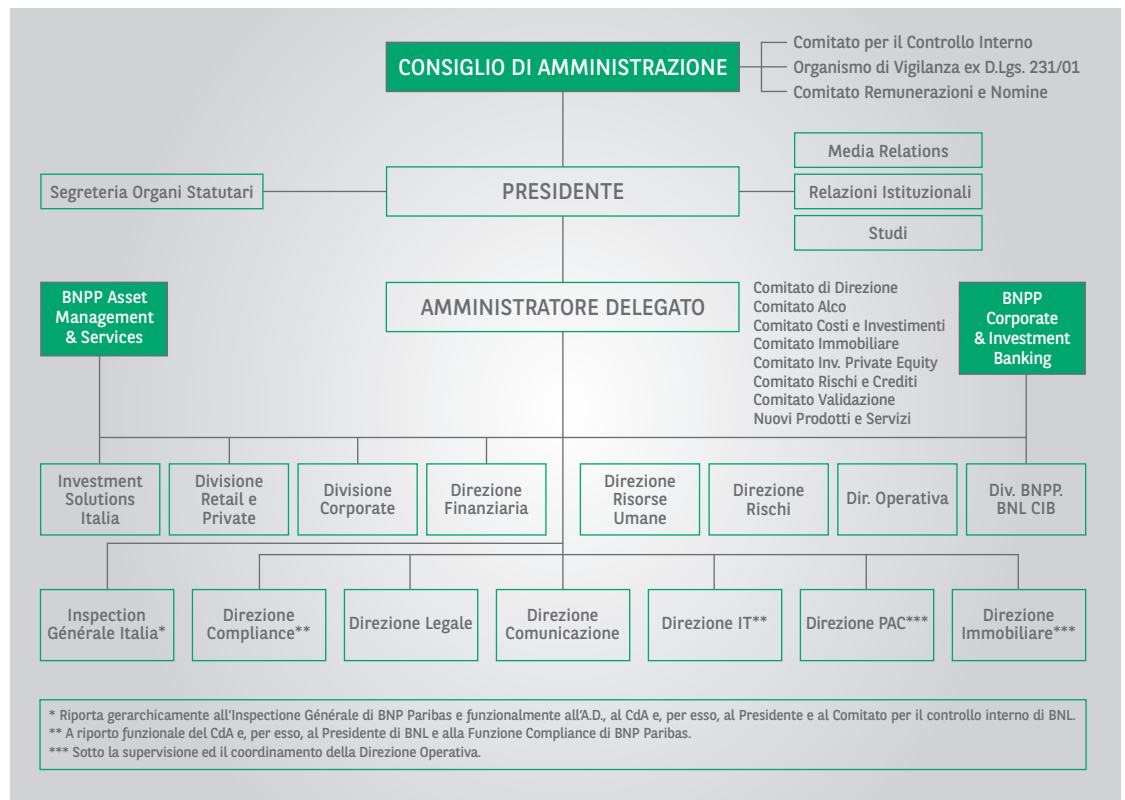
- Comitato Immobiliare, per la supervisione delle attività e dei progetti rilevanti in materia di gestione immobiliare;

- Comitato Rischi e Crediti, per la supervisione in ottica integrata dei rischi ed il governo e l'indirizzo del processo del credito;

- Comitato Investimenti Private Equity, per la supervisione delle operazioni di private equity;

- Comitato validazione nuovi prodotti e servizi, per l'autorizzazione di nuovi prodotti/servizi, convenzioni ed operazioni eccezionali.

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



## 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 responsabilità complessiva della Direzione Territoriale è attribuita al Direttore Territoriale Retail, supportato da strutture di staff per le attività di gestione risorse umane, sviluppo organizzativo, customer satisfaction, controllo di gestione e specifici ruoli di presidio e animazione commerciale.

La Direzione Territoriale Retail è articolata geograficamente in Aree all'interno delle quali operano:

- strutture di gestione risorse umane e supporto, di gestione del credito e di customer satisfaction;



- ruoli specialistici di prodotto, animazione e sviluppo commerciale distinti per filiere (Individuals, Business, Private);

- Punti Vendita specializzati per tipologia di Mercato responsabili del raggiungimento degli obiettivi commerciali, di rischio creditizio e di customer satisfaction sulla clientela di riferimento. Le Agenzie sono a loro volta territorialmente raggruppate in un Distretto.

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. La responsabilità complessiva della Direzione Territoriale è attribuita al Direttore Territoriale Corporate, supportato da strutture di pianificazione e controllo commerciale e specifici ruoli di presidio, animazione commerciale e gestione delle "grandi relazioni".

La Direzione Territoriale Corporate è articolata geograficamente in Centri Affari Territoriali all'interno dei quali operano:

- le Filiali, responsabili del raggiungimento degli obiettivi commerciali, di rischio creditizio e di customer satisfaction sulla clientela di riferimento (Corporate e Pubblica Amministrazione);

- ruoli specialistici di prodotto e sviluppo commerciale;

- strutture di presidio dell'analisi creditizia, degli adempimenti e delle attività di monitoraggio del credito.

- 6 GPAC (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Lazio e Sardegna, Sud, Roma) responsabili del raggiungimento degli obiettivi di efficacia/efficienza delle strutture operative di servizio assegnati, al fine di massimizzare il livello di soddisfazione della clientela esterna/interna, ottimizzare i costi operativi e presidiare i rischi di competenza. La responsabilità complessiva del GPAC è attribuita al Direttore GPAC, supportato da strutture di controllo permanente e rischi operativi e gestione risorse umane e servizi. La filiera di Produzione e Assistenza Commerciale è articolata in Agenzie di Produzione e Assistenza Commerciale per il presidio della corretta ed efficiente esecuzione, delle attività amministrative, specialistiche e contabili relative ai seguenti ambiti di produzione: servizi generali, flussi, prodotti, monetica, titoli, estero, crediti, contact center, commercio internazionale.

- 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, Rischi) e ai Direttori GPAC 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

Nel 2009 la Banca ha mantenuto le aspettative di incremento della sua presenza e radicamento nel territorio nazionale con l'allestimento di 67 nuovi punti vendita (52 attivi al 31 dicembre 2009, 15 nuove agenzie già allestite e che saranno rese operative per la clientela entro il primo trimestre 2010).

I 743 punti vendita dell'anno precedente sono così aumentati di oltre 8 punti percentuali; questo incremento continuerà per tutto il prossimo anno con l'apertura di ulteriori 62 punti vendita e proseguirà con un ritmo di circa 60 nuove aperture/anno fino al 2012.

Il layout di nuova concezione dei punti vendita, sviluppato per sfruttare lo spazio fisico come luogo privilegiato del nuovo modello di relazione del cliente, nel corso del 2010 sarà continuamente innovato con l'introduzione di formati dedicati in relazione alle specificità del bacino servito dal nuovo punto vendita.

Nel corso dell'anno è stato significativo anche l'incremento del livello di automazione delle Agenzie con l'introduzione di oltre 300 macchine di nuova generazione (ATM Multifunction, ovvero "multifunzione") che oltre ai consueti servizi informativi, di pagamento e prelievo consentono di effettuare operazioni di versamento in contante e assegni.

Alla fine del 2009 il complesso del parco macchine è di 1.894 unità, di cui 607 ATM Multifunzione, con un incremento rispetto all'anno precedente di oltre il 24%.

L'investimento sul canale ATM testimonia la volontà della Banca di rendere i suoi punti vendita sempre più accessibili offrendo al cliente una soluzione comoda, veloce, sicura, disponibile 24h/24 come alternativa allo sportello tradizionale che è sempre più orientato verso servizi di natura consulenziale; il canale, alla fine del 2009, è stato inoltre innovato con l'allestimento dei primi sportelli bancomat BNL con accesso al servizio di prelievo e saldo per persone non vedenti o ipovedenti; l'iniziativa si estenderà nel corso del 2010 ad una percentuale significativa degli ATM Multifunzione.



# REDAZIONE DEL BILANCIO



## Metodologia

Con la pubblicazione del suo Bilancio della Responsabilità Sociale, giunto ormai alla sua nona edizione, BNL dà conto delle scelte etiche compiute nell'arco del 2009.

In questo modo la Banca conferma il suo approccio sostenibile alle sfide del nuovo millennio - rese ancora più impellenti dalla crisi economica internazionale che ha colpito i mercati mondiali - convinta del fatto che in ogni crisi ci siano opportunità.

In sinergia con la Capo Gruppo BNP Paribas, che considera la responsabilità sociale un atto di management e la integra nel suo progetto d'impresa, BNL declina il proprio impegno etico con iniziative concrete ispirate alla logica dello sviluppo sostenibile.

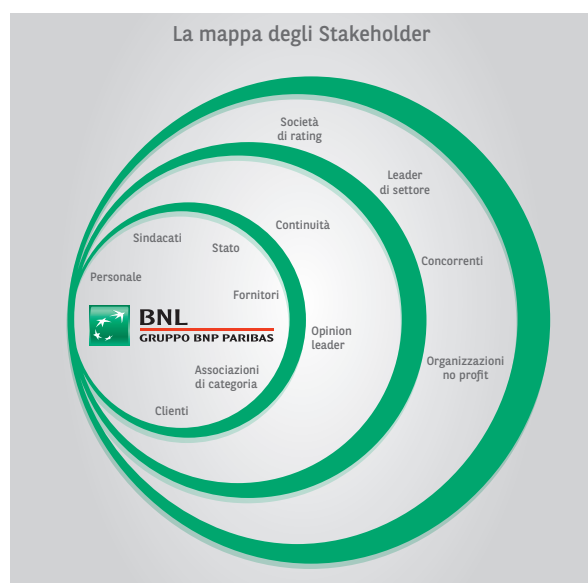
Per quanto riguarda la metodologia seguita per la redazione del Bilancio merita segnalare che è stata completamente rinnovata la formula con cui il rendiconto viene presentato, anche quest'anno in sola versione digitale per dare un significativo segnale di rispetto dell'ambiente attraverso il risparmio di carta.

La consultazione del Bilancio della Responsabilità Sociale è disponibile tramite web sul sito [www.bnl.it](http://www.bnl.it) nell'apposito "vertical portal" dedicato alla RSI e sulla rete intranet della Banca.

La trattazione dei temi essenziali del rendiconto è stata corredata da alcuni video e da diverse fotografie. Nel contempo è stata maggiormente curata la sintesi del documento ufficiale, per renderlo più fruibile e capace di raggiungere tutti gli stakeholder.

BNL adotta anche quest'anno i modelli di rendicontazione suggeriti dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI), dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale (IBS) e dallo standard G3 del Global Reporting Initiative (GRI). Quest'ultimo modello di bilancio sociale, dal 2002 rappresenta uno standard di riferimento riconosciuto a livello mondiale per la redazione dei rendiconti agli stakeholder. A corredo dei testi sono allegate tabelle e istogrammi utili a descrivere i trend operativi ed i progressi compiuti sul piano della responsabilità sociale.

Il modello GRI contiene indicatori di performance che misurano, per l'azienda, la dimensione economica, ambientale e sociale, garantendo la confrontabilità internazionale dei documenti presentati dalle imprese di tutti i settori.



Il nuovo Bilancio della Responsabilità Sociale si differenzia da quello dell'anno precedente anche rispetto a quello che può essere definito il suo principio ispiratore. Mentre il Bilancio 2008 metteva in rilievo l'importanza del commitment etico da parte del management, nel 2009 l'attenzione si è concentrata sul comportamento dei dipendenti e sulle loro azioni socialmente responsabili.

Il focus è stato posto sulle azioni discrezionali più rilevanti sul piano etico. In questo modo si è voluto mettere in risalto come l'opzione sostenibile sia racchiusa nella motivazione etica di ciascuno di noi, applicata nel lavoro quotidiano.

Siamo convinti che solo attraverso una



progressiva presa di consapevolezza a livello micro si possa giungere ad un cambiamento a livello aziendale significativo in termini di comportamenti sostenibili.

Il lavoro di redazione del Bilancio è stato coordinato dall'Unità attiva presso la Direzione Risorse Umane - Relazioni Industriali, Responsabilità Sociale, Normativa e Contenzioso - che ha fornito ai referenti di ogni Direzione, appositamente nominati e sensibilizzati ai temi della RSI, le linee guida e gli indicatori di performance. Essa ha poi omogeneizzato e sistematizzato i contributi provenienti da ciascuna funzione aziendale.

L'opera di sensibilizzazione ai temi di Responsabilità Sociale è partita quest'anno grazie ad una innovativa modalità di rilancio dell'attività del gruppo di lavoro, che si è riunito nel novembre del 2009. Nella riunione sono stati approfonditi da una parte il lavoro svolto dall'ABI in materia di RSI, con particolare enfasi sulla creazione di valore generata dall'inserimento della RSI nei progetti dell'impresa creditizia, dall'altra i 10 principi del Global Compact con un focus specifico sulla creazione del network italiano delle imprese aderenti al protocollo ONU, tra le quali dal 2004 figura BNL.

I responsabili di ogni funzione hanno ribadito l'impostazione etica del lavoro della loro struttura in una dichiarazione diretta ad esplicitare sia la loro convinzione personale, sia l'impegno collettivo della squadra che a loro fa capo. In continuità con l'anno precedente, nel testo vengono menzionati in dettaglio anche gli obiettivi sostenibili per l'anno in corso, che sono evidenziati in corrispondenza delle singole attività.

Il documento, esaminato nel corso di una specifica riunione del Consiglio di Amministrazione, descrive ogni scelta compiuta nel 2009 con l'intenzione di dar conto a clienti, personale, fornitori e collettività delle scelte di sostenibilità della Banca. Esso presenta, tra le altre cose, il nuovo prospetto di determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto suggerito dall'ABI con lettera circolare del 12 marzo 2010.

In tal modo BNL applica nel concreto l'approccio multistakeholder, uno dei pilastri di qualsiasi politica di responsabilità sociale. Quest'ultimo si esplica nel coinvolgimento di tutti i portatori d'interesse coinvolti nel processo, privilegiando un'ottica di trasparenza che soddisfi le esigenze dei vari stakeholder soprattutto nel territorio in cui l'azienda opera e che rappresenta il proprio mercato di riferimento.





## TABELLA DEGLI INDICATORI 2009

Legenda:

- : indicatore coperto totalmente
- ◐ : indicatore coperto parzialmente
- NA: Indicatore non applicabile
- ND: Indicatore non disponibile

### PROFILO Strategia e analisi

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
1.1	Dichiarazione del Presidente e del Direttore Generale	Lettera del Presidente e dell'Amministratore Delegato	●
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi ed opportunità	Dichiarazioni del management Obiettivi 2010	●

### Profilo dell'organizzazione

2.1	Nome dell'organizzazione	Copertina	●
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	Clienti, Educare, Prodotti etici, Sviluppo canali di servizio	●
2.3	Struttura operativa	Assetto Organizzativo	●
2.4	Sede principale	Ultima di copertina	●
2.5	Paesi di operatività	Contesto di mercato	●
2.6	Assetto proprietario e forma legale	Rendiconto, Organi Statutari	●
2.7	Mercati serviti	Mercato Corporate	●
2.8	Dimensione dell'organizzazione (numero di dipendenti; fatturato netto...)	Risultato d'Esercizio, Persone: composizione	●
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario aventi nel periodo di rendicontazione	Risultato d'Esercizio	●
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione	Spirito di innovazione e qualità, Relazioni Industriali; Clienti	●



## PARAMETRI DEL REPORT

## Profilo del Report

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	Risultato d'Esercizio, metodologia	●
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	Metodologia	●
3.3	Periodicità di rendicontazione	Metodologia, Risultato d'Esercizio	●
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	Ultima di copertina	●

## Obiettivo e perimetro del Report

3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report informazioni fornite	Metodologia	●
3.6	Perimetro del report	Metodologia	●
3.7	Dichiarazioni di qualsiasi limitazione specifica dell'ambito o del perimetro del report	Metodologia	●
3.8	Informazioni relative a joint venture, controllate, stabilimenti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o tra organizzazioni	BNL Oggi, Risultato d'Esercizio	●
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo	Risultato d'Esercizio	●
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	Metodologia, Risultato d'Esercizio	●
3.11	Cambiamenti significativi di ambito, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione.	Metodologia, Risultato d'Esercizio	●

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ● : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



## GRI Content Index

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report	Tabella degli indicatori	●

## Attestazione

3.13	Accreditamento del Bilancio	Parere Professionale	●
------	-----------------------------	----------------------	---

GOVERNANCE, IMPEGNI, ENGAGEMENT  
Struttura e governo

4.1	Struttura di governo dell'organizzazione	Assetto Organizzativo, Internal Auditing	●
4.2	Funzioni esecutive del Presidente	Organi Statutari	●
4.3	Indicare il numero di componenti dell'organo di governo che sono indipendenti e/o non esecutivi	Organi Statutari	●
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	Relazioni Industriali	●
4.5	Legame tra i compensi dei componenti del più alto organo di governo e dei senior manager e le performance dell'organizzazione	Organi Statutari	●
4.6	Processi in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse	Organi Statutari, Conflitti di interesse dei collaboratori	●
4.7	Processi per determinare qualifiche e competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia in funzione degli aspetti economici, sociali ed ambientali	Assetto Organizzativo, Organi Statutari	●

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
4.8	Mission, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, ambientali e sociali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	BNL Oggi, Valori del Gruppo, Internal Auditing	●
4.9	Procedure del più alto organo di governo per sovrintendere alle modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti e la conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati	Internal Auditing	●
4.10	Processo per la valutazione delle performance del più alto organo di governo, in particolare rispetto alle performance economiche, ambientali, sociali	Organi Statutari	●

### Impegno in iniziative esterne

4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Compliance e controlli di conformità, produzione e assistenza commerciale	●
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	BNL Oggi, Metodologia, Internal Auditing	●
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	Associazioni	●

### Coinvolgimento degli stakeholder

4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	Metodologia	●
------	---	-------------	---

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ● : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



## Coinvolgimento degli stakeholder

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	Metodologia, Responsabilità Sociale BNPP	●
4.16	Approccio dell'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipo di attività e per gruppo di stakeholder	Educare, Ascolto del cliente retail, Ascolto del cliente corporate, Patti Chiari, Associazioni, Fornitori	●
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche attraverso il report	Ascolto cliente retail, Ascolto cliente corporate, Reclami e segnalazioni, Patti Chiari, Controversie legali	●

INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA  
ASPETTO: Performance economica

EC1 Core	Valore economico generato e distribuito, includendo ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione	Valore Aggiunto, Risultato d'Esercizio	●
EC2 Core	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	Ambiente	●
EC3 Core	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	Fondo Pensioni del Personale BNL	●
EC4 Core	Finanziamenti significativi ricevuti dal Governo	ND	

Legenda:

● : Indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile





## ASPETTO: Presenza di mercato

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
EC5 Additional	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative	ND	
EC6 Core	Politiche, pratiche e percentuale di spesa verso i fornitori locali presso le principali sedi operative	Valore Aggiunto, Politiche degli acquisti	●
EC7 Core	Procedure di assunzione di persone residenti presso le principali sedi operative e percentuale dei senior manager assunti a livello locale	Dinamica organici	●

## ASPETTO: Impatti economici indiretti

EC8 Core	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente a beneficio del pubblico, attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/ servizi, attività pro bono	Liberalità, Mercato Corporate, Piramide LBG	●
EC9 Additional	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate	Clienti, Educare	●

## INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA

## ASPETTO: Performance economica

EN1 Core	Peso e volume delle materie prime utilizzate	Ambiente	●
EN2 Core	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	Consumo di acqua e carta	●

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ● : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



## ASPETTO: Energia

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
EN3 Core	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	Energia	●
EN4 Core	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	Energia	●
EN5 Additional	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	Ambiente, Fornitori	●
EN6 Additional	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguente riduzione del fabbisogno energetico	Energia, Fornitori	●
EN7 Additional	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	Energia, Fornitori	●

## ASPETTO: Acqua

EN8 Core	Prelievo totale di acqua per fonte	Consumo di acqua e carta	●
EN9 Additional	Fonti idriche significativamente interessate al prelievo di acqua	ND	
EN10 Additional	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata	ND	

## ASPETTO: Biodiversità

EN11 Core	Localizzazione e dimensione dei terreni posseduti, affittati, o gestiti in aree (o adiacenti ad aree) protette o in aree a elevata biodiversità esterne alle aree protette	NA	
EN12 Core	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree a elevata biodiversità esterne alle aree protette	NA	

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
EN13 Additional	Habitat protetti o ripristinati	NA	
EN14 Additional	Strategie, azioni correnti, piani futuri per gestire gli impatti sulla biodiversità	NA	
EN15 Additional	Numero delle specie elencate nella lista rossa IUCN e nelle liste nazionali delle specie protette che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione, suddivise per livello di rischio di estinzione	NA	

#### ASPETTO: Emissioni, scarichi, rifiuti

EN16 Core	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	Energia	●
EN17 Core	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	Energia	●
EN18 Additional	Iniziative per ridurre l'emissione di gas a effetto serra e risultati raggiunti	Energia, Consumo di acqua e carta, Fornitori	●
EN19 Core	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	Energia	●
EN 20 Core	NOx, SOx e altre emissioni significative nell'area, per tipo e peso	Energia	●
EN21 Core	Acqua totale scaricata, per qualità e destinazione	NA	
EN22 Core	Peso totale dei rifiuti per tipo e per metodo di smaltimento	ND	
EN23 Core	Numero totale e volume di versamenti significativi	NA	
EN24 Additional	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla convenzione di Basilea che sono trasportati, importati esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero	ND	

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
EN25 Additional	Identità, dimensione, stato di salvaguardia e biodiversità della fauna e della flora acquatica e i relativi habitat colpiti in maniera significativa dagli scarichi di acqua e dalle dispersioni provocate dall'organizzazione	NA	

## ASPETTO: Prodotti e servizi

EN26 Core	Iniziative per migliorare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	Ambiente, Fornitori	●
EN27 Core	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria	NA	

## ASPETTO: Conformità (Compliance)

EN28 Core	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto ai regolamenti e leggi in materia ambientale	ND	
--------------	--	----	--

## ASPETTO: Trasporti

EN29 Additional	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	Fornitori	●
--------------------	---	-----------	---

## ASPETTO: Generale

EN30 Additional	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivisione per tipo	Valore Aggiunto	●
--------------------	---	-----------------	---

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ● : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



## INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE

## ASPETTO: Occupazione

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
LA1 Core	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, forma contrattuale e distribuzione territoriale	Composizione organici, Pari opportunità	●
LA2 Core	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso.	Turnover	●
LA3 Additional	Benefit per i lavoratori a tempo pieno, ma non per i lavoratori part-time e a termine, suddivisi per i principali siti produttivi	Benefit per i dipendenti	○
LA4 Core	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	Relazioni Industriali	●
LA5 Core	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti organizzativi, specificando se tale condizione sia inclusa o meno nella contrattazione collettiva	Relazioni Industriali	●
LA6 Additional	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel comitato congiunto manager-lavoratori per la salute e la sicurezza, istituito per controllare e fornire consigli sui programmi di tutela di salute e sicurezza degli addetti	Salute e sicurezza	○
LA7 Core	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 Core	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, Assenze del Personale	○
LA9 Additional	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza	Salute e sicurezza	●
LA10 Core	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori	Formazione, Internal Auditing	●

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
LA11 Additional	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fine delle carriere	Sviluppo delle persone, Valutazione professionale, Internal Auditing	○
LA12 Additional	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni per lo sviluppo della propria carriera	Valutazione professionale, Internal Auditing	●
LA13 Core	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	Composizione, Pari opportunità, Categorie disagiate	●
LA14 Core	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne per ciascuna categoria	Retribuzione annua uomo/donna	●

SOCIETÀ  
ASPETTO: Collettività

S01 Core	Natura, ambito ed efficacia di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni su una determinata comunità, incluse le fasi di inizio di attività, di operatività e di dismissione	Piramide LBG	●
-------------	--	--------------	---

ASPETTO: Corruzione

S02 Core	Percentuale e numeri di divisioni interne analizzate per rischi legati alla corruzione	BNL Oggi	○
S03 Core	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche legate alla corruzione	BNL Oggi	○
S04 Core	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione	BNL Oggi	○

Legenda:

● : Indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



### ASPETTO: Approccio nei confronti di politica/istituzioni

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
S05 Core	Posizioni sulla politica pubblica e lobbying	BNL Oggi	●
S06 Additional	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese	Valore Aggiunto	○

### ASPETTO: Comportamenti anti-concorrenza

S07 Additional	Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche e relative sentenze	Integrità dei mercati e Customer suitability	○
-------------------	---	--	---

### ASPETTO: Conformità

S08 Core	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	Integrità dei mercati e Customer suitability	○
-------------	--	--	---

### PERFORMANCE SUI DIRITTI UMANI

#### ASPETTO: Pratiche di investimento e approvvigionamento

HR1 Core	Percentuale e numero totale di accordi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una valutazione dei diritti umani coinvolti	BNL Oggi	●
HR2 Core	Percentuale dei principali fornitori e appaltatori che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese	BNL Oggi, Fornitori	●

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile





codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
HR3 Additional	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	●

ASPETTO: Non discriminazione

HR4 Core	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	Pari opportunità	●
-------------	--	------------------	---

ASPETTO: Libertà di associazione e contrattazione collettiva

HR5 Core	Identificazione delle attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	BNL Oggi	●
-------------	--	----------	---

ASPETTO: Lavoro minorile

HR6 Core	Identificazione delle operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure prese per contribuire ad eliminare il lavoro minorile	BNL Oggi	●
-------------	---	----------	---

ASPETTO: Lavoro forzato

HR7 Core	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o a cottimo e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione	BNL Oggi	●
-------------	---	----------	---

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile





### ASPETTO: Pratiche di sicurezza

codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
HR8 Additional	Percentuale del personale addetto alla sicurezza che ha ricevuto una formazione sulle procedure e sulle politiche riguardanti diritti umani rilevanti per le attività dell'organizzazione	Formazione	●

### ASPETTO: Diritti delle popolazioni indigene

HR9 Additional	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese	ND	
-------------------	--	----	--

### RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

#### ASPETTO: Salute e sicurezza dei consumatori

PR1 Core	Fasi del ciclo di vita del prodotto/ servizio per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono presi in considerazione per promuovere il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure	Ascolto del cliente retail	●
PR2 Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità con i regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita	ND	

### ASPETTO: Prodotti e servizi - etichettatura

PR3 Core	Tipo di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativamente soggetti a tali requisiti informativi	Retail&Private	●
-------------	--	----------------	---

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



codice G3	contenuto	sezioni del bilancio	
PR4 Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di anomalie e di incidenti dovuti a non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi	Reclami e segnalazioni	●
PR5 Additional	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	Sviluppo canali di servizio-multicanalità, Fornitori	●

#### ASPETTO: Marketing communication

PR6 Core	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	Collettività	●
PR7 Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione	Ascolto del cliente retail	●

#### ASPETTO: Rispetto della privacy

PR8 Additional	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy dei consumatori e la perdita dei dati dei consumatori	ND	
-------------------	---	----	--

#### ASPETTO: Conformità (Compliance)

PR9 Core	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	Compliance e sistemi di controllo	●
-------------	---	-----------------------------------	---

Legenda:

● : indicatore coperto totalmente - ○ : indicatore coperto parzialmente - NA: Indicatore non applicabile - ND: Indicatore non disponibile



# PARERE PROFESSIONALE

## Deloitte.

Deloitte & Touche S.p.A.  
Via della Cornicciola, 58/59A  
00135 Roma  
Italia  
Tel. +39 06 367491  
Fax: +39 06 36749282  
www.deloitte.it

### RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

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

1. Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio della responsabilità sociale della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (di seguito la "Banca") al 31 dicembre 2009. La responsabilità della redazione del bilancio della responsabilità sociale in conformità alle linee guida previste dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI) e alle "Sustainability Reporting Guidelines" definite dal GRI - *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "Metodologia", compete agli Amministratori della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., così come la definizione degli obiettivi della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Compete altresì agli Amministratori della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare, così come l'implementazione e il mantenimento di adeguati processi di gestione e di controllo interno relativi ai dati e alle informazioni presentati nel bilancio di sostenibilità. E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base al lavoro svolto.
2. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" ("ISAE 3000"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una limitata sicurezza, inferiore rispetto a una revisione completa, che il bilancio della responsabilità sociale non contenga errori significativi. Un incarico di revisione limitata del bilancio della responsabilità sociale consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio della responsabilità sociale, analisi del bilancio ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze probative ritenute utili. Le procedure effettuate sono riepilogate di seguito:
  - Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nei paragrafi "Rendiconto" e "Valore Aggiunto" del bilancio della responsabilità sociale e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio d'esercizio della Banca al 31 dicembre 2009, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi dell'art. 2409 ter c.c. in data 6 aprile 2010;

Aziende Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Perugia  
Roma Torino Trieste Verona

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20148 Milano  
Capitale Sociale Euro 10.328.220,00 i.r.  
Partita IVA/Codice Fiscale/Pagella delle Imprese Milano n. 33049960166 - R.I.A. Milano n. 1720239

Member of Deloitte Touche Tohmatsu

- Analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel bilancio di sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
  - interviste e discussioni con il personale della Direzione della Banca al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del bilancio della responsabilità 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 della responsabilità sociale;
  - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio della responsabilità sociale, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel bilancio della responsabilità sociale.
- Analisi della conformità delle informazioni qualitative riportate nel bilancio della responsabilità sociale alle linee guida identificate nel paragrafo 1 della presente relazione e della loro coerenza interna;
- Analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti, mediante l'analisi della documentazione esistente;
- Ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Banca, sulla conformità del bilancio della responsabilità 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 l'ISAE 3000, e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione completa.

3. Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio della responsabilità sociale della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. al 31 dicembre 2009 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida identificate nel paragrafo 1 della presente relazione.

Roma, 14 maggio 2010

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

Enrico Pietrarelli  
Socio



## Rendiconto

*“Durante la crisi globale dei mercati finanziari, la completezza e l’affidabilità dell’informazione contabile rappresentano principi cardine per la tutela di tutte le categorie di stakeholder. Nel superamento della crisi, la trasparenza dell’informazione finanziaria contribuisce a ridurre le incertezze e le loro possibili conseguenze negative. Per questi motivi la comunicazione del bilancio riveste grande rilevanza sociale e permette di creare valore per tutti i soggetti interni ed esterni ad esso interessati, direttamente o indirettamente”.*

Angelo Novati  
Direzione Finanziaria

### Risultato d’esercizio e dati patrimoniali

La Banca Nazionale del Lavoro ha chiuso il 2009 con un utile d’esercizio di 223 milioni (76 milioni nel 2008). Hanno contribuito a tale importante risultato le dinamiche registrate da tutti i principali margini reddituali caratteristici che, da un lato, hanno beneficiato della rinnovata capacità di incrementare i ricavi e, dall’altro, dell’ulteriore impulso al miglioramento dell’efficienza operativa, nell’ambito di un attento monitoraggio dei costi.

I principali margini economici intermedi evidenziano un soddisfacente andamento del margine d’interesse, che ha raggiunto 1.924 milioni (1.851 milioni nell’esercizio 2008), riconducibile essenzialmente al lieve miglioramento dello spread e allo sviluppo dell’attività di finanziamento.

Il margine netto dell’attività bancaria, pari a 2.834 milioni (2.756 milioni nell’esercizio 2008), è determinato per il 68% (67% nel 2008) del suo valore dal margine d’interesse, per il 30% (28% nel 2008) dalla contribuzione delle commissioni nette (843 milioni contro 772 milioni nell’esercizio 2008) e per la parte restante (2% contro 5% nel 2008) dal risultato netto dell’operatività finanziaria e degli altri proventi netti di gestione.

Il risultato operativo lordo di gestione registra nell’anno una contribuzione netta positiva pari a 1.135 milioni (824 milioni nell’esercizio 2008).

Il progressivo peggioramento del quadro congiunturale si è riflesso sulla qualità degli attivi e sul conseguente costo del rischio che, nel complesso dell’anno, ha raggiunto 699 milioni (418 milioni nell’esercizio 2008) e ha assorbito circa il 25% (15% nel 2008) del margine netto dell’attività bancaria. Le imposte dirette sono state pari a 230 milioni (212 milioni il dato omogeneo del 2008). Dopo i suddetti oneri per imposte, l’utile netto d’esercizio è risultato, come innanzi detto, pari a 223 milioni.

Dati economici riclassificati

	(milioni di euro)		
	Esercizio 2009	Esercizio 2008	Var %
<b>Margine d’interesse</b>	<b>1.924</b>	<b>1.851</b>	<b>4</b>
<b>Margine netto dell’attività bancaria</b>	<b>2.834</b>	<b>2.756</b>	<b>3</b>
<b>Risultato operativo lordo</b>	<b>1.135</b>	<b>824</b>	<b>38</b>
Costo del rischio	(699)	(418)	67
Imposte dirette	(230)	(212)	8
<b>Utile d’esercizio</b>	<b>223</b>	<b>76</b>	<b>193</b>

Dal lato delle grandezze patrimoniali, i crediti verso clientela, al netto delle rettifiche di valore, hanno raggiunto 68,3 miliardi (66,2 miliardi al 31 dicembre 2008) ed evidenziano un tasso di crescita del 3,2%.

La raccolta diretta da clientela, pari a 51,3 miliardi (55,8 miliardi al 31 dicembre 2008), mostra un grado di copertura dell'attività di prestito a clientela ordinaria del 75%, la differenza è stata colmata ricorrendo ad operazioni di finanziamento con la Capogruppo BNP.

Il patrimonio netto, comprensivo dell'utile d'esercizio di 223 milioni, si colloca a 5.103 milioni (4.712 milioni al 31 dicembre 2008).

## Dati patrimoniali

	<i>(milioni di euro)</i>		
	31/12/2009	31/12/2008	Var %
Crediti verso clientela	68.340	66.235	+ 3,2
Attività finanziarie di negoziazione e disponibili per la vendita	6.451	6.068	+ 6,3
Raccolta da clientela <sup>(1)</sup>	51.349	55.843	- 8,0
Patrimonio netto	5.103	4.712	+ 8,3

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

Al 31 dicembre 2009 il livello di patrimonializzazione, ai fini di vigilanza, è pari al 10% per il Tier 1 ratio (9,6% al 31/12/2008) e al 14,1% per il Total risk ratio (14,6% al 31/12/2008).

Struttura patrimoniale  
Indicatori di patrimonializzazione

	<i>(milioni di euro)</i>		
	31/12/2009	31/12/2008	Var %
Patrimonio di vigilanza di base (Tier 1 capital)	4.854	4.472	8,5
Patrimonio di vigilanza	6.853	6.810	0,6
Attività a rischio ponderate (RWA) <sup>(*)</sup>	48.751	46.511	4,6
Tier 1 ratio %	10,0	9,6	3,7
Total risk ratio %	14,1	14,6	-3,8

*(\*) Le attività di rischio ponderate (RWA) rappresentano il prodotto fra il totale dei requisiti prudenziali, ridotti del 25% quale Banca appartenente ad un Gruppo bancario italiano, e 12,5 (inverso del coefficiente minimo obbligatorio pari all'8%) come da circ. Banca d'Italia n. 262/2005 1° agg. 18/11/2009. Il confronto con i dati relativi al 31/12/2008 è stato reso omogeneo.*



## Valore Aggiunto

### Determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto

In un anno in cui la redditività del sistema bancario italiano ed europeo è diminuita notevolmente, BNL, pur risentendo anch'essa degli effetti recessivi della grave crisi economica, ha mostrato nell'esercizio 2009 una sostanziale tenuta dei principali risultati di gestione.

Il valore economico generato dall'attività complessiva della Banca nell'esercizio di riferimento si è attestato a 2.148,4 milioni.

Sotto l'aspetto metodologico, la determinazione del Valore Aggiunto o "Prodotto Sociale" dell'impresa si è avvalsa del nuovo processo di rendicontazione per il 2009 messo a disposizione delle banche dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI). I dati necessari alla sua determinazione sono estratti direttamente dal Bilancio individuale d'esercizio, disciplinato dalla circolare della Banca d'Italia n. 262 del 2005 e successivi aggiornamenti.

I passaggi fondamentali del processo di rendicontazione partono da una riclassificazione del conto economico obbligatorio al fine di pervenire alla formazione del Valore Aggiunto e alla sua ripartizione ai diversi stakeholder della Banca, nonché alla determinazione della parte trattenuta per potenziare le prospettive di sviluppo.

L'informazione sul Valore Aggiunto esprime pertanto una grandezza monetaria sintetica che può considerarsi l'anello di congiunzione tra i dati economici e il rendiconto con gli interlocutori interni ed esterni con i quali la Banca si relaziona, nella consapevolezza tuttavia che l'effettivo Valore Aggiunto generato non emerge soltanto dal prospetto economico-patrimoniale, ma comprende anche aspetti di natura qualitativa, sociale ed ambientale, che sfuggono alla possibilità di misurazione contabile.

Di questi elementi qualitativi si tiene comunque conto, nel presente documento, nei capitoli relativi alle politiche sociali e ambientali, descritte in relazione all'impatto nei confronti dei vari stakeholder.

Come riportato nel prospetto seguente, il totale del valore economico generato nell'esercizio 2009, pari come già detto a 2.148,4 milioni, è stato così distribuito tra le diverse categorie di stakeholder, interni ed esterni alla Banca:

- il 46,3% ai dipendenti, sotto forma di retribuzioni, contributi sociali, trattamento di fine rapporto, trattamento di quiescenza, ecc;
- il 25,1% ai fornitori di beni e servizi per il sostegno dell'attività dell'impresa, con l'obiettivo principale di migliorarne l'efficienza a vantaggio del servizio offerto alla clientela retail e corporate;
- il 18,6% al settore pubblico, centrale e periferico, sotto forma di tasse e imposte, dirette, indirette e patrimoniali di pertinenza dello Stato, delle Regioni e dei Comuni;
- lo 0,6% è stato destinato alla collettività oppure a tutela dell'ambiente mediante la partecipazione ad iniziative di natura sociale, culturale, sportiva, scientifica e ambientale.

L'incremento percentuale rispetto allo scorso anno nella distribuzione al "mondo del sociale" del Valore Aggiunto generato dalla Banca è ascrivibile sostanzialmente al maggior impegno nelle relazioni istituzionali e alla valorizzazione delle iniziative in campo sportivo.

L'utile d'esercizio, pari a 223 milioni e al 10,4% del Valore Aggiunto generato nell'anno, è stato completamente trattenuto dalla Banca e destinato, secondo le direttive delle Autorità di Vigilanza, alla formazione di riserve per il rafforzamento della struttura patrimoniale, a presidio della stabilità economica e a sostegno delle opportunità di sviluppo aziendale non appena si ripresenterà una ripresa dell'attività produttiva.



## Prospetto della determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto

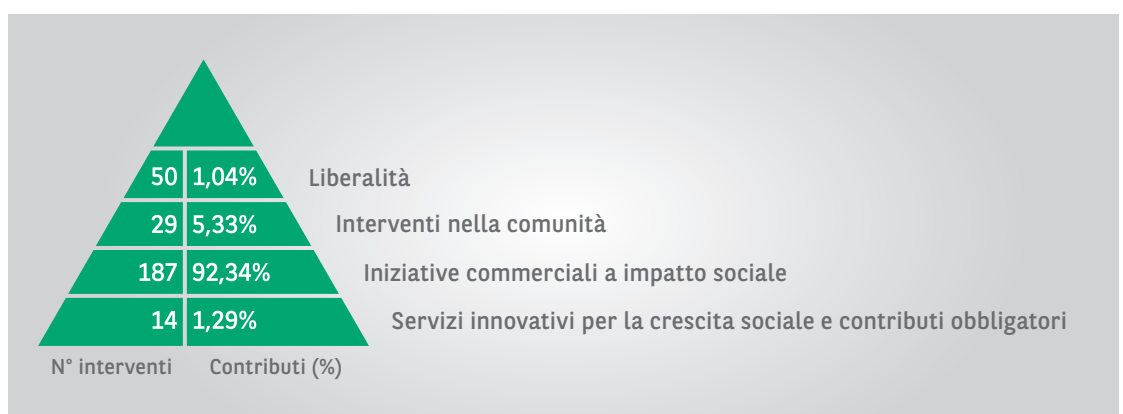
	(euro)
	<b>Esercizio 2009</b>
10. Interessi attivi e proventi assimilati	2.922.485.495
20. Interessi passivi e oneri assimilati	1.098.712.184
40. Commissioni attive	919.453.424
50. Commissioni passive (al netto delle spese per le reti esterne - ad es. agenti, promotori finanziari)	75.788.838
70. Dividendi e proventi simili	5.152.343
80. Risultato netto dell'attività di negoziazione	66.047.691
90. Risultato netto dell'attività di copertura	9.610.306
100. Utili (perdite) da cessione o riacquisto di:	4.750.462
a) crediti	2.701.939
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	2.174.027
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	
d) passività finanziarie	4.222.550
110. Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al fair value	13.022.819
130. Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	597.368.817
a) crediti	568.745.458
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	3.038.801
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	
d) altre operazioni finanziarie	25.584.558
190. Altri oneri/proventi di gestione	10.019.096
210. Utili (perdite) delle partecipazioni (per la quota di "utili/perdite da cessione")	295.000
240. Utili (perdite) da cessione di investimenti	34.763.442
<b>A. TOTALE VALORE ECONOMICO GENERATO</b>	<b>2.148.425.797</b>
150.b Altre spese amministrative (al netto imposte indirette ed elargizioni/liberalità)	539.521.157
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO AI FORNITORI	539.521.157
150.a Spese per il personale (incluse le spese per le reti esterne - ad es. agenti, promotori finanziari)	994.312.281
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO AI DIPENDENTI	994.312.281
Utile attribuito agli Azionisti	
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO AD AZIONISTI	





(euro)	
<b>Esercizio 2009</b>	
150.b Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse	38.387.000
260. Imposte sul reddito dell'esercizio (per la quota relativa alle imposte correnti, alle variazioni delle imposte correnti dei precedenti esercizi e alla riduzione delle imposte correnti dell'esercizio)	361.422.013
<b>VALORE ECONOMICO DISTR. AMMINISTRAZIONE CENTRALE E PERIFERICA</b>	<b>399.809.013</b>
150.b Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità	13.453.808
Utile assegnato al fondo di beneficenza	
<b>VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO A COLLETTIVITÀ E AMBIENTE</b>	<b>13.453.808</b>
<b>B. TOTALE VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO</b>	<b>1.947.096.259</b>
160. Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	4.906.899
170. Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali	57.230.378
180. Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali	48.736.327
210. Utili (perdite) delle partecipazioni (per la quota componente valutativa: "svalutazioni/rivalutazioni", "rettifiche di valore da deterioramento/ripreses di valore", "altri oneri e proventi")	1.107.154
220. Risultato netto della valutazione al fair value delle attività materiali e immateriali	
230. Rettifiche di valore dell'avviamento	
260. Imposte sul reddito dell'esercizio (per la quota relativa alla variazione delle imposte anticipate e alla variazione delle imposte differite)	131.346.000
290. Utile destinato a riserve	222.909.088
<b>C. TOTALE VALORE ECONOMICO TRATTENUTO</b>	<b>201.329.538</b>

## Piramide LBG



# GOVERNANCE

## Organi Statutari

*“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 del/i Vice Presidenti) e dei componenti il Collegio Sindacale.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da un numero variabile tra cinque e sedici membri (tredici al 31.12.2009, dodici dei quali non esecutivi, tra i quali sei indipendenti). Il Collegio Sindacale si compone di tre membri effettivi e due supplenti.

Gli amministratori e i sindaci devono possedere i requisiti di onorabilità, professionalità e indipendenza previsti dalle disposizioni in materia e dalle norme statutarie.

Al Presidente ed al Vice Presidente non sono attribuite deleghe operative. Il Consiglio di Amministrazione ha nominato un Amministratore Delegato al quale ha conferito ampi poteri di gestione e di amministrazione della Banca. Ai sensi dell'art.19 dello Statuto, l'Amministratore Delegato svolge anche funzioni di Direttore Generale. È regolarmente osservato il disposto dell'art. 136 del D.Lgs 385/93 relativamente alle obbligazioni degli amministratori e dei sindaci, nel rispetto delle disposizioni della Banca d'Italia in materia. Inoltre, il Consiglio di Amministrazione ha mantenuto nella propria competenza deliberativa esclusiva le operazioni considerate significative per importo o per natura, effettuate con "parti correlate" alla Banca o con società direttamente o indirettamente controllate da queste.

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 Remunerazioni e Nomine 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. Il predetto Organismo è destinatario di segnalazioni da parte di dipendenti e di terzi secondo quanto previsto nel modello di organizzazione, gestione e controllo approvato dal Consiglio di Amministrazione ai sensi del D.Lgs. 231/2001.

I componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale sono destinatari di compensi in misura fissa annua, stabiliti dall'Assemblea. All'Amministratore Delegato/Direttore Generale è attribuito un compenso composto da una quota fissa e una variabile in relazione ai risultati della performance.

Il Consiglio di Amministrazione, ha provveduto, in conformità alle disposizioni dell'art. 154 bis del D.Lgs. 24 febbraio 1998 n. 58. alla nomina del Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari. La Banca – soggetta a direzione e coordinamento dell'azionista unico BNP Paribas – è capogruppo del Gruppo Bancario Banca Nazionale del Lavoro.



## Gestione dei rischi

*"Il presidio del rischio di credito scaturisce da un rapporto leale tra la Banca, le imprese e le famiglie, soprattutto nei momenti di crisi".*

Pierfrancesco Latini  
Direzione Rischi

Nel 2009, la grave crisi economica che è seguita alla crisi finanziaria internazionale dell'anno precedente ha colpito severamente il mercato italiano e ha determinato un aumento generalizzato del rischio di credito per le banche.

In questo difficile contesto, BNL ha riaffermato la necessità di gestire il rischio di credito in modo responsabile, adottando iniziative utili per evitare ad imprese e famiglie ulteriori difficoltà derivanti dalla restrizione del credito.

In particolare, a giugno 2009, allo scopo di gestire in modo personalizzato la clientela che inizia a manifestare difficoltà nel rimborsare i propri debiti, abbiamo attivato un progetto congiunto con la Divisione Retail & Private. L'iniziativa si è concretizzata da parte della Divisione con la creazione delle Agenzie di Negoziazione Amichevole - cosiddette "AGENAM" - già operative presso la Capogruppo BNP Paribas.

Obiettivo principale delle Agenzie di Negoziazione Amichevole è quello di analizzare assieme al cliente i motivi delle irregolarità nei pagamenti e di concordare eventualmente la rimodulazione del finanziamento. Si persegue così il duplice obiettivo di contenere il costo per la Banca dell'eventuale mancato rimborso da parte del cliente e quello, non secondario, del proseguimento della relazione con il cliente, valore centrale dell'attività bancaria.

Nel contempo, la Banca ha proseguito nell'affinamento degli strumenti per la misurazione dei rischi. In particolare, in conformità con il dibattito a livello internazionale sull'esigenza anche sociale di non restringere il credito in periodi di crisi, il processo di stima dei modelli statistici di rating è stato rivisto allo scopo di pervenire ad una valutazione sintetica del merito creditizio che tenga conto del ciclo economico (cosiddetto effetto "through the cycle"), evitando così di risultare eccessivamente severa nei periodi di rallentamento economico.

Nel corso del 2009, per le imprese corporate con fatturato maggiore di 100 milioni di euro, è stata introdotta una valutazione del merito creditizio "su misura" nella quale, oltre ai consueti indici di bilancio, conta in maniera significativa l'opinione del Gestore in una prospettiva temporale di lungo periodo (5-7 anni). Con la nuova metodologia, allineata alle best practices del Gruppo, questo rating, a contenuto prevalentemente qualitativo, cioè basato sul giudizio di un analista esperto, rimane stabile per un anno, fatte salve situazioni di carattere straordinario: ciò consente una maggiore stabilità nelle relazioni e, fra l'altro, consente al cliente di mantenere più ferme le condizioni di tasso collegate a quel rating.

Anche i processi creditizi hanno subito una significativa revisione allo scopo di accelerare la risposta al cliente, mantenendo altresì alta la sorveglianza sul rischio, sia in prima concessione che durante il ciclo di vita del credito.

La revisione dei modelli di rating e dei processi, ispirata dalla Capogruppo, mira anche ad ottenere la conformità con i requisiti regolamentari necessari per adottare i metodi avanzati per il calcolo dei requisiti patrimoniali. La Banca si aspetta di ottenere, a regime, oltre al miglioramento gestionale anche un risparmio di capitale da destinarsi allo sviluppo di nuove iniziative creditizie.



## OBIETTIVI 2010:

Nell'anno saranno messi in produzione i nuovi strumenti di misurazione del rischio di credito calibrati per il ciclo economico già citati e saranno completati e messi a regime i nuovi processi collegati. Come indicato anche dalle Autorità di Vigilanza, in questa fase economica, potrà comunque essere necessario attenuare l'impatto dei bilanci 2009 sui rating, per tener conto delle prospettive a medio termine integrando i risultati dei modelli statistici con le informazioni raccolte localmente dai gestori commerciali sulle effettive capacità di ripresa mostrate dalle imprese. Nel 2010, l'Agenzia di Rating Interno BNL, che può essere attivata dai gestori per modificare i rating automatici, sarà pienamente investita della responsabilità di valutare l'attualità dei rating alla luce della ripresa economica, contribuendo così all'obiettivo complessivo di un affinamento delle valutazioni prodotte con i modelli interni. Migliori strumenti di valutazione, processi più efficaci, pieno coinvolgimento qualitativo di tutte le risorse addette alla valutazione dei rischi, contribuiranno ad affinare sempre più le capacità di selezione del credito della banca garantendo al contempo il suo sviluppo sostenibile e la sua funzione di allocare risorse per la crescita dell'economia.



## Compliance e controlli di conformità

*“Il nostro impegno fondamentale è quello di proteggere la reputazione della Banca e tutelare gli interessi della clientela mediante un efficace presidio del rischio di compliance, dei rischi operativi ed il coordinamento del dispositivo dei controlli permanenti. Il raggiungimento di tali obiettivi sarà sempre più accompagnato dallo sviluppo in azienda di una forte cultura della conformità e del controllo, a tutti i livelli.”*

Giuseppe Crescenti  
Direzione Compliance

La continua evoluzione della normativa di riferimento (ad es. la trasposizione in Italia della III Direttiva Antiriciclaggio, le nuove disposizioni di Banca d'Italia in materia di trasparenza bancaria, la prossima evoluzione dei principi contenuti in Basilea 2, ecc.), incentrata in via primaria sulla protezione del cliente, il contrasto al riciclaggio ed il terrorismo e la tutela del corretto funzionamento dei mercati, richiedono sempre più al sistema bancario di operare in modo proattivo nel rispetto del contesto regolamentare.

Il nuovo scenario di riferimento è stato accompagnato da un'attività via via più incisiva delle Autorità di Vigilanza sia a livello nazionale che internazionale, finalizzata a valutare l'adeguatezza dei sistemi di controllo degli intermediari alla gestione dei rischi aziendali ed al rispetto della normativa.

In tale contesto, la Direzione Compliance, struttura di controllo indipendente di secondo livello, ha la responsabilità di vigilare affinché le attività svolte dalla Banca siano conformi con le norme di auto ed etero-regolamentazione, supportando al contempo le linee di business nello sviluppo delle attività bancarie coerentemente con le regole definite.

Il rispetto di tali regolamentazioni è monitorato allo scopo di proteggere la reputazione del Gruppo BNP Paribas e della Banca, e rappresenta in via primaria 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, rischi operativi e frodi) per BNL Banca Commerciale, ed il monitoraggio della complessiva relazione con i regulators Italiani per tutte le entità del Gruppo in Italia.



## Modello di organizzazione, gestione e controllo

Sensibile all'esigenza prioritaria di assicurare condizioni di correttezza e 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 e dei protocolli di prevenzione ivi previsti consentono di garantire un presidio più efficace sui rischi di commissione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001 e un importante strumento per migliorare la Corporate Governance della Banca. In coerenza con i principi di Gruppo, BNL ha recepito il "Code de Conduite", che, riflettendo i valori aziendali (reattività, creatività, impegno e ambizione) declina le regole fondamentali che devono ispirare i comportamenti di tutti i dipendenti, collaboratori ed esponenti aziendali.

## Conflitti di interesse dei collaboratori

In conformità con le disposizioni del Gruppo, BNL ha definito apposite linee guida che ciascun Collaboratore della Banca è tenuto a rispettare, al fine di prevenire i conflitti di interesse che potrebbero insorgere fra i suoi interessi privati e gli interessi, rispettivamente, dei Clienti e/o della Banca. Tali situazioni vengono gestite, da un lato, assicurando il rispetto dei principi deontologici promossi dalla Banca e, dall'altro, il rispetto della disciplina interna in materia di rischio di reputazione.

## Policy Fornitori

Nel rispetto dei principi deontologici promossi dal Gruppo BNP Paribas (equità, trasparenza e imparzialità) e in linea con quanto previsto dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01 adottato dalla Banca, BNL ha emanato una Policy la quale definisce i principi generali che tutti i Collaboratori devono seguire per l'avvio e la gestione dei rapporti con i Fornitori della Banca. Nel rispetto delle predette regole, ogni Collaboratore evita qualsiasi situazione o comportamento che possa compromettere l'indipendenza della relazione della Banca con il fornitore e rifiuta ogni regalo o invito che possa renderlo debitore di una contropartita nei confronti di chi li ha proposti.

## Integrità dei mercati e customer suitability

BNL dispone di procedure che garantiscono specificamente un controllo permanente sui rischi di non conformità e di reputazione in ambiti particolarmente sensibili.

Nell'ambito della prestazione dei servizi e dell'offerta dei prodotti la Banca è dotata di apposite procedure che, basate su principi di diligenza, correttezza e trasparenza, garantiscono la tutela degli interessi dei clienti e dell'integrità dei mercati prevedendo un'adeguata informativa alla clientela nonché comunicazioni pubblicitarie e promozionali corrette, chiare e non fuorvianti.

In materia di conflitti di interesse derivanti dalla prestazione dei servizi di investimento, coerentemente con quanto disposto dalla normativa vigente, la Banca ha identificato situazioni di conflitto potenziali ed effettive e ha definito apposite procedure e misure di gestione delle stesse. In tema di Operazioni Personali su strumenti finanziari eseguite dai propri dipendenti, BNL si è



dotata di un apposito dispositivo di monitoraggio, al fine di impedire operazioni compiute da Soggetti Rilevanti coinvolti in attività che possono dare origine a conflitti di interesse, che abbiano accesso ad informazioni privilegiate di cui all'art.181 del TUF o ad altre informazioni confidenziali riguardanti clienti oppure operazioni con o per conto di clienti nell'ambito dell'attività svolta per conto dell'impresa.

In materia di abusi di mercato BNL dispone di un apposito processo operativo di identificazione e segnalazione delle operazioni sospette che possono configurare abuso di informazioni privilegiate o di manipolazione di mercato. Inoltre, la Banca ha istituito e mantiene regolarmente aggiornato il registro delle persone che, in ragione dell'attività lavorativa o professionale, ovvero in ragione delle funzioni svolte, hanno accesso ad informazioni privilegiate (cd.Registro Insider). La Banca ha inoltre definito apposite linee guida in materia di "Chinese Wall".

Nel corso del 2009, BNL è stata oggetto di una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.472,60€ comminata dall'Antitrust per aver posto in essere - insieme ad altri istituti bancari - un'intesa restrittiva nei confronti della concorrenza in relazione alle gare bandite da INAIL per l'affidamento del servizio di tesoreria di cassa per l'ente.

## Antiriciclaggio ed antiterrorismo

Nel corso degli ultimi anni, gli intermediari sono stati chiamati ad assumere un ruolo sempre più importante nel contribuire alla lotta contro il riciclaggio di denaro ed il contrasto alle attività di finanziamento al terrorismo. Numerosi provvedimenti, sia a livello comunitario che a livello nazionale richiedono alle banche di dotarsi di dispositivi organizzativi e di controllo volti ad assicurare un'adeguata verifica della clientela (KYC - Know Your Customer) e di monitorarne costantemente la relazione, secondo un approccio basato sul rischio.

BNL si è quindi dotata, in coerenza con le regole definite dal Gruppo e la normativa italiana, di un dispositivo di sicurezza finanziaria che, ponendo al centro il processo di KYC, si pone come obiettivo quello di assicurare un monitoraggio continuo dell'intero ciclo di vita del rapporto con il cliente. Tale modello si basa sulla sensibilizzazione e responsabilizzazione del personale a diretto contatto con la clientela, che è chiamato ad assumere un ruolo centrale per la corretta gestione del rapporto con il cliente. All'interno della Direzione Compliance, la Sicurezza Finanziaria Italia, provvede in particolare alla valutazione delle operazioni sospette segnalate dalla rete ed alla loro eventuale segnalazione alle competenti autorità nonché a supportare le linee di business nello svolgimento del processo di adeguata verifica della clientela. La Banca si avvale inoltre di specifici tools per il controllo dei nominativi dei soggetti con cui opera e delle controparti coinvolte nelle transazioni, la determinazione del profilo di rischio della clientela, la rilevazione di comportamenti anomali rispetto alla normale operatività e rispetto ad operazioni considerate particolarmente "sensibili" ai fini di lotta al riciclaggio ed al terrorismo.

## Policy Armamenti ed Embarghi

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, applicando in alcuni casi criteri ancora più stringenti di quanto previsto dalle



legislazioni locali. 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, l'operatività di BNL, nel quadro della propria strategia di Responsabilità Sociale, è circoscritta 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 si astiene dall'effettuare propri investimenti in aziende specializzate nella produzione di tali armamenti.

Nei dati statistici 2009, riportati nel rapporto annuale del Presidente del Consiglio dei Ministri sui lineamenti di politica del Governo in materia di esportazione, importazione e transito di materiali d'armamento, BNL figura con un importo complessivo autorizzato di Euro 99,38 mln per esportazioni definitive, pari al 2,62% di quota mercato, posizionandosi nel trend dei valori degli anni passati, a parte l'eccezionalità del picco registrato nel 2008 (33,87%).

## OBIETTIVI 2010:

Nel corso del 2010 le attività della Direzione Compliance continueranno ad essere focalizzate ad assicurare un controllo costante del rispetto della normativa di riferimento nonché dell'applicazione dei principi di conformità del Gruppo BNP Paribas, anche mediante lo sviluppo di nuove progettualità finalizzate alla definizione di regole e strumenti in grado di garantire una corretta gestione del rapporto con la clientela.

Particolare attenzione verrà inoltre posta allo sviluppo di iniziative di formazione, comunicazione e sensibilizzazione allo scopo di assicurare la massima diffusione della cultura di conformità a tutti i livelli dell'organizzazione, con particolare attenzione ai ruoli commerciali a diretto contatto con i clienti della Banca.





## Rischi operativi

Il modello organizzativo adottato da BNL ha l'obiettivo di assicurare efficienza ed efficacia alla gestione dei rischi operativi attraverso l'accentramento presso la Direzione Generale delle attività di coordinamento (piani di azione, reporting, metodologie) e la specializzazione, in centro ed in rete, di ruoli dedicati all'individuazione e gestione dei rischi operativi.

L'applicazione del modello comporta l'assegnazione di responsabilità e attività a ruoli/strutture, e relativi riporti gerarchici e funzionali, sia all'interno della Direzione Generale che della Rete e delle Società controllate.

L'implementazione e la manutenzione del modello di gestione dei rischi operativi è affidata alla Direzione Compliance che ha il compito di:

- verificare il rispetto delle norme regolamentari, delle direttive e metodologie di Gruppo in materia;
- curare la gestione della cartografia dei rischi operativi e la qualificazione/quantificazione degli impatti utili alla determinazione del consumo di capitale;
- convalidare le scelte inerenti le metodologie e gli strumenti utilizzati;
- gestire la raccolta accentrata degli incidenti operativi connessi all'attività della banca e delle sue controllate e fornire la relativa assistenza in materia;
- implementare i sistemi necessari alla prevenzione, identificazione, controllo e monitoraggio delle frodi interne ed esterne.

Nel corso del 2009, BNL ha portato a regime la raccolta degli incidenti operativi secondo la metodologia di Gruppo ed ha avviato l'individuazione e valutazione dell'impatto dei maggiori scenari di rischio potenziale, ai fini della rispondenza ai requisiti necessari per l'applicazione del modello avanzato per il calcolo dell'assorbimento di capitale. È stata inoltre rivisitata la reportistica gestionale ed operativa al fine di assicurare informazioni tempestive e dettagliate agli organi aziendali e ai responsabili delle funzioni interessate.

### OBIETTIVI 2010:

Sulla base delle attività svolte e dei programmi avviati nel corso del 2009, BNL completerà il percorso per l'adozione del metodo AMA (Advanced Measurement Approach) per i rischi operativi previsto da Basilea 2 e dalle disposizioni della Vigilanza. Da tale adozione deriverà, per BNL e per il Gruppo, un significativo risparmio del capitale regolamentare allocato per i rischi operativi. Saranno inoltre avviate specifiche attività finalizzate allo sviluppo del dispositivo di prevenzione delle frodi.

## Controlli Interni

“Il sistema dei controlli interni è costituito dall’insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative che mirano ad assicurare il rispetto delle strategie aziendali e il conseguimento della [...] conformità delle operazioni con la legge, la normativa di vigilanza nonché con le politiche, i piani, i regolamenti e le procedure interne”. (cit. Banca d’Italia - “Istruzioni di vigilanza per le banche” Titolo IV Capitolo 11, sezione II, paragrafo 1).

Il Sistema dei Controlli Interni della Banca è organizzato, coerentemente con i principi della Capogruppo e la normativa di riferimento, in Controllo Permanente e Controllo Periodico (quest’ultimo è di competenza delle strutture di Internal Auditing).

Il Controllo Permanente, composto dai controlli svolti nel corso delle attività operative (1° livello) e dai controlli eseguiti da strutture separate (2° livello), si basa sull’adeguamento continuo di un sistema di identificazione e valutazione dei rischi, procedure, controlli, reporting dedicato e relativa supervisione.

La Direzione Compliance è parte integrante dei Controlli Permanenti. In particolare, la Struttura interna alla Direzione Compliance - Rischi Operativi e Coordinamento Controlli Permanenti - 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 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. Nel corso del 2009 la Struttura si è impegnata nel progetto di “Rafforzamento del dispositivo di controllo” volto ad ampliare e rafforzare, partendo dai processi ritenuti più importanti:

- il patrimonio della normativa che disciplina i processi (controlli di 1° livello), in modo da rendere più agevole a tutti i collaboratori lo svolgimento delle proprie attività conformemente alle indicazioni di qualità definite dall’azienda e dai regulators esterni;
- il patrimonio dei controlli di 2° livello, il cui scopo è consentire ai responsabili di strutture il monitoraggio sulla corretta operatività e quindi gestirne il rischio. Su questo ultimo aspetto, in parallelo al suddetto progetto, l’azienda si è dotata di uno strumento informatico che consente di effettuare questa attività in maniera agevole e puntuale.

### OBIETTIVI 2010:

Nel corso del 2010 si concluderà il progetto di rafforzamento del dispositivo di controllo, garantendo per il 100% dei processi ritenuti più importanti, un adeguato presidio delle attività.



## Internal Auditing

*“La Funzione di Internal Auditing sarà impegnata a supportare gli Organi di Governo nel valutare, con sempre maggior livello di affidabilità, le misure atte a presidiare un sistema di controllo interno aziendale, armonizzato nella logica di Gruppo internazionale.”*

Ilaria Baronti  
Inspection Générale  
Hub Italy

La promozione di un crescente presidio dei rischi attraverso la valutazione della funzionalità del complessivo sistema dei controlli interni è il contributo della Inspection Générale Italia al miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza dell'organizzazione.

Per rendere tale contributo sempre più efficace nel corso del 2009, è stata condotta un'attività di Quality Assurance interna alla Funzione diretta ad identificare le aree da consolidare nel suo funzionamento. Si è altresì agito sul servizio informativo offerto agli Organi di Governo focalizzando meglio, nell'ambito del Progetto di Governo Societario, i flussi informativi loro rivolti.

Per garantire una sempre maggiore efficacia delle raccomandazioni emesse, la Funzione ha inoltre continuato ad investire fortemente nella selezione di qualificate competenze professionali, ispirandosi alla c.d. Scuola d'Eccellenza dell'Inspection Générale di BNP Paribas.

Tale progetto, anche in termini di performance sociale, interessa le risorse dell'Inspection Générale Italia coinvolgendole in un intenso programma di formazione professionale, sia dal punto di vista tecnico-specialistico proprio del mestiere che da quello di natura manageriale.

La continua ricerca di miglioramento delle performance si esplicita anche attraverso la costante valutazione della prestazione che viene realizzata alla fine di ciascun intervento di audit, nonché promuovendo costantemente la cultura etica attraverso l'osservanza di regole di condotta che definiscono le norme comportamentali che gli internal auditor sono tenuti a rispettare.

### OBIETTIVI 2010:

La Funzione proseguirà nella valutazione del funzionamento di tutti gli attori del Sistema dei Controlli Interni con l'obiettivo di fornire agli Organi di Governo strumenti utili per valutarne la completezza e la funzionalità in relazione alla natura e al livello dei rischi ritenuto accettabile.

## Produzione e assistenza commerciale

*“La Direzione PAC si è focalizzata verso il miglioramento dell’efficienza e della puntuale applicazione delle verifiche e dei controlli tipici dell’attività bancaria; mantenendo alti gli investimenti in formazione continua, per tutta la vita lavorativa dei collaboratori e promuovendone il coinvolgimento diretto. Anche nel corso del 2010 manterremo alta l’attenzione verso questi due stakeholder particolarmente rilevanti: i clienti e i dipendenti di BNL”.*

Gabriella Serravalle  
Direzione PAC

La Direzione Produzione e Assistenza Commerciale rappresenta, per la Banca, ciò che nelle aziende industriali è rappresentato dalle funzioni di produzione. Tutti i prodotti e servizi che sono offerti alla clientela, “prendono vita” grazie alle attività di post-vendita dirette a perfezionare i contratti e renderli efficaci; siano essi aperture di conti correnti, compravendita di titoli, crediti documentari, fideiussioni o altro.

È quindi chiaro che è di competenza di questa Direzione, nell’ambito dei processi operativi, una significativa parte dei controlli e delle verifiche di puntuale applicazione delle regole dirette a fare sì che l’attività bancaria venga svolta correttamente. Tali attività di controllo, verifica e riscontro, sono particolarmente rilevanti e connaturate al business bancario, proprio in quanto l’attività creditizia si svolge utilizzando risorse dei clienti stessi, che quindi meritano una tutela particolarmente attenta, precisa e costante.

Oltre alla tutela dei patrimoni e delle risorse affidate dalla clientela, la velocità di esecuzione dei processi, la compressione di errori e non conformità rappresentano elementi fondamentali per corrispondere ai bisogni e alle domande della clientela.

Queste due esigenze, controlli puntuali e precisi da un lato e velocità di esecuzione dall’altro, sono due elementi cardine per la soddisfazione di uno degli stakeholder fondamentali di BNL: i clienti. Pertanto, anche nel corso del 2009, gran parte dell’attività della Direzione PAC si è concentrata su tali aspetti. Sono stati realizzati vari progetti, e altrettanti sono in corso, diretti a velocizzare i processi e contemporaneamente a garantire un sistema di controlli adeguati e coerenti. Il concetto di “compliance” (conformità) è ormai parte integrante dei sistemi, dei processi e della cultura della Direzione.

A questo proposito, oltre ai progetti di cui si è detto, va segnalato il costante sforzo di formazione continua su tematiche di grande rilevanza circa la “conformità”: in media ogni dipendente della Direzione ha effettuato oltre cinque giornate di formazione, quasi raddoppiando il dato 2008, di cui circa il 50% riguardante aspetti relativi appunto alla compliance, ai controlli e alla corretta esecuzione di attività di verifica e riscontro.

A tale riguardo, sono particolarmente significativi alcuni dati. In primo luogo gli interventi formativi hanno interessato oltre il 95% dei nostri dipendenti, a testimonianza di un’attenzione e una volontà di coinvolgimento di tutto il personale della Direzione.

In secondo luogo, la formazione è stata ripartita omogeneamente tra tutti i livelli della struttura organizzativa e tra le diverse fasce di età e anzianità, con una leggera prevalenza per quelle più alte. Questo è certamente una riprova della volontà di mantenere alta l’attenzione verso tutto il personale, anche in ottica di formazione continua per tutta la vita professionale.

La sintesi di questo modello operativo e concettuale, diretto a creare valore per questi stakeholder (clienti e dipendenti) che presentano una valenza sociale particolare, è il programma “ACE” (Accrescimento Continuo dell’Efficacia). Scopo di questo programma è realizzare interventi operativi sulle attività che si svolgono “sul campo”, al fine di soddisfare i clienti fornendo un servizio di qualità nel rispetto dei tempi da loro richiesti eliminando i difetti e migliorando i processi, il tutto con il diretto e concreto coinvolgimento del personale operativo che è impegnato a fornire idee e



soluzioni di miglioramento per poi attuarle.

Questo approccio consente da un lato di realizzare interventi operativi efficaci e in tempi rapidi, dall'altro, tramite il coinvolgimento diretto, di stimolare la motivazione dei collaboratori, l'identificazione con l'azienda e di generare la convinzione e consapevolezza di avere un ruolo significativo nello sviluppo costante dell'azienda nella quale operano.

## OBIETTIVI 2010:

- la ricerca della soddisfazione dei clienti, fornendo un servizio di qualità nel rispetto dei tempi richiesti ed eliminando i difetti e migliorando i processi;
- garantire la massima aderenza delle proprie attività, operazioni e processi alle norme di "compliance", per garantire l'efficace effettuazione dei controlli e delle verifiche di specifica competenza;
- mantenere alti gli investimenti in formazione continua nei confronti di tutti i dipendenti e promuoverne il coinvolgimento e la partecipazione diretta a tutti i livelli.

## Tecnologia Informatica

*“Nel corso del 2009 sono stati consolidati progetti e iniziative volti a migliorare il livello di qualità erogata e percepita dagli utenti di Servizi IT. Un’attenzione particolare è stata posta al miglioramento dei processi di lavoro interno, oltre che al miglioramento della dotazione informatica. Il miglioramento della qualità dei Servizi IT è stato perseguito attraverso il coinvolgimento del business in tutte le fasi dei progetti informatici, per anticiparne i bisogni e per sviluppare soluzioni maggiormente rispondenti alle necessità lavorative”.*

Paul Thysens e  
Massimo Messina  
Direzione IT

Dopo una prima fase sperimentale, nel corso del 2009, è stato implementato il modello di IT Customer Satisfaction, finalizzato a rilevare il livello di qualità percepita dei Servizi IT da parte dei colleghi di Rete e di Direzione Generale.

Sulla base dei dati raccolti nel corso dell’indagine svolta ad inizio anno, la Direzione IT ha potuto individuare i servizi e le applicazioni maggiormente critiche, pianificando le azioni correttive.

Il livello di qualità percepita ha registrato un considerevole aumento nel 2009, in conseguenza soprattutto del rinnovo di gran parte delle postazioni di lavoro e dei miglioramenti delle performance delle applicazioni informatiche.

Sono stati intervistati gruppi di colleghi, al fine di ascoltare direttamente i problemi e le difficoltà incontrate nel lavoro di tutti i giorni e condividere, prima del rilascio di nuove applicazioni, caratteristiche ed usabilità.

### Progetto Brunello

Il progetto Brunello rappresenta per la Direzione IT una fase di evoluzione verso la razionalizzazione dei servizi in ottica di miglioramento dell’affidabilità dei sistemi e dell’efficienza della loro gestione. I principali obiettivi del progetto Brunello sono l’accesso ai più moderni livelli di tecnologia, in termini di prestazioni e di affidabilità del servizio, in coerenza con gli standard del Gruppo; il miglioramento della qualità dei servizi offerti assicurando, in particolare, livelli di performance equiparabili a quelli della Capogruppo; la riduzione dei rischi operativi connessi all’instabilità dei sistemi ed il miglioramento dei livelli di sicurezza (Disaster Recovery Plan).

### Servizi di Video Conferenza

Sono state predisposte sale riunioni in Direzione Generale ed in Rete con strumenti di Video Conferenza, consentendo alle persone di svolgere riunioni di lavoro restando nella propria sede; inoltre si è progettato un sistema di Virtual Room che consente di connettersi alle sale di video conferenza dalla propria postazione condividendo video ed applicazioni. I benefici sono, oltre che per le persone e per l’azienda, anche per l’ambiente: meno spostamenti e meno CO2 nell’aria.

### Piano Qualità

Nel corso del 2009 la Direzione IT ha avviato un piano per il miglioramento della qualità dei servizi erogati. In particolare, negli ultimi 3 anni c’è stato un significativo rinnovamento delle nostre soluzioni; questo rinnovamento è ancora in corso vista la complessità e numerosità delle soluzioni, ma ha già comportato un significativo risparmio in termini di consumi delle risorse informatiche, migliorando contemporaneamente le prestazioni. Il piano continuerà nel triennio 2010-2012.



## Dotazione Hardware e Software per ipovedenti

Al fine di facilitare e rendere maggiormente accessibile la postazione di lavoro ai colleghi non vedenti è stata effettuata una sperimentazione del prodotto JAWS (acronimo per Job Access With Speech). Il suo scopo è di rendere accessibile ai colleghi non vedenti computer che usano sistemi operativi Microsoft. Per i colleghi ipovedenti è stata effettuata una sperimentazione del prodotto ZOOMTEXT. Il software consente l'ingrandimento di testi e grafica in ambiente Windows.

Nel corso dell'anno sono inoltre stati installati i nuovi bancomat multifunzione con comandi vocali per agevolare le operazioni da parte di clienti ipovedenti.

## Metodologia ACE

Nel corso del 2009 è stata sperimentata all'interno della Direzione IT la prima applicazione della già citata metodologia "ACE" (Accrescimento Continuo dell'Efficacia) con l'obiettivo del miglioramento della comunicazione con il cliente finale, l'ottimizzazione della gestione delle richieste e dei rilasci, perseguendo contemporaneamente il miglioramento dei livelli di servizio.

## Certificazione CMMI Level 2

La Direzione IT ha raggiunto nel mese di Aprile 2009 la certificazione CMMI Maturity Level 2, prima tra gli istituti bancari. Tale importante riconoscimento consente di proseguire nel miglioramento della qualità per la soddisfazione dei clienti. Nel corso del triennio 2010-2012 la Direzione IT si strutturerà per ottenere la certificazione a livello 3.

## OBIETTIVI 2010:

Porre le basi per raggiungere gli obiettivi delineati nello Scenario 2010 - 2012 attraverso le seguenti direttrici fondamentali:

- Miglioramento della qualità, mediante l'incremento delle performance e della qualità percepita sui servizi e sulle applicazioni
- Rivalutazione dei patrimoni, con il rinnovamento degli applicativi più obsoleti
- Miglioramento della capacità di delivery, prevedendo una maggiore interazione con il business e l'utilizzo della metodologia ACE
- Riduzione dei rischi Operativi, attraverso la condivisione di best practices ed aumentando la capacità di previsione dei rischi
- Aumento della qualità e della gamma dei servizi offerti, attraverso specifici programmi di formazione che accompagnino il rilascio sulla Rete delle nuove applicazioni e di strumenti e metodi che rendano la comunicazione con contenuto IT semplice, diretta, efficace e tempestiva.



# CLIENTI

## Retail & Private

*"Nel corso del 2009, come Divisione Retail e Private, abbiamo voluto dare prove concrete ai nostri clienti e alle comunità locali che potevamo essere vicini a loro.*

*Lo abbiamo fatto ispirandoci ai valori e a una tradizione, ormai quasi centenaria, che ha sempre visto BNL vicina alle famiglie e alle imprese, nei momenti di crisi e di sostegno alla ricostruzione e alla ripresa. Lo abbiamo fatto pensando al futuro, dedicando il nostro impegno creativo, investendo le nostre risorse e guidando i nostri comportamenti nel supportare i nostri clienti a fare scelte consapevoli, ovvero scelte in cui sia sempre garantita la prevalenza del loro interesse".*

Stefano Calderano  
Divisione Retail & Private

Nel 2009 la responsabilità sociale della Divisione Retail e Private si è tradotta, da una parte, in una serie di iniziative concrete per il sostegno alle famiglie e alle imprese in difficoltà, per la crisi economica o per eventi naturali di grande gravità, come il terremoto in Abruzzo. Dall'altra è stato avviato un programma di più ampio respiro, volto a creare occasioni per riequilibrare l'asimmetria informativa tra banca e cliente, migliorando l'educazione finanziaria dei clienti, favorendo scelte consapevoli e stimolando il personale ad adottare comportamenti relazionali e di vendita volti a comprendere e garantire il rispetto dell'interesse del cliente.

L'articolazione di questo nostro impegno si esplica in vari progetti:

### "Moratoria" su mutui e prestiti

Nel settembre 2009 BNL, unitamente ad altre banche, ha partecipato al tavolo negoziale con le associazioni dei consumatori che ha portato il 18 dicembre 2009 all'accordo ABI che estende ai privati la moratoria sui mutui già attuata per le piccole e medie imprese.

BNL ha condiviso l'obiettivo generale di mettere a disposizione dei clienti una soluzione per superare le difficoltà della crisi, nel suo momento più grave: in particolare i dipendenti entrati in cassa integrazione o chi ha perso il lavoro a seguito della crisi che ha colpito le imprese. BNL ha però deciso di andare oltre i termini dell'accordo ed aggiungere elementi migliorativi, strutturando una proposta organica e originale. L'accordo prevede la possibilità di saltare l'intera rata e non solo la quota capitale come nella moratoria per le PMI, ma, una volta terminata la moratoria, il cliente si troverà a pagare la rata ordinaria più gli interessi maturati nei 12 mesi di sospensione. BNL ha scelto, invece, di sospendere la quota capitale, dando un beneficio immediato forte, ed inoltre ha abbinato alla riduzione strutturale della rata l'allungamento della durata del prestito. Al rientro dalla moratoria non vi sarà pertanto un gradino "alto" da superare, ma solo un incremento moderato. Una volta ripristinato l'equilibrio economico sarà inoltre possibile scegliere di aumentare la rata, diminuendo di nuovo la durata del piano. Inoltre, l'accordo prevede un limite di importo del mutuo originario a € 150.000 e un limite di reddito del richiedente di € 40.000 annui. La crisi però ha colpito tutti e BNL non ha ritenuto corretto escludere alcuni clienti dal beneficio della moratoria. BNL ha deciso pertanto di non mettere limiti di importo e di reddito alla possibilità di aderire alla moratoria. Infine non sembrava completa una proposta che escludesse i prestiti personali. Si è deciso pertanto di allargare il perimetro anche ai prestiti, sempre che il cliente abbia anche un mutuo BNL, applicando alcuni criteri discrezionali in presenza di un solo prestito personale.





### “Prestito della Speranza”: una versione italiana del microcredito

Nel novembre 2009 BNL ha aderito all’iniziativa della CEI (Conferenza Episcopale Italiana) per aiutare le famiglie trovate in situazione di momentanea difficoltà a causa della perdurante crisi economica. Fine ultimo dell’iniziativa è quello di aiutare il reinserimento lavorativo o supportare i clienti che decidono di avviare un’attività microimprenditoriale. I prestiti sviluppati possono contare su tassi estremamente vantaggiosi e, più in generale, tutto il processo di concessione è stato studiato per supportare ed aiutare le famiglie in difficoltà.

Concentrandosi sulle finalità produttive del microcredito BNL ha messo in campo una serie di iniziative, dall’attività di Artigiancassa con alcuni Confidi (Consorti di garanzia collettiva dei Fidi) al nuovo prestito Revolution +, che con la garanzia MCC copre specificamente microprogetti di start up imprenditoriale.

### Agenzie di Negoziazione Amichevole

In questo momento di crisi economica molte famiglie possono trovare difficoltà nel far fronte al pagamento delle rate. BNL ha scelto di gestire in modo propositivo la relazione con questi clienti, attivando una nuova struttura organizzativa: le Agenzie di Negoziazione Amichevole ( “Agenam”). Le Agenzie di Negoziazione Amichevole nascono in BNL a giugno 2009, con la finalità di gestire la clientela che inizia a manifestare irregolarità nel rimborso dei finanziamenti con un approccio personalizzato. L’obiettivo delle “Agenam” è quello di contenere il costo del rischio, recuperando la relazione con il cliente e incrementando nel contempo la customer satisfaction e la fidelizzazione. In questo senso l’approccio utilizzato non è esattoriale, ma consulenziale. Le Agenam mirano a comprendere insieme al cliente i motivi delle difficoltà nei pagamenti, concordando eventualmente una rimodulazione del finanziamento, che consenta al cliente di dover pagare una rata più sostenibile e coerente con la propria situazione finanziaria. Ovviamente le “Agenam”, ove sussistano i requisiti, possono concordare con il cliente l’adesione alla Moratoria e raccogliercene la relativa documentazione.

Attualmente circa 110 persone lavorano all’interno delle “Agenam”, gestendo principalmente irregolarità relative a mutui e prestiti personali.

## OBIETTIVI 2010:

Le Agenam allargheranno progressivamente il perimetro delle proprie attività, con sempre maggiori leve a disposizione (nuovi prodotti/funzionalità dedicati alla rimodulazione del finanziamento, deleghe creditizie per accelerare i tempi di rimodulazione del finanziamento). Tutto ciò allo scopo di fornire un contributo sempre maggiore al Territorio in termini di contenimento del costo del rischio e raggiungimento degli obiettivi di customer satisfaction.

## EduCare

Il nome del progetto è costituito da un acronimo che unisce al concetto di educazione, il termine inglese "care", ovvero attenzione e cura.

L'iniziativa nasce dalla convinzione che le banche svolgono un ruolo fondamentale nello sviluppo della cultura finanziaria dei consumatori e consiste nell'offrire alla clientela BNL e a potenziali nuovi clienti, una serie di seminari informativi finalizzati ad aumentare la consapevolezza delle loro scelte finanziarie ed a facilitare l'utilizzo di strumenti di supporto adeguati.

I seminari, tematici e gratuiti, della durata di circa 1 ora, sono organizzati fuori dell'orario di normale operatività delle Agenzie, presso le sedi delle Agenzie stesse e vengono condotti dal Direttore o da altre figure professionali esperte sul tema trattato.

Obiettivo dell'iniziativa è di ampliare le occasioni di contatto e di relazione con i clienti, introducendo momenti non direttamente collegati alla vendita di prodotti, che favoriscono lo sviluppo della fiducia reciproca.

EduCare ha visto la partecipazione attiva e coinvolta del personale delle Agenzie ed ha registrato un elevato gradimento da parte dei clienti.

Da marzo 2009 sono state coinvolte 200 Agenzie, per un totale di 6.000 clienti e più di 500 eventi. Dopo la fase sperimentale, a settembre, il programma EduCare è stato avviato a pieno ritmo.

In particolare, sono state realizzate tre sessioni:

- in settembre "Pagare con la moneta elettronica", che ha coinvolto 130 agenzie;
- a ottobre "Vado a studiare fuori", organizzato in 101 agenzie;
- a novembre "Pensare alla pensione", svolta in 101 agenzie.

Nel mese di dicembre, sono stati organizzati 24 eventi EduCare durante le due giornate di maratona Telethon, per i quali le agenzie hanno scelto uno dei temi già trattati durante l'anno. I seminari si sono svolti il venerdì pomeriggio o il sabato mattina e sono rientrati tra gli eventi che ogni agenzia organizza in occasione di Telethon, offrendo alle persone che entrano per donare, una consulenza professionale oltre alle consuete occasioni ricreative.

In tre agenzie (Bari Agenzia 10, Lecce Agenzia 2, Agenzia di Bisceglie) è stata inoltre realizzata una sessione di EduCare sull'accessibilità dei canali bancari per gli ipovedenti con una dimostrazione pratica dell'uso dell'ATM ipovedenti e del token vocale.

### OBIETTIVI 2010:

Nel 2010 si prevedono almeno 1000 eventi, per coinvolgere 20 mila partecipanti, tra clienti e non.



## Prodotti etici

Anche nel 2009 è continuato l'impegno di BNL nel consolidamento e nello sviluppo di prodotti socialmente responsabili.

*Le carte di credito per Telethon.* A partire da dicembre 2009, i clienti BNL titolari di carta di credito hanno la possibilità di disporre una donazione mensile, a favore di Telethon, proporzionale alle spese effettuate con carta di credito: recandosi in Agenzia o chiamando l'800.900.900 potranno attivare l'opzione di donazione sulle spese effettuate con carta Classic, Gold o TopCredit, sia Visa che MasterCard, che dona a Telethon lo 0,5% del saldo mensile dell'estratto conto carta.

*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. Il cliente, anche non correntista BNL, può effettuare una donazione di 25 euro o di 50 euro attraverso un versamento iniziale legato all'emissione della carta.

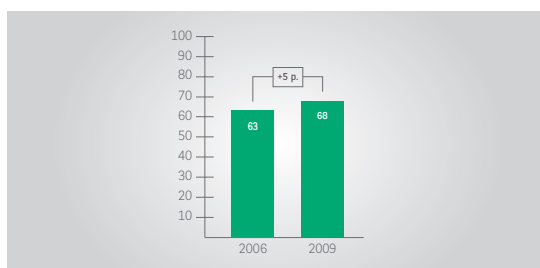
*Prestito BNL Meritatamente.* Nel 2009 BNL prosegue con le iniziative Prestito di Merito e Prestito di Lode destinate a giovani studenti particolarmente meritevoli. I progetti fanno riferimento al protocollo d'intesa sottoscritto tra il Ministero delle Politiche Giovanili e l'ABI in collaborazione con 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 BNL adottAMI.* Prosegue anche nel 2009 la collaborazione con l'Associazione Amici dei Bambini - Ai.Bi. - per aiutare, con un finanziamento dedicato, chi ha avviato le pratiche per l'adozione internazionale. Il finanziamento consente di sostenere tutte le spese necessarie 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. Per questo prodotto BNL è stata inserita tra le sei imprese giunte nella finale della settima edizione del Sodalitas Social Award nella categoria "Premio per l'innovazione di prodotto o servizio socialmente, ambientalmente o finanziariamente responsabile".

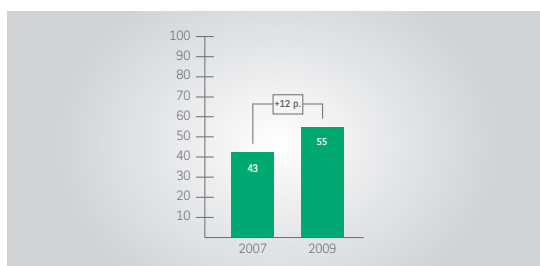
## Sviluppo canali di servizio - Multicanalità

### Centro Relazioni Clientela

CUSTOMER SATISFACTION BNL  
Un trend di crescita continuo



CUSTOMER SATISFACTION DEL  
CLIENTE INTERNO BNL  
Continua il trend positivo per la  
CS dei Direttori di Agenzia



Il Centro Relazioni Clientela è il riferimento telefonico della Banca per la clientela Retail & Private ed è costituito da una squadra di oltre 130 esperti al completo servizio del Cliente.

Sono circa 2,5 milioni i contatti (via telefono e mail) gestiti dal CRC nel corso dell'anno.

La gamma di servizi offerti, che si propone di coprire a 360° le esigenze della clientela e dei potenziali nuovi clienti, consente di avere tutte le informazioni sull'offerta e le iniziative della Banca, di ricevere assistenza su tutti i prodotti e servizi di BNL, di prendere appuntamento con il gestore nel giorno e nell'orario preferito e di gestire le principali operazioni quotidiane con la Banca in piena autonomia.

## BNL.it

Le attività di comunicazione digitale sviluppate nel corso del 2009 che hanno visto una presenza costante sul principale motore di ricerca in Italia (Google) nonché lo sviluppo della campagna di display advertising, sia online che sulla piattaforma mobile, hanno contribuito a generare sempre di più un traffico qualificato verso il portale commerciale di BNL dove gli utenti hanno potuto approfondire l'offerta commerciale divenendo, ove possibile, lead "caldi" verso il Centro Relazioni Clientela e/o verso le Agenzie. Nel 2009 è stato inoltre completato il processo che ha portato BNL ad avere un unico portale che permette al Cliente di accedere a tutti i servizi a distanza in modo semplice ed immediato tramite Internet. Il portale BNL.it è il riferimento di BNL su Internet per tutti i segmenti di clientela e per tutte le esigenze di informazione.

Su BNL.IT il cliente può trovare:

- informazioni immediate ed esaustive sui principali prodotti, ma anche sulle iniziative in offerta, in particolare per i clienti Individuals è stata creata una nuova area dedicata alle "offerte da non perdere";
- una gamma di funzionalità di facile utilizzo ed in continua evoluzione, per comprendere con maggiore facilità i prodotti BNL e indirizzare meglio i propri bisogni;
- un'area di assistenza, denominata "come fare per", in cui trovare risposta ai bisogni bancari più ricorrenti;
- una zona dedicata con tutte le informazioni per entrare in contatto con la Banca, secondo le modalità ritenute più opportune: dal nuovo motore di ricerca delle Agenzie BNL, alla possibilità di inviare segnalazioni, di essere ricontattati dal CRC, di prendere appuntamento in Agenzia.

Nel corso del 2009, attraverso il portale BNL.it, sono state attivate campagne di raccolta fondi a favore di Telethon e dei terremotati dell'Abruzzo.

## ATM e Sportelli bancomat

Nel corso del 2009 è proseguita l'installazione degli ATM Multifunzione al fine di consentire la presenza di macchine evolute nella maggior parte delle agenzie della Rete BNL. Sono inoltre in corso realizzazioni di nuove aree self service al fine di consentire ai clienti un accesso ai servizi H24. Da dicembre 2009 tutti gli ATM sono stati modificati in modo da consentire ai clienti BNL di donare 1, 2 o 5 € a Telethon.

### OBIETTIVI 2010:

Estendere anche ai non clienti la possibilità di effettuare attraverso gli ATM BNL una donazione a favore di Telethon.



### Sportelli Bancomat accessibili ai disabili visivi

A partire dal mese di dicembre 2009 sono stati aggiornati i primi sportelli Bancomat BNL per consentire l'accesso al servizio di prelievo e saldo anche a persone non vedenti o ipovedenti. Il progetto, nato anche grazie alla partecipazione di Diebold (produttore della piattaforma software TM di BNL), è stato condiviso con la Presidenza dell'UIC (Unione Italiana Ciechi), che ha messo a disposizione il proprio centro di competenza per le tecnologie accessibili.

Con la nuova tecnologia il cliente, tramite la pressione del tasto 5 prima dell'inserimento della carta bancomat, può attivare una guida vocale che fornisce assistenza in tutte le fasi operative (introduzione carta, digitazione del codice segreto, conferma importo selezionato, ritiro delle banconote, della carta e dello scontrino). La guida può essere ascoltata con cuffie o tramite gli altoparlanti della macchina.

## OBIETTIVI 2010:

Estendere a tutto il parco ATM Multifunzione il supporto audio che consente l'accesso al servizio di prelievo e saldo anche a persone non vedenti o ipovedenti.

### SMS Alert

Per soddisfare le esigenze di sicurezza e controllo dei clienti sui propri strumenti di pagamento, a luglio 2009 è stato avviato il servizio di SMS Alert nell'ambito della nuova offerta "Banca al Cellulare" di BNL.

Grazie al nuovo Servizio i clienti BNL potranno essere costantemente aggiornati, con un SMS direttamente sul proprio telefono cellulare, sulle operazioni effettuate in tempo reale ed in modo automatico, senza cioè che sia il cliente a dover consultare di propria iniziativa la posizione dei propri rapporti.

### Agenzie

La crescita della rete di Agenzie BNL nel 2009 ha registrato un'ulteriore forte accelerazione: sono state aperte 52 nuove Agenzie e 5 Centri Private.

Lo start up delle nuove Agenzie è stata un'occasione per avviare un percorso di responsabilità sociale legato ad un nuovo modo di fare banca radicato sul territorio e basato sulla crescita sostenibile. BNL ha voluto far conoscere le nuove Agenzie non solo per l'offerta commerciale, ma anche per iniziative di RSI: a questo scopo sono stati organizzati, in occasione dell'apertura delle nuove Agenzie, numerosi eventi, alcuni legati a Telethon, altri all'iniziativa EduCare, altri ancora centrati sul consolidamento del legame tra la BNL e le realtà locali.

Alcuni esempi sono illustrati di seguito.

In occasione dell'inaugurazione dell'Agenzia 2 di Lecce è stata organizzata una dimostrazione pratica dell'utilizzo del PassBNL per non vedenti, in partnership con l'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti e l'Associazione Pugliese per la Retinite Pigmentosa, che sono le due maggiori associazioni di persone affette da patologie della vista presenti a Lecce.

La dimostrazione, fatta da personale BNL ipovedente, ha avuto successo tra gli associati presenti e attraverso il positivo riscontro sui media locali ha contribuito alla sensibilizzazione sul tema specifico.

L'Agenzia 2 di Lecce e l'Agenzia 2 di Parma hanno installato degli ATM evoluti che permettono l'ac-



cesso guidato per i non vedenti.

Per lo start up dell'Agenzia 10 di Bologna, nell'ambito delle iniziative di EduCare, è stato realizzato un seminario di alfabetizzazione bancaria rivolto alla comunità filippina della città. Un evento analogo è stato effettuato a Torino in occasione dell'apertura dell'Agenzia 19 .

## OBIETTIVI 2010:

“METTI IN CONTO UN NUOVO ALBERO BNL”.

Nel 2010 le Agenzie Start Up regaleranno per ogni c/c aperto nei primi sei mesi di vita un albero, realizzando parchi cittadini con piante autoctone. Nelle città in cui la Banca aprirà una nuova agenzia si darà vita a piccoli “Polmoni Verdi” regalando all'ambiente nuovo e prezioso ossigeno per compensare l'eccesso di emissioni di CO2. L'obiettivo è di creare un circolo virtuoso tra banca e cliente a vantaggio dell'ambiente. La Banca è socialmente responsabile ed impegnata a sostenere la crescita, non solo economica, del territorio in cui si inserisce. Nei Comuni che aderiranno all'iniziativa, mediamente si doneranno 250 alberi per ogni nuova agenzia composta da tre persone. Il valore per l'ambiente è evidente se si considera che 20 alberi smaltiscono 14 tonnellate di CO2, le stesse prodotte dal consumo annuo di elettricità di un ufficio di 10 dipendenti.

## Ascolto del cliente retail

Adeguare di continuo l'offerta e la qualità del servizio alle esigenze dei clienti è uno degli impegni cardine di BNL.

Per soddisfare - e se possibile superare - le aspettative dei propri clienti, BNL investe molte risorse nel miglioramento della Customer Satisfaction, iniziando dall'attività finalizzata ad ascoltare in maniera costante le opinioni dei Clienti e tradurle in misure quantitative affidabili, a supporto delle decisioni della Banca, a tutti i livelli.

Nelle diverse indagini che la Divisione Retail e Private compie periodicamente, sono monitorati i principali aspetti della relazione tra Cliente e Banca, sia in termini assoluti sia posizionando la Banca rispetto ai principali concorrenti (“Benchmark Customer Satisfaction”).

Nel complesso, l'attività di ascolto di BNL nel 2009 ha coinvolto circa 150.000 clienti Individuals, Private, Business e Imprese.

I risultati del 2009 confermano il trend di miglioramento della soddisfazione complessiva dei clienti BNL con un ulteriore aumento della soddisfazione dell'1,5% rispetto al 2008, che porta all'8% l'incremento a partire dal 2006, rispetto ad un 5% dei concorrenti monitorati.

Nel 2009, inoltre, è proseguito il monitoraggio della soddisfazione dei Direttori di Agenzia sul livello di servizio ricevuto dalle funzioni della Direzione Centrale e dalle strutture di Territorio e di Area.

Ancora una volta si è registrato un elevato livello di partecipazione da parte dei colleghi con una media del 90% dei rispondenti. L'analisi dei risultati ha consentito di predisporre specifici progetti condivisi tra i Direttori e gli Staff di territorio, contenenti le azioni mirate a rimuovere le criticità e migliorare il servizio tra le varie funzioni e unità organizzative interne della Banca.



Da questa edizione, inoltre, la rilevazione è stata estesa anche ad un campione di Gestori Individuali e Business, pari ad un terzo dell'intera forza vendita di BNL.

TIPOLOGIA DI RICERCA	CAMPIONE	METODOLOGIA BILANCIO	MESE DI AVVIO INDAGINE	OBIETTIVO
Customer Satisfaction Agenzia	111.000 Clienti Individuali e Business BNL.	Interviste telefoniche (CATI)	gennaio 2009 (cadenza settimanale)	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 CRC (Centro Relazione Clientela)	2.000 Clienti Individuali e Business che hanno contattato il CRC nei due mesi precedenti l'intervista.	Interviste telefoniche (CATI)	marzo 2009 (cadenza bimestrale)	Monitoraggio soddisfazione dei clienti che hanno utilizzato il CRC BNL.
Customer Satisfaction Banca via Internet	Universo clienti utilizzatori della Banca on line (Internet)	Questionario On line	dicembre 2009	Monitoraggio soddisfazione dei clienti che utilizzano la Banca via Internet per operazioni informative e dispositive.
CS Private Banking	714 Clienti Private	Questionario Postalizzato	settembre 2009	Monitoraggio soddisfazione dei clienti Private
CS Clienti reclamanti	600 Clienti Individuali, Small Business, Imprese che hanno reclamato formalmente negli ultimi 6 mesi	Interviste telefoniche (CATI)	Prima rilevazione a giugno 2009 e seconda a dicembre 2009	Verificare il livello di soddisfazione dei clienti relativamente alla gestione del reclamo inviato
Customer satisfaction Carte di Credito	1.000 Clienti Individuali	Interviste telefoniche (CATI)	novembre 2009	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori di Carte di Credito BNL.





TIPOLOGIA DI RICERCA	CAMPIONE	METODOLOGIA BILANCIO	MESE DI AVVIO INDAGINE	OBIETTIVO
Customer satisfaction Carte di Debito	1.000 Clienti Individuals	Interviste telefoniche (CATI)	novembre 2009	Soddisfazione dei clienti utilizzatori di Carte di Debito BNL
Customer satisfaction Servizio POS	800 clienti POS BNL e 400 clienti POS Competitors	Interviste telefoniche (CATI)	novembre 2009	Monitoraggio soddisfazione dei clienti utilizzatori del Servizio POS BNL
CS Confronto Competitivo	8.100 interviste a clienti BNL e clienti dei principali competitors nazionali e locali	Interviste telefoniche (CATI)	dicembre 2009	Confronto competitivo del livello di soddisfazione dei clienti
Indagine Clienti Investitori	3.000 Clienti investitori BNL	Interviste telefoniche (CATI)	dicembre 2009	Indagine conoscitiva sui "sentiment" dei clienti investitori BNL
ACE - CS Processo Mutui	600 clienti che hanno sottoscritto un Mutuo con BNL	Interviste telefoniche (CATI)	ottobre 2009	Verificare il livello di soddisfazione dei clienti che hanno sottoscritto un Mutuo con BNL negli ultimi 6 mesi
Mutui on Line + Mystery	150 interviste a clienti prospect	Interviste telefoniche (CATI) + 12 inserimenti di form effettuati da Mystery Client	ottobre 2009	Verificare il livello di soddisfazione dei clienti prospect che hanno compilato il form sul Mutui on Line chiedendo info sui mutui BNL

## OBIETTIVI 2010:

Nel 2010 sarà incrementato il peso dell'indice di customer satisfaction all'interno del sistema di incentivazione per i ruoli di Rete: dal 10% al 30%. Il principio dell'assegnazione del valore obiettivo alle singole Agenzie è quello del "miglioramento graduale". Alle Agenzie che nel 2009 hanno avuto un indice di soddisfazione più basso verrà richiesto uno sforzo di miglioramento maggiore. Alle Agenzie "virtuose" verrà richiesto il mantenimento del livello di servizio raggiunto.





## Reclami e segnalazioni

Nel 2009 la Divisione Retail e Private ha registrato e gestito circa 4.500 reclami formali, dato stabile rispetto a quanto rilevato nel corso del 2008. La gran parte di questi reclami (45,8%) sono relativi all'operatività sul Conto Corrente e Servizi correlati e registrano un aumento rispetto al 2008, mentre il 22,8% delle problematiche si riferisce all'ambito dei finanziamenti, dato leggermente in calo rispetto allo scorso anno. Seguono i reclami riguardanti l'intermediazione finanziaria, le polizze ramo vita (16,7%) -in calo rispetto allo scorso anno-mentre la monetica dal 12% passa al 9%. L'analisi per macro-causale evidenzia una prevalenza dei reclami per "esecuzione delle operazioni" (29,3%) in aumento rispetto al 2008 (20%) e "applicazione delle condizioni" (20%) in diminuzione rispetto allo scorso anno (23,6%). La terza macro-causale per importanza è quella dei reclami per "comunicazioni e informazioni al cliente", che raccoglie il 16% dei reclami. Diminuiscono infine i reclami sul "comportamento del personale" dal 5% al 3% del totale. Si consolida nel corso del 2009 il modello impostato l'anno scorso dalla struttura di Customer Satisfaction di BNL, di registrazione e gestione delle lamentele telefoniche, raccolte dal Centro di Relazione con la Clientela, che sono state anche quest'anno circa 5.000. Tale processo ha permesso poi, tramite la veicolazione della lamentele al responsabile dell'agenzia ove è radicato il rapporto del cliente, di contribuire al miglioramento della relazione.

RIPARTIZIONE RECLAMI PER PRODOTTO NEL 2009		
AREA PRODOTTO	2009	
	num	%
CC/DR e servizi correlati	2076	45,8
Monetica	422	9,3
Finanziamenti	1040	22,9
Intermediazione finanziaria e polizze ramo vita	759	16,7
Aspetti generali ed altro	239	5,3
Totale complessivo	4536	100%

RIPARTIZIONE RECLAMI PER AREA DI BUSINESS NEL 2009		
TIPOLOGIA DI CLIENTELA	2009	
	num	%
Privati e famiglie	3353	73,5%
Private Banking	109	2,4%
Business	666	14,6%
Corporate	435	9,5%
Totale complessivo	4563	100%



**PRINCIPALI MOTIVAZIONI DI RECLAMO NEL 2009**

MACRO-CAUSALI	2009	
	num	%
Comunicazioni e informazioni al cliente	734	16,1%
Personale	157	3,4%
Esecuzione operazioni	1338	29,3%
Condizioni	324	7,1%
Applicazione delle condizioni	924	20,2%
Anatocismo	113	2,5%
Merito di credito o simili	84	1,8%
Altro	889	19,5%
Totale complessivo	4563	100%

**Patti Chiari**

Nei primi mesi del 2009 è stata formalizzata l'adesione di BNL al nuovo statuto del Consorzio Patti Chiari ed al rispetto integrale degli "Impegni per la Qualità".

Sono trenta gli Impegni per la Qualità vincolanti per tutte le Banche che hanno aderito al nuovo statuto Patti Chiari.

Si tratta di un insieme di strumenti e di regole che le banche si impegnano a realizzare per lo sviluppo della mobilità della clientela, della semplicità e chiarezza informativa, dell'assistenza ai clienti e della sicurezza:

- Impegni che facilitano la trasferibilità dei servizi bancari
- Impegni sulla comprensione e scelta del conto corrente
- Impegni per la comprensione degli strumenti di investimento
- Impegni per l'assistenza alla clientela su aspetti chiave della relazione con la banca
- Impegni sulla sicurezza delle transazioni elettroniche e dell'internet banking

Il piano di attivazione di tutti i 30 Impegni da parte delle banche è iniziato a marzo 2009 e si concluderà entro il primo trimestre del 2010.

*Il nuovo modello di monitoraggio degli Impegni*

Il nuovo modello di monitoraggio e controllo sull'attuazione delle iniziative sostituisce il precedente modello basato sulla verifica da parte degli organismi di certificazione (DNV) e si baserà, una volta attivati tutti i 30 Impegni, su tre "strumenti di monitoraggio":

- l'autocertificazione tramite la reportistica di autovalutazione che ciascuna banca dovrà inviare periodicamente al Comitato di Consultazione;
- il monitoraggio dei reclami specificamente classificati "Patti Chiari";
- la realizzazione di indagini esterne (Customer Satisfaction e Mystery Clients) a campione sulla clientela/filiali delle banche consorziate a cura direttamente del Consorzio Patti Chiari.



### Gli impegni attivati

- Informativa ATM su commissioni Bancomat
- I 2 Motori di Confronto (Conti Correnti Ordinari ed a pacchetto) + i due ISP
- Guida Cambio Mutuo
- Trasferibilità automatica Dati Mutuo
- Trasferibilità Automatica RID
- Monitoraggio dei Tempi Medi di Chiusura C/C
- Pubblicazione dei Tempi Medi di Chiusura c/c
- Tempi di Rimborso Addebiti errati/non autorizzati su carta
- FARO su ATM
- I tempi medi di erogazione del credito per le piccole imprese
- Trasferibilità automatica Rate Mutuo/Prestito e Investimenti Informati.

### OBIETTIVI 2010:

Completare il piano di attivazione degli "Impegni per la Qualità" con gli interventi che riguardano la trasferibilità automatica di Bonifici, RIBA, Dossier Titoli ed estratto conto delle Carte di Credito.

Coinvolgere tutto il personale di agenzia in specifiche sessioni di formazione in e-learning sugli impegni attivati.

## Mercato Corporate

*“La crisi manifestatasi nel 2008 ha fatto sentire i suoi effetti anche nel 2009, aggravando le difficoltà di molti operatori economici. In questo contesto di contrazione economica generalizzata, la nostra Banca ha continuato a sostenere le iniziative dei clienti che scelgono la strada dell’internazionalizzazione, dell’innovazione tecnologica e gestionale e dell’efficienza.*

*Al contempo, si è scelto di garantire il massimo supporto al territorio e al sistema delle piccole e medie imprese, attraverso l’adesione ad accordi di categoria e territoriali, mettendo loro a disposizione le nostre competenze, la nostra voglia di crescere sostenendone lo sviluppo e le grandi opportunità garantite dal Gruppo BNP Paribas.*

*Per questo continuiamo a credere che la nostra responsabilità sociale risieda nella capacità di sostenere i nostri clienti nei loro progetti di miglioramento e di sviluppo, con particolare riguardo a quelli innovativi e rilevanti dal punto di vista ambientale, come nella determinazione a migliorare continuamente le nostre capacità di ascolto, valutazione e tempestiva risposta alle esigenze dei clienti”.*

Paolo Alberto De Angelis  
Divisione Corporate

### Sostegno alle imprese

In un contesto congiunturale certamente non favorevole, la Divisione Corporate ha continuato ad assicurare il più ampio sostegno alle contingenti richieste delle aziende, con particolare riferimento al segmento delle Piccole e Medie Imprese, confermando il ruolo attivo che BNL intende svolgere nella ripresa del ciclo produttivo.

L’impegno della Divisione si è focalizzato nel coniugare la “forza” che deriva dall’appartenenza al Gruppo BNP Paribas con il cogliere, in maniera tempestiva ed efficace, le opportunità dei “pacchetti anticrisi” messi in campo da organismi pubblici in favore del sistema imprenditoriale.

Le novità introdotte nel 2009 all’operatività del “Fondo Centrale di garanzia per le PMI”, unitamente alla ormai consolidata esperienza maturata dalla rete commerciale della Divisione Corporate nell’utilizzo dello strumento, sono risultati fortemente connotanti e competitivi rispetto agli altri utilizzatori (BNL è stata riconosciuta dal Gestore del Fondo quale primo partner tra gli utilizzatori bancari) consentendo nel 2009 di assicurare un volume di nuove erogazioni a PMI per ca. 420 milioni di euro. L’elevato gradimento da parte delle aziende verso tale forma di intervento trova peraltro conferma negli ulteriori 100 milioni di euro di nuove erogazioni registrati nei primi due mesi del 2010.

Tra gli strumenti di intervento promossi a livello regionale si possono elencare:

- “Made in Lombardy” - Iniziativa in partnership con Finlombarda Spa, finanziaria della Regione Lombardia, nel ruolo di soggetto cofinanziatore, che prevede la concessione di finanziamenti su progetti di innovazione, ricerca e sviluppo competitivo per un portafoglio complessivo di 500 milioni di euro (di cui 400 con fondi BNL e 100 con risorse Finlombarda Spa) assistiti dalla garanzia di un Fondo costituito con risorse comunitarie/regionali di 33 milioni di euro a copertura delle prime perdite;

- Banca Impresa Lazio – Sulla base di accordi relativi a due Programmi di intervento assistiti dalla garanzia di Fondi appositamente costituiti con risorse della Regione Lazio sono stati erogati nuovi finanziamenti a medio e lungo termine chirografari per circa 100 milioni di euro;

- Sviluppo Lazio/Banca Impresa Lazio – Accordo sottoscritto con altre banche operanti sul territorio regionale per la concessione nell’ambito di un Portafoglio Rotativo costituito in quota al 50% con risorse regionali a tasso agevolato, di un portafoglio di nuovi finanziamenti chirografari a medio termine per 240 milioni di euro.



Nell'ottica di un più capillare intervento sul territorio sono state ulteriormente massimizzate le sinergie commerciali con i principali organismi di garanzia fidi ponendo in essere e/o definendo accordi finalizzati a specifici prodotti/interventi qualificanti, a sostegno della liquidità, degli investimenti e degli asset patrimoniali (finanziamento ciclo produttivo, capitalizzazione, finanziamenti per consolidamento passività bancarie a breve/investimenti, ecc.)

Un cenno particolare va fatto per la moratoria. BNL ha aderito all'avviso comune per la sospensione dei debiti delle piccole e medie imprese verso il sistema creditizio sottoscritto da ABI, Governo e Associazioni imprenditoriali.

In tale ambito la Divisione Corporate ha attivato tutti gli interventi di natura organizzativa per dare concretezza a tale accordo, sia adeguando le proprie procedure interne, al fine di assicurare la massima tempestività nella valutazione e lavorazione delle richieste pervenute, sia attraverso un adeguato programma di formazione/informazione dei gestori della rete distributiva.

Al 12/03/2010 risultavano accolte 923 domande di moratoria da parte di Clienti della Divisione Corporate, pari al 97% delle domande pervenute.

### Pubblica Amministrazione

La Divisione Corporate ha incrementato il numero delle controparti seguite attestandosi a 16.531 rapporti; sono stati rinnovati nell'ambito dei servizi di Cassa e Tesoreria i servizi con controparti di primario standing tra cui la Presidenza del Consiglio dei Ministri, il Senato della Repubblica, la Corte Costituzionale, le aziende del comparto della sanità della Sicilia ed acquisiti oltre 40 servizi relativi a controparti delle forze armate.

### Internazionalizzazione

Sostenere i processi di crescita delle aziende Italiane che decidono di esplorare nuovi mercati o di investire in nuovi paesi è un obiettivo chiave per il Corporate di BNL.

Il 2009, nonostante il contesto economico difficile, è stato un anno caratterizzato da risultati importanti in questo comparto di operatività.

Circa 250 nuove relazioni con imprese italiane sono state avviate nei paesi dove sono presenti gli Italian Desk e, in generale, presso la Rete Estera del Gruppo, portando il numero complessivo di relazioni ad oltre 700.

Dalla Cina agli USA, passando per il Vietnam, l'India ed il Bacino Mediterraneo, importanti progetti italiani all'estero sono stati attivamente supportati da BNL in diversi settori dell'economia. In particolare i comparti manifatturiero, delle infrastrutture e dell'energia nei paesi della sponda Sud del Mediterraneo hanno visto e continuano a vedere impegnate le aziende italiane sia grandi che medio-piccole.

Con l'obiettivo di agevolare ulteriormente l'accesso al credito delle aziende attive sui mercati esteri e con un focus sulle PMI, BNL ha avviato una collaborazione strategica con la SACE stipulando una convenzione che ha quale scopo l'erogazione di finanziamenti a medio e lungo termine in favore delle aziende italiane con un fatturato inferiore a 250 milioni di euro finalizzati a sostenere gli investimenti delle aziende italiane internazionalizzate o che intendano effettuare investimenti all'estero.

La partnership con la SACE completa il quadro delle collaborazioni che BNL ha avviato nel corso degli ultimi anni con soggetti istituzionali italiani (SIMEST, Assocamerestero, Associazioni Territoriali e Settoriali della galassia Confindustria) e consente alla Banca di operare anche in un'ottica di "sistema" per rispondere sempre meglio alle esigenze di consulenza, finanziamento, capitale ed assistenza bancaria all'estero delle imprese.

L'integrazione con Fortis offrirà inoltre, a partire dal 2010, nuove ed interessanti opportunità a BNL ed alle aziende clienti interessate ad operare nei mercati Europei. I due nuovi mercati domestici di Gruppo (Belgio e Lussemburgo) ed il rafforzamento del presidio degli altri paesi Europei



consentiranno a BNL di valorizzare ulteriormente l'appartenenza ad un Gruppo sempre più europeo e mondiale ed alle aziende clienti di poter beneficiare di una piattaforma di offerta di prodotti e servizi di qualità, facilmente accessibili attraverso il loro interlocutore BNL dedicato.

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, anche nel corso del 2009 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 abbiano fra i punti qualificanti la sostenibilità ambientale, connotazioni sociali o culturali.

In un contesto dove l'economia italiana ha visto continuare una significativa recessione che solamente nel III trimestre del 2009 (dati diffusi dall'Istat sulle componenti del PIL) ha visto segnali di miglioramento il team di Finanza d'Impresa ha raccolto 215 mandati (completati/execution), con un incremento di oltre il 13% rispetto al 2008 ed a fronte di oltre 900 visite qualificate alla clientela di riferimento.

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 vendita di energia e gas naturale.

Di rilievo in tal senso si segnalano interventi a sostegno di qualificati operatori nel settore della distribuzione e vendita di energia e gas (complessivi circa € 140 ml) ed un finanziamento di complessivi € 36 milioni destinato alla realizzazione di un parco eolico in Molise.

Nel settore della raccolta e trattamento di rifiuti è stato organizzato congiuntamente ad Ifitalia un pacchetto finanziario di circa € 60 ml a favore di un importante operatore italiano nell'ambito di un'operazione straordinaria di integrazione/acquisizione.

Nell'ambito delle iniziative imprenditoriali finalizzate alla realizzazione di parchi fotovoltaici la Banca si è dedicata allo sviluppo di opportunità di media taglia (almeno 1,0 MW) determinando un interessante pipeline di progetti in corso di valutazione, la cui finalizzazione è prevista nel corso del 2010. 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 dei processi di valutazione interni la Banca ha continuato ad avvalersi del supporto di consulenti indipendenti in particolare per le valutazioni di natura tecnico-ambientale sulle operazioni a 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 2009 è stato per il Cash Management un anno di consolidamento del modello di business anche in virtù della storica relazione con aziende e con la Pubblica Amministrazione e dell'expertise internazionale mutuata da BNP Paribas. A seguito dell'acquisizione di Fortis e del conseguente rafforzamento del Gruppo, la priorità strategica attribuita al Cash Management trova immediata applicazione nella creazione di un "competence center" mondiale a Bruxelles dove si svilupperan-



no tutte le sinergie d'offerta, organizzative e commerciali per tutto il Gruppo BNP Paribas. 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 rispondere a tutte le esigenze relative alla gestione della liquidità aziendale, da quelle più semplici a quelle più complesse, che necessitano di soluzioni altamente sofisticate ed innovative. Nel 2009 sono stati circa 28.000 i clienti corporate gestiti da BNL ed oltre 16.500 i clienti appartenenti al mercato Pubblica Amministrazione.

Nel corso dell'anno sono stati aperti circa 80 conti correnti grazie all'ufficio TES (Trans European Banking Services - ufficio deputato all'avvio di nuove relazioni internazionali a distanza) del Cash Management su una delle tante filiali del Gruppo BNP Paribas nel mondo e sono state avviate numerose relazioni 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 con la presenza di esperti sia in Rete che in Direzione, 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 30 specialisti a livello centrale o specialistico alla Rete. Grazie quindi alla costante spinta all'innovazione ed al miglioramento continuo dell'offerta, BNL è oggi in grado di rispondere in modo sempre più innovativo e puntuale alle richieste dei propri clienti Corporate e Pubblica Amministrazione e di proporsi come punto di riferimento in grado di fornire le migliori soluzioni rispetto alle specificità organizzative e gestionali di ciascuna azienda.

## Ascolto del cliente corporate

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

Questa indagine è 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, rapportando i valori medi ottenuti su base 100 per uniformità con le altre rilevazioni aziendali, si è attestata, nel corso dell'ultima rilevazione effettuata nel 2009, su un valore medio di 65 per le imprese e di 72 per gli enti della PA. Entrambi i giudizi sono in linea con quelli registrati nell'anno precedente. Il 65% degli intervistati è soddisfatto di BNL in misura uguale o superiore ad altre banche del sistema e, nel 79% dei casi, ritengono che BNL sostenga le imprese attraverso l'erogazione del credito in misura uguale o superiore ad altre banche.

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



## Controversie legali

*“Il legale della Banca orientato al servizio del cliente.*

*Ispirati da questo obiettivo, abbiamo modificato il modello organizzativo della nostra funzione legale, cogliendo le diverse sfide che caratterizzano il particolare momento che il settore bancario e più in generale il contesto sociale sta vivendo.*

*Le attività di assistenza e consulenza legale alle strutture della Banca sono ora assicurate mediante un network integrato di legali e referenti, sia presso la Direzione sia direttamente sul territorio; strumenti informativi pratici sono a disposizione di tutti i colleghi così come ad essi sono dedicate comunicazioni periodiche di approfondimento e sessioni di formazione interna sui più rilevanti e complessi temi giuridici.*

*Un sistema integrato, con l'intento ed il reale obiettivo di essere il “legale di fiducia” di ciascun collega e, suo tramite, dello stesso cliente.*

*Anche al fine di prevenire la conflittualità; ed in un anno di crisi, quale quello trascorso, il contenzioso non è aumentato. Questo è stato possibile grazie alla filosofia del “dialogo” con il cliente, valutando di volta in volta le sue ragioni e correggendo le nostre lacune e, grazie alla prevenzione, abbiamo cercato di rendere i nostri contratti più chiari e comprensibili.*

*Ogni giorno in ognuna delle nostre Agenzie, un cliente, giovane, anziano, straniero, professionista, imprenditore, ha tante piccole o grandi esigenze e chiede chiarimenti: il nostro approccio è quello di ascoltarlo e aiutarlo nella migliore soluzione. Questa filosofia ovviamente ha un valore commerciale, ma anche un grande valore sociale, che per noi è essenziale.*

*Semplificazione, trasparenza, chiarezza ed educazione al risparmio e al credito nelle relazioni sono ricchezze sociali. BNL si impegna a metterle a disposizione della propria clientela”.*

Paolo D'Amico  
Direzione Legale

La proliferazione di nuove normative e regolamentazioni, l'intervento sempre più pressante dei Regulators, la crescente complessità dei prodotti, hanno favorito l'incremento del bisogno di consulenza legale; al contempo la crisi economico/finanziaria, le campagne mediatiche su alcuni prodotti e servizi bancari, hanno influito sui rapporti con la clientela, già ampiamente provati dalla crisi degli anni scorsi con i noti default, incrementando i contenziosi con la clientela stessa. Questo nuovo contesto ha ispirato la riforma organizzativa che la funzione legale di BNL ha voluto intraprendere. La gestione degli affari legali viene orientata maggiormente al servizio del cliente, alle sue esigenze, ed a questo scopo le attività di assistenza e consulenza sono ora assicurate mediante un network integrato di avvocati e referenti sia presso la Direzione sia presenti direttamente sul territorio, secondo definite specializzazioni. A fianco di ciò, e per una sempre più veloce e puntuale risposta alle problematiche della clientela, sono a disposizione di tutto il personale della Banca appositi strumenti informativi “pratici” cui poter fare ricorso; un legal and regulatory watch report viene costantemente aggiornato sulla evoluzione della normativa, sulle novità legislative e regolamentari, su “casi legali” di particolare interesse; specifici questionari legali (cd. “FAQ”) che riportano i quesiti più ricorrenti per materia e le relative risposte; ai più rilevanti e complessi temi giuridici sono dedicate comunicazioni periodiche di approfondimento e sessioni di formazione interna dei colleghi direttamente coinvolti. Un sistema integrato, con l'intento ed il reale obiettivo di essere il “legale di fiducia” di ciascun collega e, suo tramite, dello stesso cliente. La logica del “dialogo” con il cliente è presente, naturalmente, anche in caso di conflittualità.

Le controversie sono infatti gestite con apertura e flessibilità, ponendo massima attenzione alle esigenze della clientela in un'ottica di trasparenza e correttezza delle relazioni improntate al principio di legalità. In quest'ottica nel 2009 per un terzo del contenzioso definito con la clientela si è ricorso allo strumento della transazione. Circa il 60% delle controversie in materia di bond in





default - dal momento del loro sorgere a tutt'oggi - sono state definite con transazioni.

Ancor più fondamentale è prevenire la conflittualità.

A questo scopo, grande impegno è dedicato sia alla ricerca di ogni migliore soluzione, nel rispetto delle "regole", nelle singole situazioni prospettate, sia al continuativo processo di semplificazione, trasparenza e chiarezza delle clausole contrattuali, volendo porre BNL ai più elevati standard di fiducia e reputazione.

Ogni nuovo prodotto, servizio, convenzione o attività sono sottoposti preventivamente ad un apposito Comitato in cui è presente anche la funzione legale della Banca per il proprio esame e valutazione. Analogamente vengono sottoposte alla funzione legale le istruzioni operative interne, con particolare riferimento alla commercializzazione dei prodotti e servizi.

### Revocatorie

Le cause di revocatoria sono promosse per ottenere, con riferimento all'anno o al biennio antecedente l'assoggettamento della cliente alla procedura concorsuale, la condanna della Banca alla restituzione di somme accreditate sul conto corrente ovvero la dichiarazione di inefficacia di garanzie acquisite.

I tempi medi di definizione dei giudizi, sono individuabili in circa 4/5 anni per il primo grado ed in 2/3 anni per il secondo grado.

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 (IAS) è pari al 24% ca. del valore nominale delle cause in corso ed appare 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.

REVOCATORIE FALLIMENTARI (DATI AL 31.12.2009)		
DIREZIONE TERRITORIALE	CAUSE PENDENTI	PETITUM
CENTRO	90	45.676.902
LAZIO-SARDEGNA	64	55.824.219
NORD EST	101	256.269.630
NORD OVEST	99	174.294.456
SUD	165	150.659.369
Totale	519	682.724.576

### OBIETTIVI 2010:

Favorire il business, aumentare il controllo del rischio legale e gestire efficacemente, anche in prevenzione, i contenziosi della Banca.





## PERSONE

*“Uno dei pilastri su cui si fonda il nostro piano di sviluppo 2010-2012 è la sostenibilità dei risultati nel medio-lungo periodo.*

*Dal punto di vista risorse umane sostenibilità vuol dire salvaguardare nel tempo i livelli occupazionali di BNL e delle altre società BNPP in Italia, accompagnare le persone nei complessi e veloci processi di cambiamento con specifici programmi di formazione e riqualificazione, realizzare alcuni specifici progetti per le persone in difficoltà, sviluppare le potenzialità delle persone per creare la banca di domani.*

*Sono fatti e azioni concrete che abbiamo realizzato nel 2009 e che intendiamo consolidare e migliorare nel prossimo anno.*

*Costruire un'impresa responsabile è un impegno che riguarda ognuno di noi, giorno per giorno; sta a noi realizzare un'azienda in linea con questi principi, mettamoci al lavoro”.*

Gianfilippo Pandolfini  
Direzione Risorse Umane

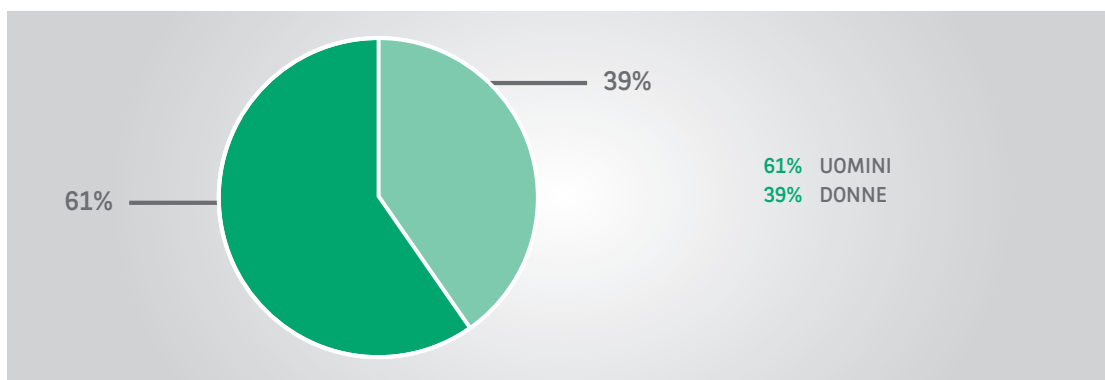
### Composizione organici

#### Composizione

Il personale della Banca si compone di 13.753 risorse. Il 39% del totale è composto da donne, in netta crescita rispetto agli anni precedenti nonostante il numero complessivo dei dipendenti sia diminuito del 2,2% rispetto al 2008.

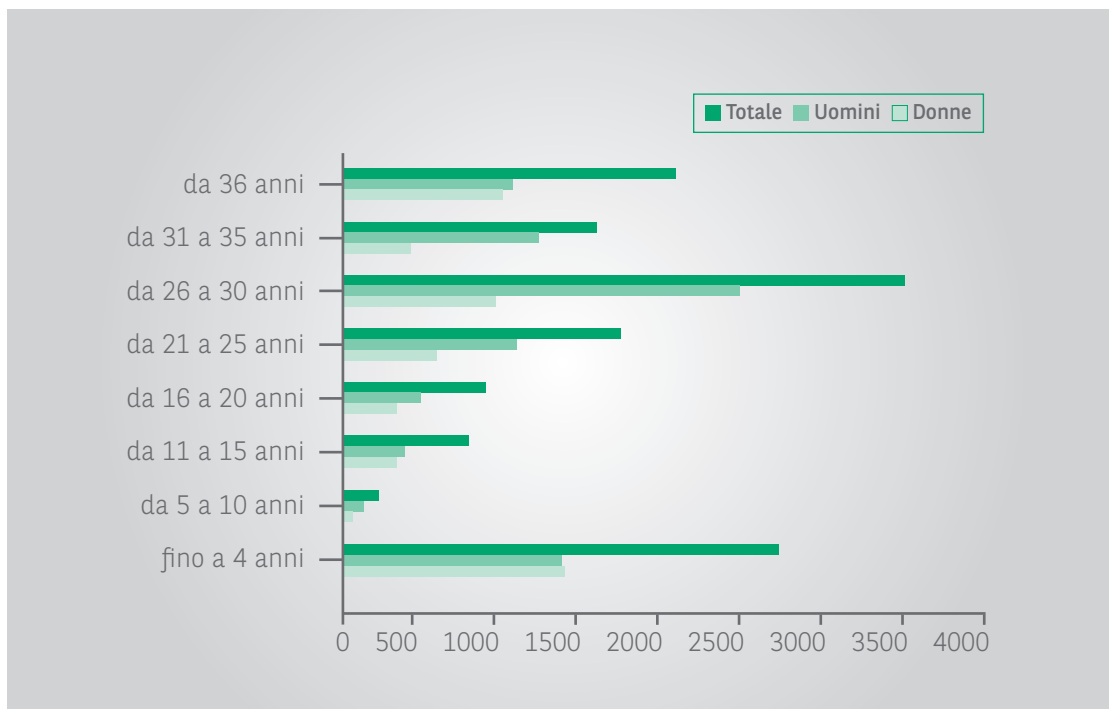
PERSONALE BNL		
	2008	2009
DONNE	5.334	5.413
UOMINI	8.731	8.340
TOTALE	14.065*	13.753*

\* Totale complessivo del personale distaccato

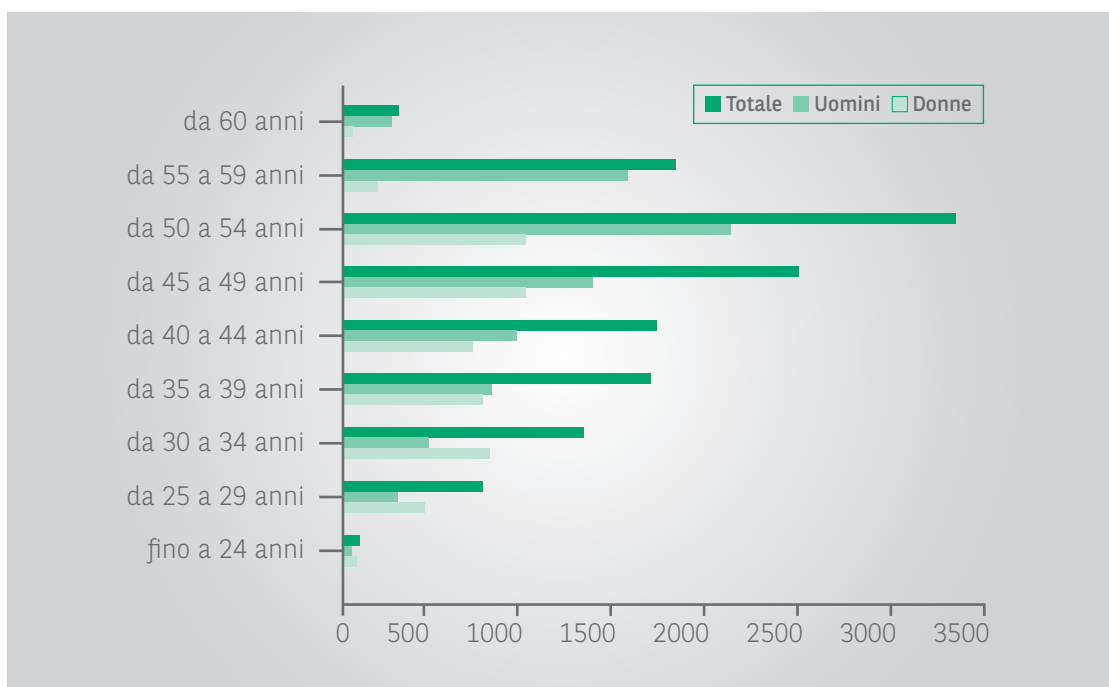




L'anzianità media di servizio dei dipendenti BNL è di 18 anni e 8 mesi: la maggiore incidenza (25,6%) riguarda i dipendenti con un'anzianità di servizio tra i 26 e i 30 anni, gli assunti negli ultimi quattro anni costituiscono il 20% del totale.



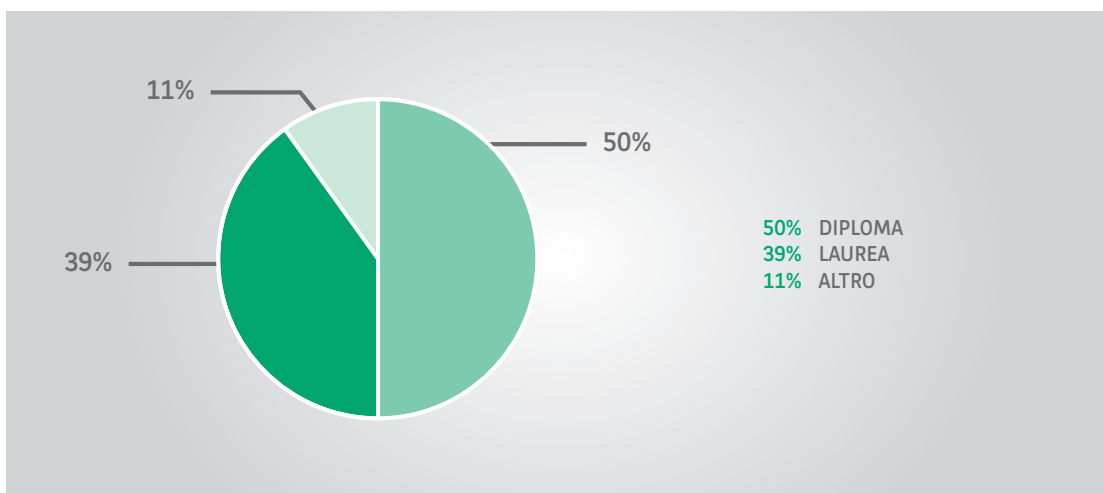
L'età media del personale è di 45 anni e 10 mesi: il 16% dei dipendenti ha una età inferiore ai 34 anni, percentuale che raggiunge il 28,5% includendo i dipendenti con età inferiore ai 39 anni.





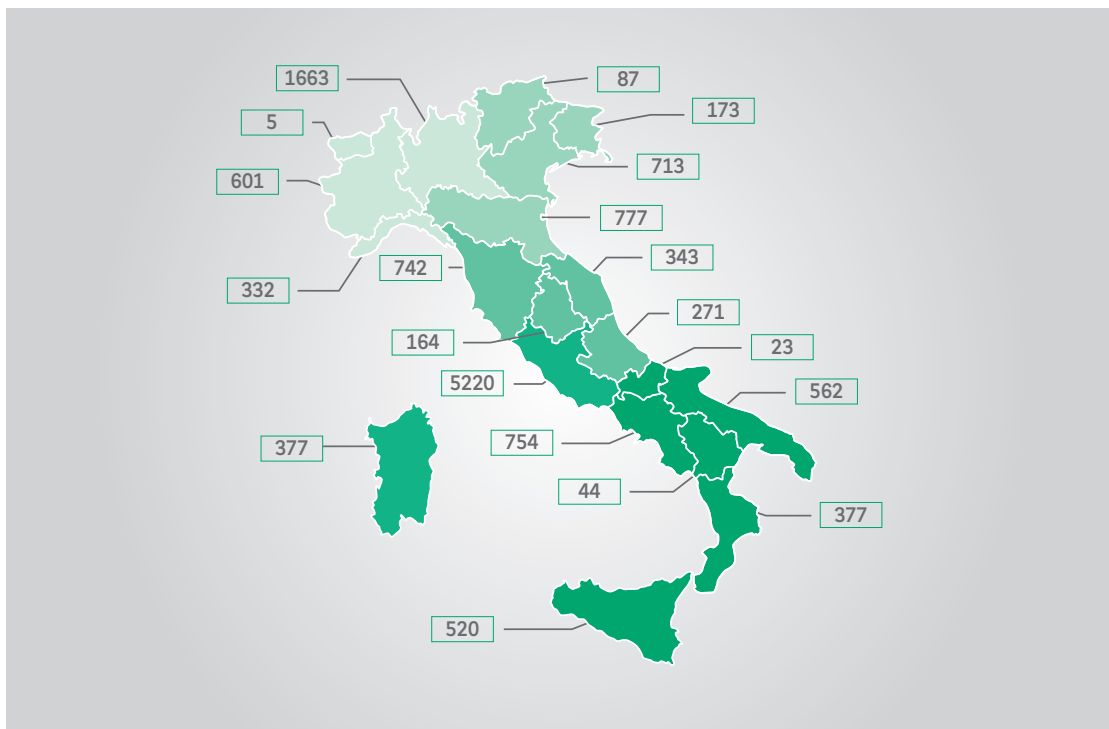
Costante il trend di crescita del livello di scolarità negli ultimi anni, le risorse laureate nel 2009 sono il 39% mentre nel 2008 erano il 37% (nel 2005 il 30%). La percentuale dei non laureati, di riflesso, è in diminuzione (50% sono diplomati e 11% con licenza media inferiore o elementare).

SCOLARITÀ	2008			2009		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
LICENZA MEDIA INFERIORE	440	1218	1658	413	1082	1495
LICENZA MEDIA SUPERIORE	2679	4501	7180	2639	4261	6900
LAUREA	2215	3012	5227	2361	2997	5358
<b>TOTALE</b>	<b>5334</b>	<b>8731</b>	<b>14065</b>	<b>5413</b>	<b>8340</b>	<b>13753</b>
SCOLARITÀ %	SUL TOT DONNE	SUL TOT UOMINI		SUL TOT DONNE	SUL TOT UOMINI	
LICENZA MEDIA INFERIORE	8%	14%		8%	13%	
LICENZA MEDIA SUPERIORE	50%	52%		49%	51%	
LAUREA	42%	34%		44%	36%	





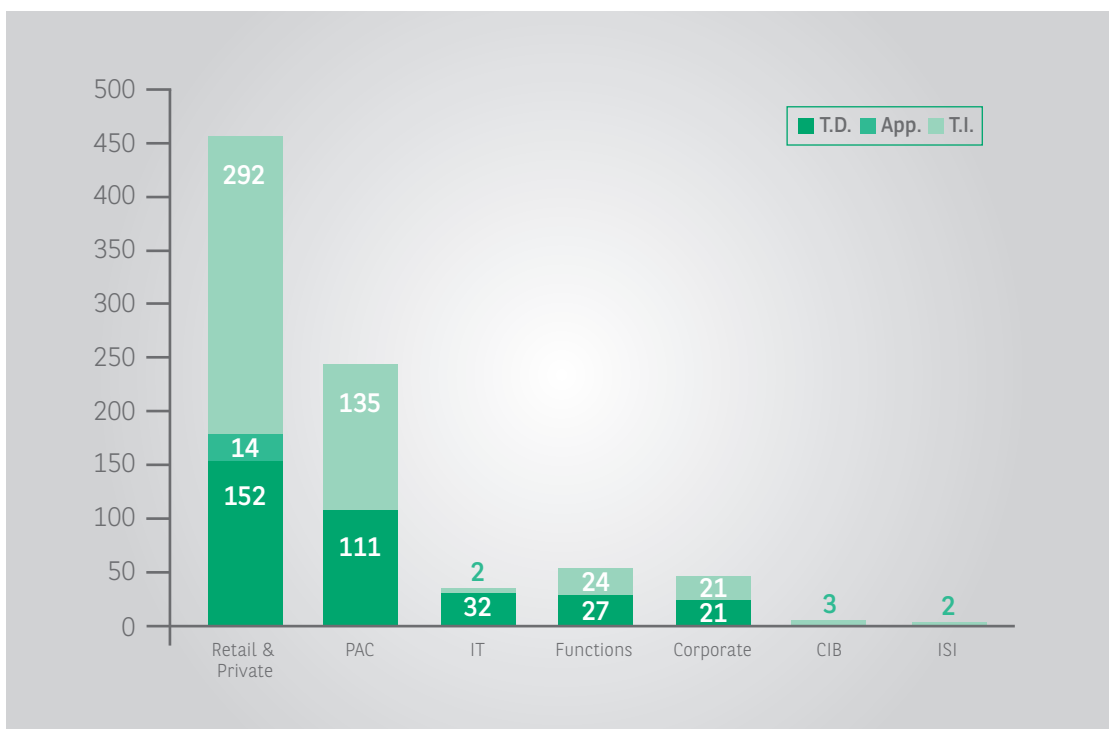
Distribuzione geografica del personale



L'incidenza del personale assegnato a punti vendita nel 2009 è aumentata del 2% rispetto al 2008; invariata l'incidenza delle risorse impegnate su attività direttamente collegate al business (86,3%).

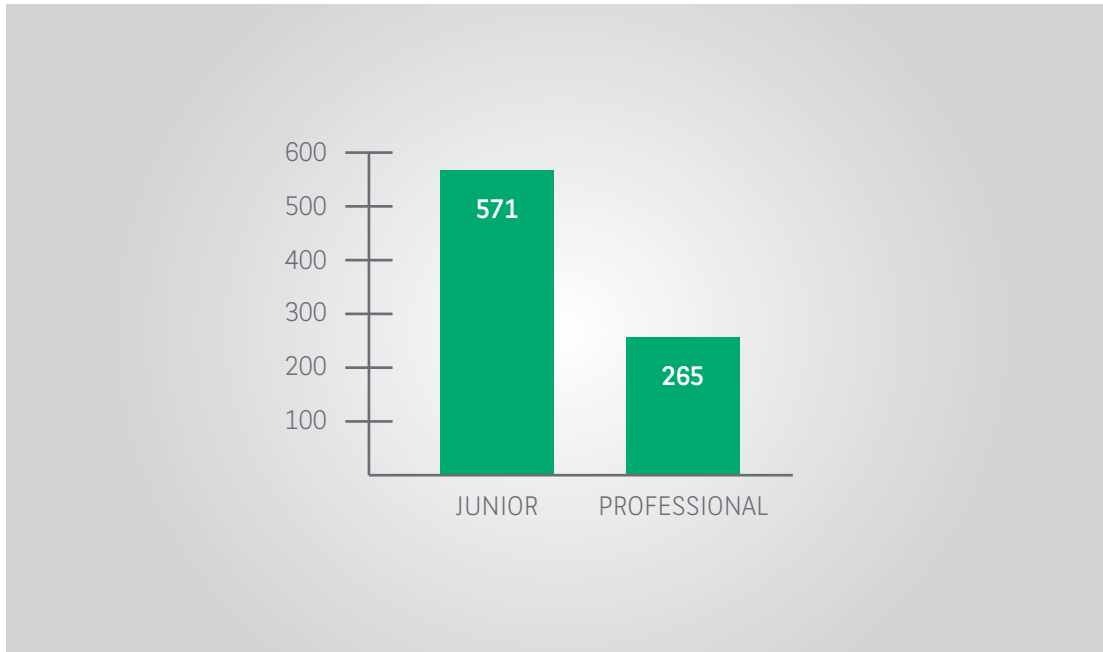
Dinamica organici

Assunzioni per Mestiere





Il focus delle assunzioni è stato inoltre indirizzato verso l'inserimento di ruoli junior, che hanno rappresentato il 68% del totale degli assunti, favorendo così un meccanismo di crescita e sviluppi interni.



Distribuzione "seniority" sul totale degli assunti: **Junior: 68%** - **Professional: 32%**

### Retribuzione annua lorda uomo/donna

In relazione al confronto effettuato tra la media della Retribuzione Annua Lorda degli uomini rispetto a quella delle donne a dicembre 2009 (con l'esclusione del personale espatriato), risultano i seguenti scostamenti percentuali tra le RAL medie:

- Dirigenti + 6% uomo vs donna
- Quadri + 13% uomo vs donna
- 3 Aree Professionali + 6% uomo vs donna

La Retribuzione Annua Lorda del personale part-time è stata riparametrata, riconducendola a quella di un lavoratore a tempo pieno.

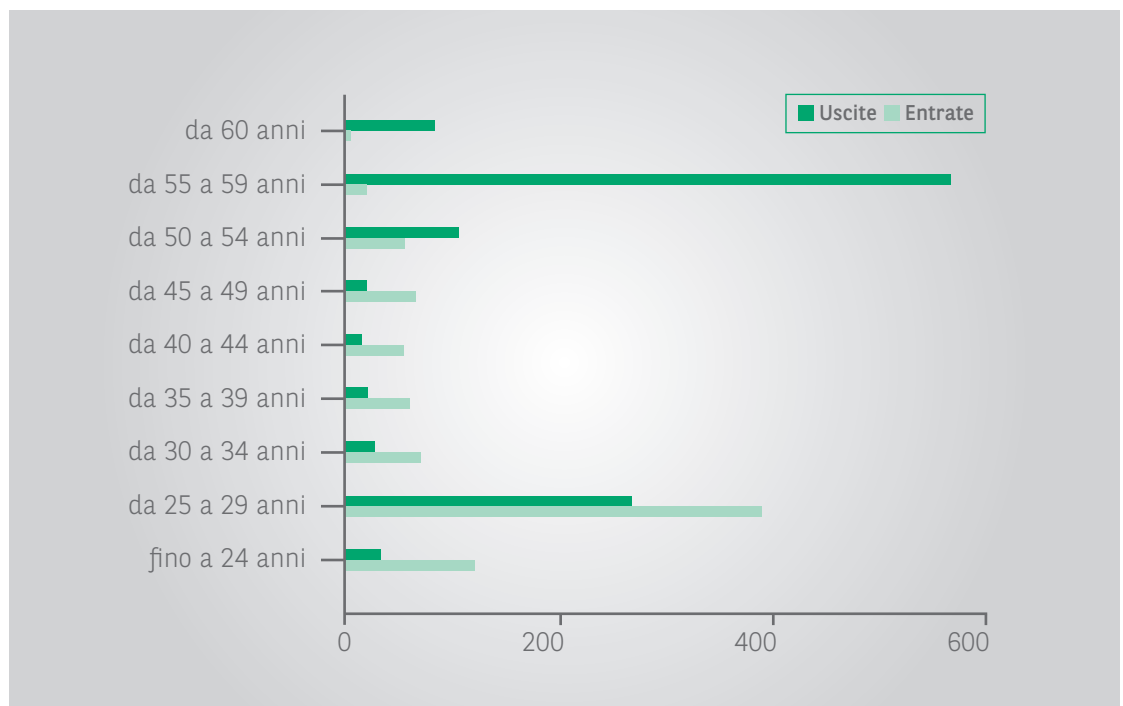


## Turnover

Nel 2009 sono state effettuate 836 assunzioni. Come già accaduto negli ultimi anni, le assunzioni hanno principalmente riguardato personale destinato alla rete distributiva (il 75% delle assunzioni è stato effettuato per ruoli di rete).

	TURNOVER 2008			TURNOVER 2009		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
TOTALE ASSUNTI NELL'ANNO	361	359	720	476	360	836
A TEMPO INDETERMINATO	163	236	399	158	183	341
CON CONTRATTO A TERMINE	162	107	269	310	173	483
APPRENDISTATO	36	16	52	8	4	12
TOTALE CESSATI NELL'ANNO	381	1057	1438	397	751	1148
A TEMPO INDETERMINATO	233	972	1205	185	632	817
CON CONTRATTO A TERMINE	148	85	233	212	119	331

Suddivisione delle  
assunzioni e cessazioni  
per fasce di età

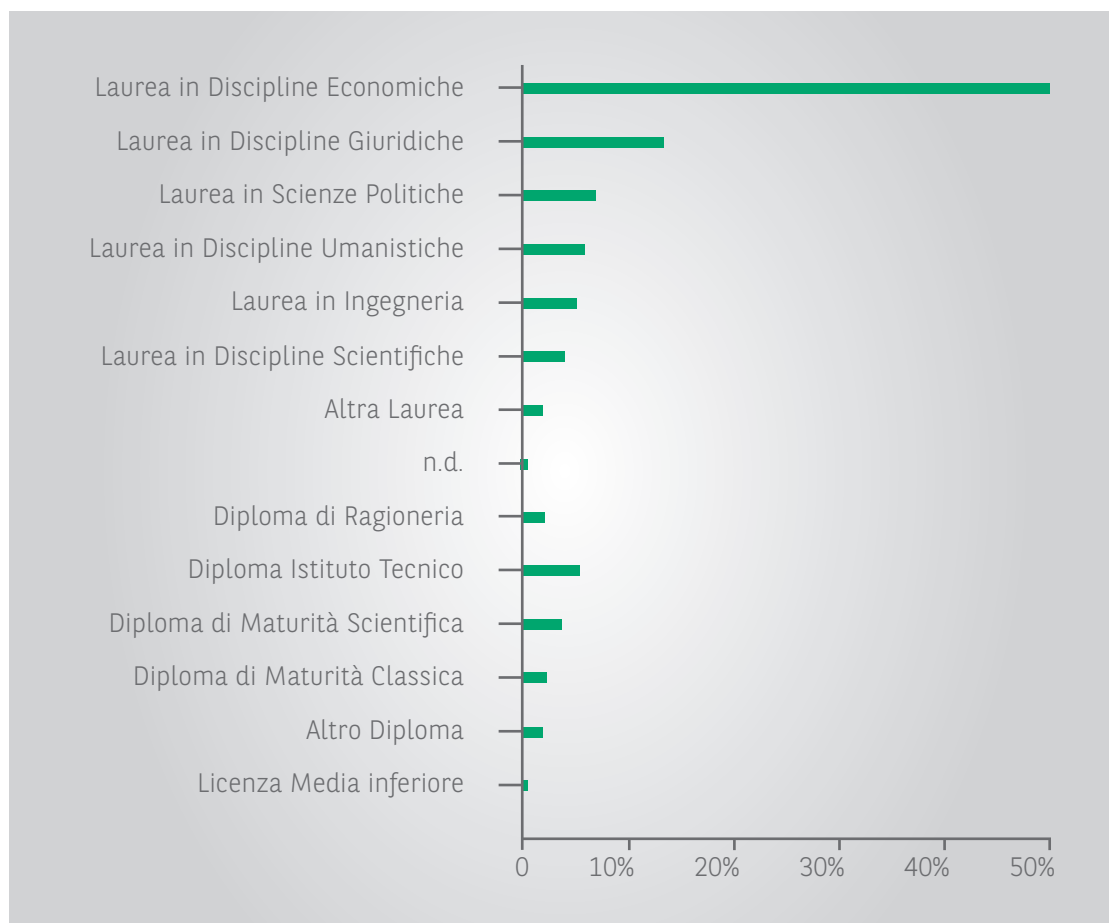




	2008			2009		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Totale risorse assunte	361	359	720	476	360	836
Dirigenti	5	28	33	1	4	5
Quadri	61	147	208	41	97	138
Aree professionali	295	184	479	434	259	693
Totale risorse cessate	381	1057	1438	397	751	1148
Dirigenti	2	35	37	1	35	36
Quadri	86	488	574	65	330	395
Aree professionali	293	534	827	331	386	717

Suddivisione per qualifica delle cessazioni ed assunzioni

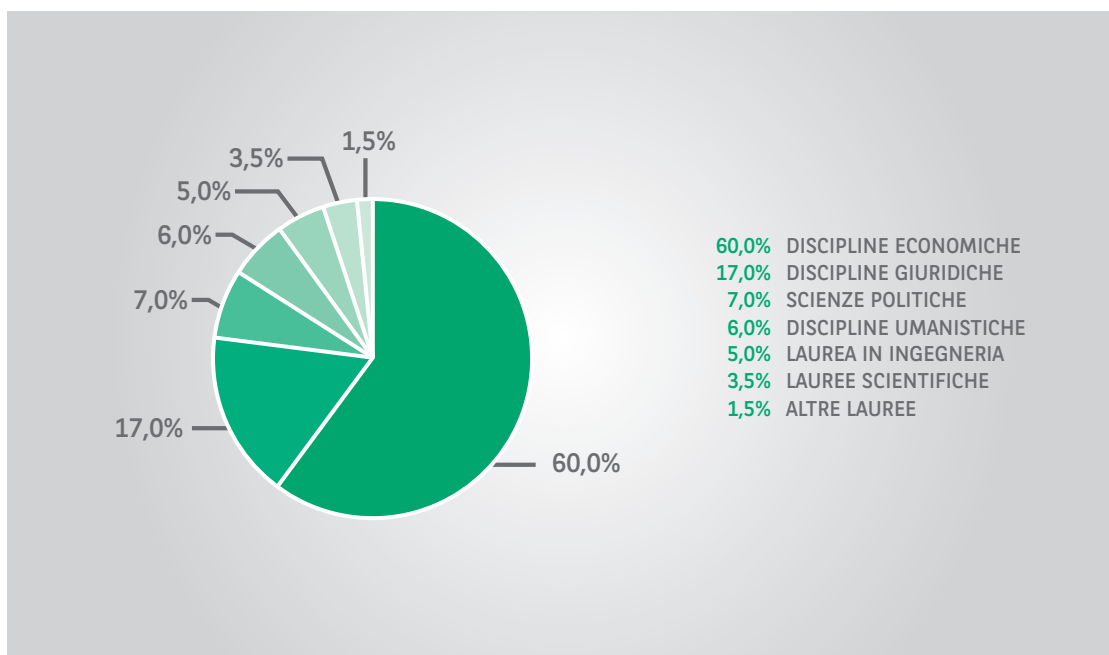
Degli assunti dal mercato del lavoro l'84% è laureato, la percentuale di laureati in materie economiche rispetto al totale dei laureati è pari al 60%.



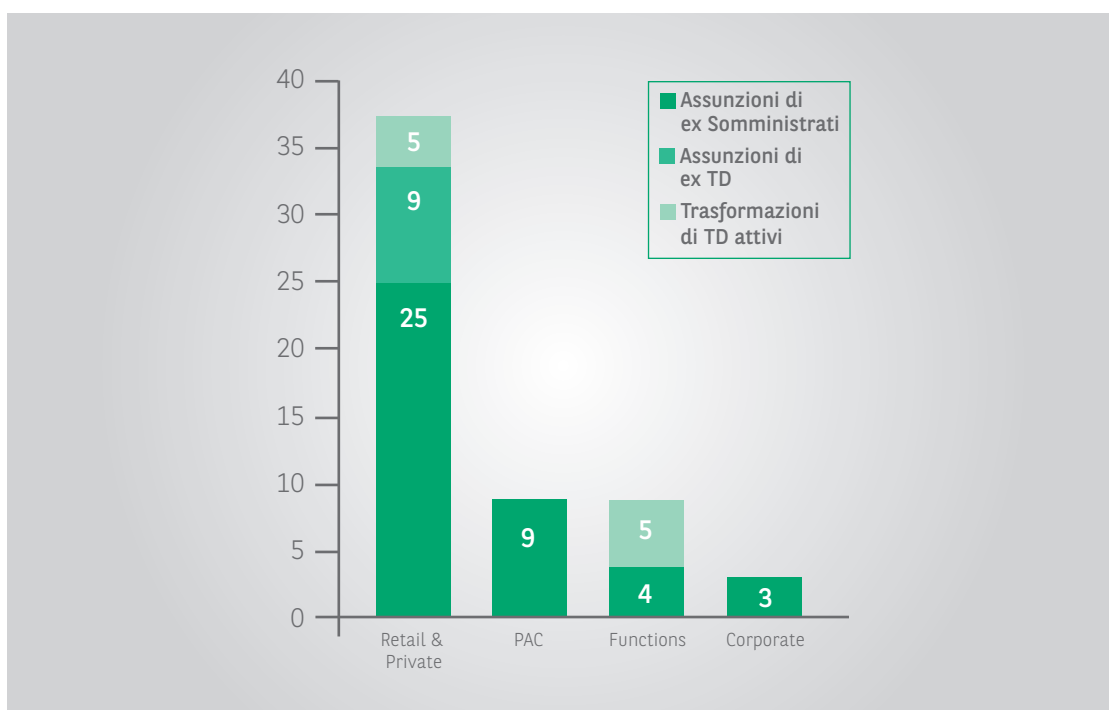




Suddivisione per tipologia di laurea



Nel corso del 2009, al fine di favorire un progressivo e sistematico avvicinamento al mercato del lavoro di giovani neo laureati alla loro prima esperienza professionale, sono stati assunti con contratto a tempo determinato 50 ex stagisti, pari a circa il 41% degli stage attivati. Per favorire, invece, il conseguimento di una maggiore stabilità a quanti disponevano di rapporti di lavoro basati su formule contrattuali flessibili, nel corso dell'anno sono stati trasformati a tempo indeterminato 60 tra ex tempi determinati ed ex lavoratori in somministrazione.



## Incontri con il mercato del lavoro

La volontà di perseguire una strategia di potenziamento e valorizzazione dell'immagine della Banca come datore di lavoro attrattivo e l'impegno a favorire nei confronti dei giovani laureandi delle occasioni di orientamento professionale ed una migliore conoscenza delle reali opportunità lavorative che la Banca può offrire, hanno spinto BNL a confermare il proprio investimento nella partecipazione a giornate dedicate ai giovani e al lavoro presso le principali università italiane o eventi fieristici specifici. Tali eventi hanno dato la possibilità a giovani neo laureati, e non solo, di conoscere BNL attraverso un contatto diretto. Anche per la Banca questi eventi hanno rappresentato un'ottima occasione per rafforzare la propria immagine sul mercato del lavoro e consolidare un canale fondamentale di raccolta di candidature neo.

Tutte queste iniziative, unite sia all'impiego di moderni strumenti di interazione con il target dei neolaureati - come ad esempio il ricorso a colloqui preliminari in videochat o la presenza sui principali social networks - sia alla presenza all'interno di campus universitari dove è stato possibile svolgere una forte funzione di supporto in materia di orientamento professionale, hanno potenziato l'immagine di BNL e rappresentato un approccio innovativo e originale, contribuendo al miglioramento dell'employer branding.

### *Figli ex-dipendenti*

Nel 2009 BNL ha continuato ad offrire ai figli di ex-dipendenti, orfani/vedovi di dipendenti in servizio la possibilità di accedere alle selezioni, il tutto nel segno di un'attenzione al personale e di un rafforzamento del senso di appartenenza all'azienda.

Nella sezione dedicata alla ricerca di personale del sito internet istituzionale è infatti possibile segnalare eventuali gradi di parentela con personale BNL. In particolare l'inserimento degli orfani è stato condiviso con le funzioni sindacali interne, con le quali è stata concordata l'attività di selezione e la pianificazione degli inserimenti in azienda nelle diverse sedi sulla base delle esigenze individuali.

Fino al 31 dicembre 2009 sono state raccolte 2.397 candidature, che sono state fatte oggetto di una prima fase di screening per valutarne la rispondenza con i requisiti richiesti dalle posizioni in ricerca. Al termine dei necessari screening, 322 candidati sono stati incontrati da Reclutamento e Selezione: 201 candidati hanno partecipato a sessioni di Assessment Center per ruoli di ingresso e 121 hanno effettuato interviste individuali per ruoli professionalizzati. Di questi candidati incontrati, 13 tra figli di ex-dipendenti sono stati assunti per ruoli di ingresso e 3 per ruoli professionali, mentre 6 sono state le assunzioni di orfani/vedovi.



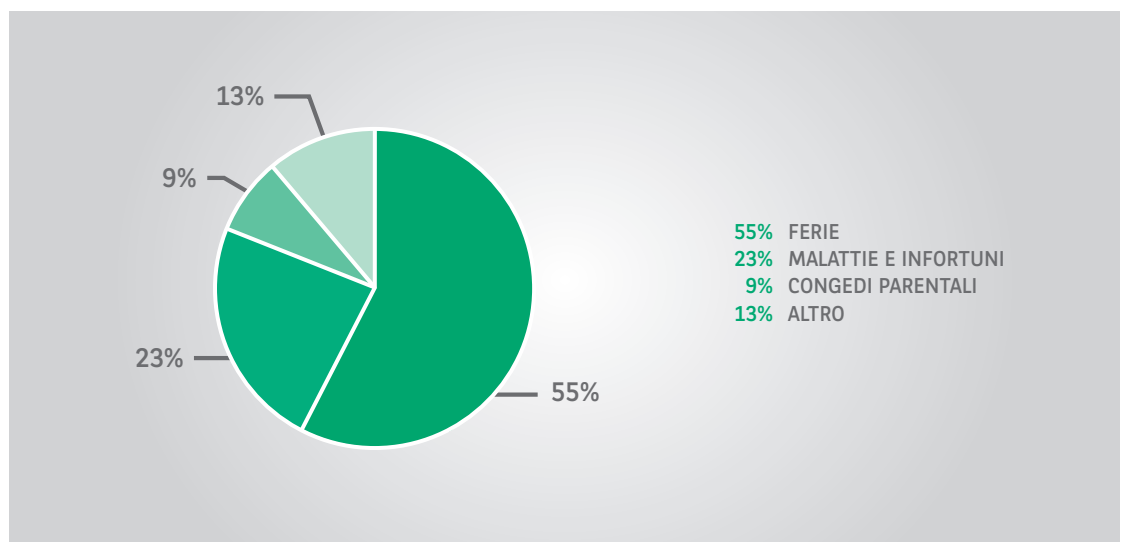
## Assenze del personale

La ripartizione percentuale delle assenze del personale mostra che il dato che incide maggiormente sul totale delle assenze è relativo a ferie e festività che risulta essere pari al 55%.

La malattia e gli infortuni sul lavoro incidono sul totale delle assenze per il 23%; la riduzione di 3 punti percentuali rispetto al 2008 è dovuta ad azioni gestionali mirate messe a punto nel corso del 2009.

Seguono con il 9% le assenze per congedi parentali che comprendono astensione obbligatoria, congedo di maternità, astensione facoltativa; tale dato è sostanzialmente in linea con quello del 2008.

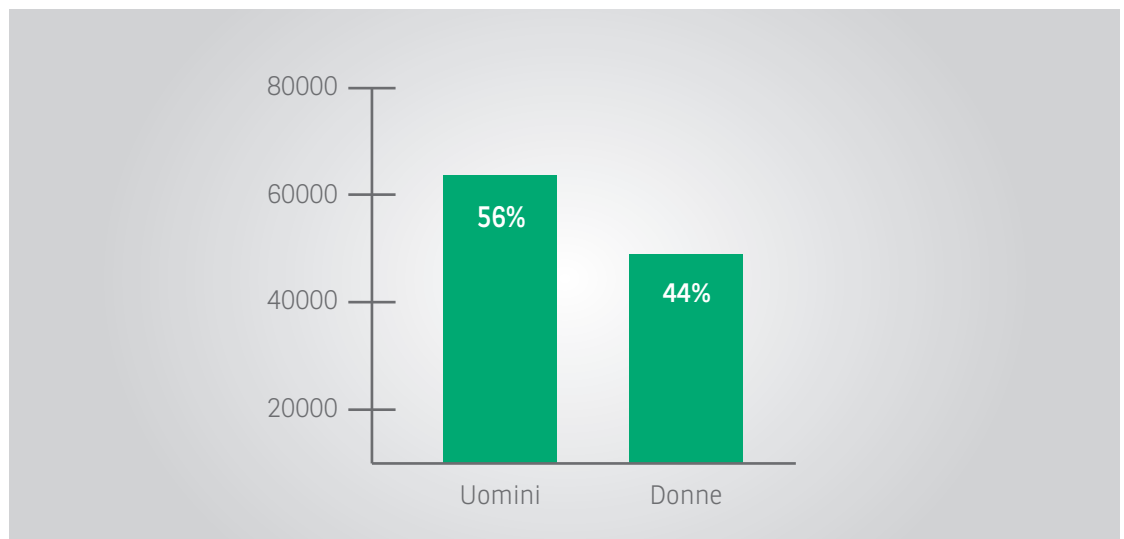
Tipologie di assenze

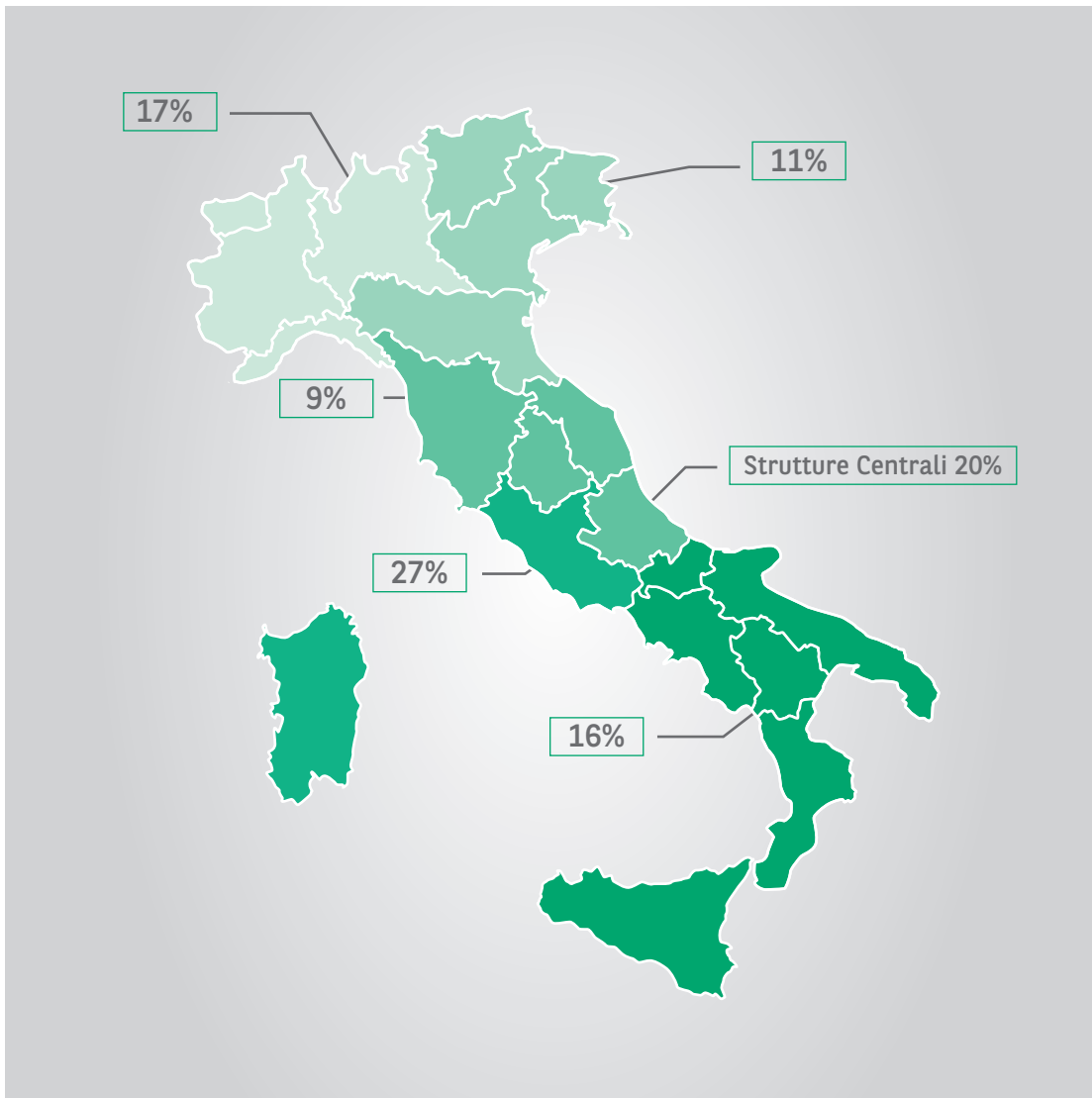


Di seguito riportiamo un dettaglio delle assenze per malattia e per infortuni distribuendole tra uomini e donne (in gg) e per area geografica (in %):

Nel 2009 sono stati registrati circa 140.000 giorni di malattia così distribuiti tra uomini e donne:

Malattia





Tasso di malattia distribuzione per area geografica (%)

### Campagna per la vaccinazione antinfluenzale

BNL ha avviato, nel periodo ottobre-novembre 2009, la campagna per la vaccinazione contro l'influenza stagionale 2009/2010.

La campagna era rivolta a tutti i dipendenti BNL, su base volontaria e gratuita e prevedeva due modalità operative:

- i dipendenti in forze presso le sedi BNL nelle quali è presente il laboratorio medico hanno potuto usufruire della vaccinazione, su richiesta, direttamente in sede presso il laboratorio medico aziendale,
- gli altri dipendenti hanno percepito il rimborso per le spese di acquisto e somministrazione presso altra struttura.

A conclusione della campagna, relativamente alle due tipologie, le adesioni sono state le seguenti:

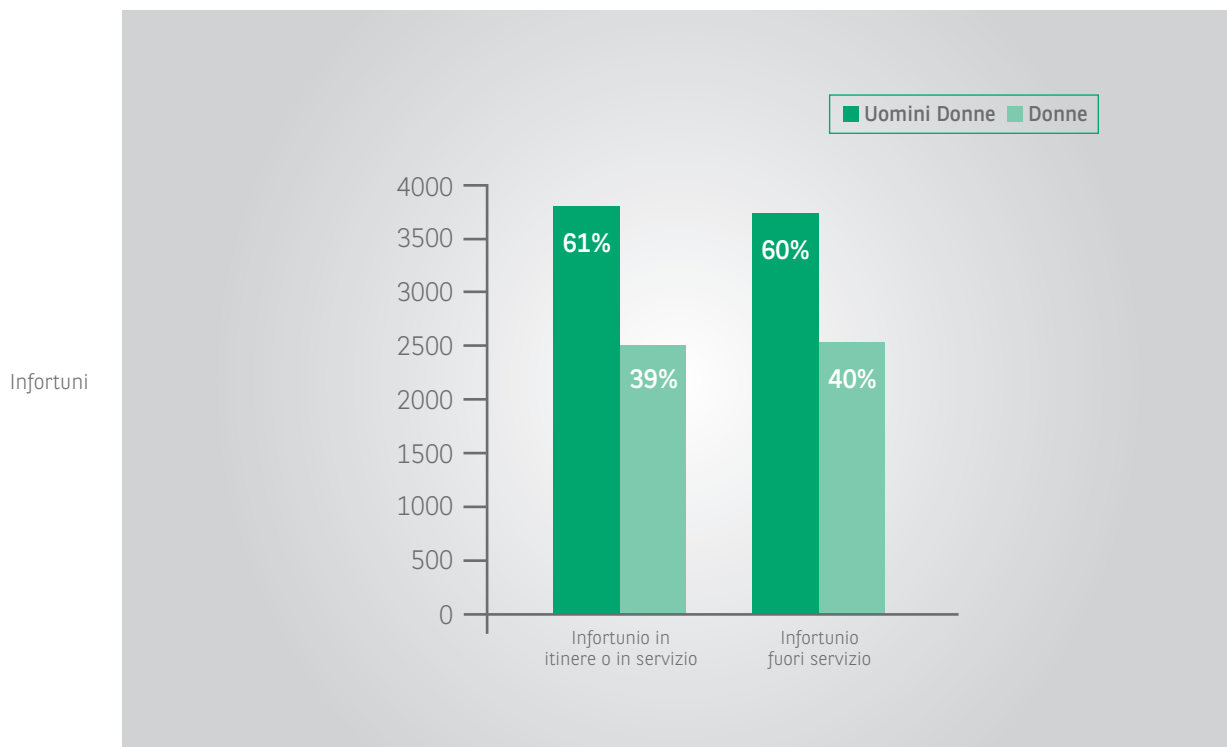
- somministrazione diretta presso gli ambulatori: 530 dosi (su 676 dipendenti prenotati)
- rimborso spese: rimborsati 214 colleghi (su 835 prenotazioni)

In totale, quindi, mentre si sono prenotati 1.602 dipendenti (11,4% dell'organico al 31.12.2009) hanno effettivamente fruito dell'opportunità n. 744 persone (5,4% dell'organico).

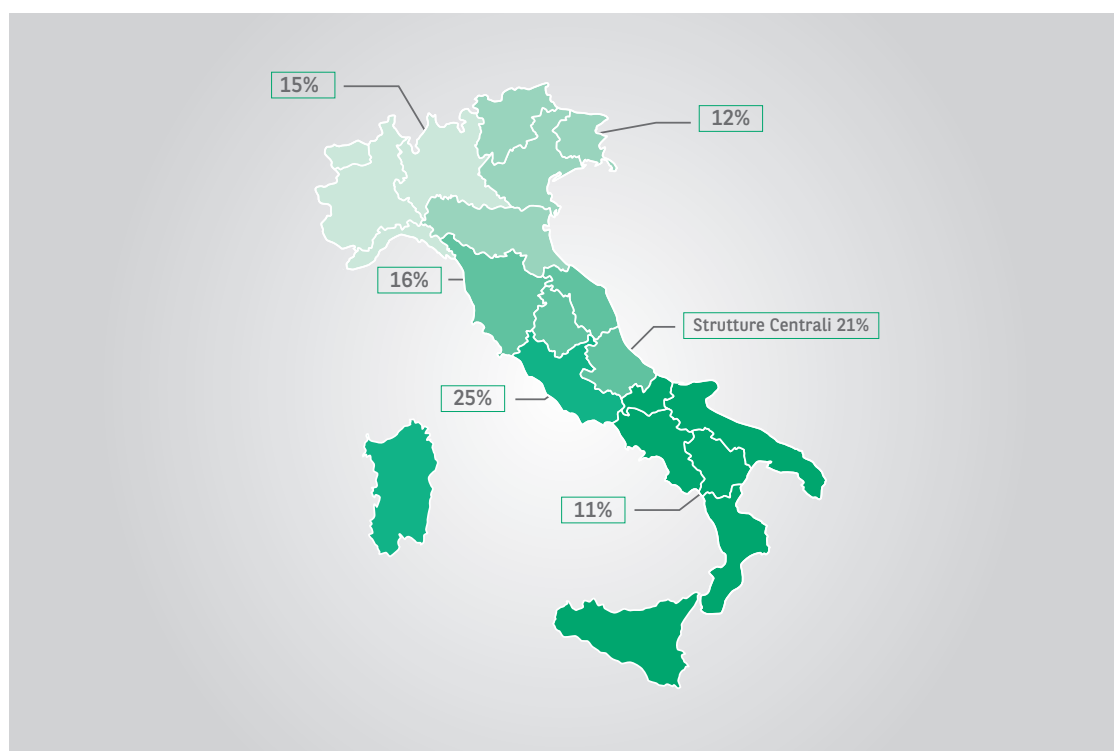


### Infortuni sul lavoro in itinere

Nel 2009 sono state registrate circa 12.000 giornate di assenze per infortuni così suddivise tra uomini e donne



Tasso di infortuni sul lavoro distribuzione per area geografica (%)



## Benefit per i dipendenti

La Banca interviene in favore del proprio personale concedendo condizioni agevolate sulle seguenti operazioni finanziarie e servizi banca:

- mutuo fondiario/edilizio, con l'attribuzione di un trattamento agevolativo diversificato in rapporto alla destinazione del finanziamento;
- prestito personale per esigenze di carattere personale e familiare;
- rapporto di c/corrente;
- carta di credito e di debito.

I beneficiari di tali agevolazioni sono i dipendenti BNL, del Gruppo BNL e del Gruppo BNP Paribas in Italia, assunti con rapporto di lavoro a tempo indeterminato, a tempo determinato o con contratto di apprendistato professionalizzante e che abbiano regolarmente superato, alla data della richiesta, il previsto periodo di prova.

### Cassa sanitaria

Possono aderire alla Cassa sanitaria tutti i dipendenti appartenenti alle Aree Professionali e ai Quadri Direttivi; tale agevolazione è estesa anche ai nuclei familiari risultanti dallo stato di famiglia. Si intendono equiparati i dipendenti con rapporto di lavoro sospeso o con distacco convenzionale.

### Buoni pasto

La Banca fornisce il buono pasto giornaliero per tutti i dipendenti; con una riduzione per i lavoratori part-time il cui orario di lavoro non prevede la pausa pranzo.

## Salute e sicurezza

BNL continua il percorso di adeguamento al D.Lgs. 81/08 e successive modifiche ed integrazioni - in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro - anche attraverso il piano triennale di monitoraggio e controllo di tutte le sedi. Fino a tutto il 2009, sono state visitate 430 sedi (di cui 102 nel 2008). Ogni singola ricognizione prevede la rilevazione e il monitoraggio dei parametri illuminotecnici, microclimatici ed ergonomici, al fine sia di verificare il rispetto dei riferimenti normativi, sia di adottare tutte le possibili soluzioni tecnico-impiantistiche più idonee per uniformarli ai parametri coerenti con la cosiddetta "fascia di benessere".

La pianificazione dei controlli del 2009 ha preso in carico anche le 67 nuove aperture, 66 ristrutturazioni, 7 riposizionamenti (spostamenti di punto vendita) e 215 restyling. Attenzione particolare continua ad essere rivolta alla sorveglianza sanitaria (n. 450 visite mediche effettuate nel 2009) ed alla formazione (v. tabella sotto).

Nel corso del 2009 inoltre è stato applicato quanto previsto dall'accordo sulla "Sicurezza" sottoscritto con le OO.SS. nel 2008 relativamente all'assistenza psicologica del personale coinvolto in eventi criminosi.

Tutte le rapine del 2009 hanno infatti visto l'intervento di personale specializzato in supporto dei colleghi interessati per tutelarne la salute e ridurre contestualmente la suscettibilità al rischio nel caso di eventi successivi in coerenza con disposizioni normative in materia.

La materia è comunque monitorata anche attraverso l'apposita commissione sulla salute e sicurezza che come previsto dalla legge si riunisce almeno una volta all'anno e nella quale sono rappresentati tutti i lavoratori dell'azienda.



## Sviluppo delle persone

### Valutazione Professionale

Il processo di Valutazione Professionale 2008-2009 è stato avviato il 3 novembre 2008 e si è concluso il 16 febbraio 2009.

I risultati raggiunti sono stati molto positivi: circa il 96,5% delle valutazioni sono state condotte secondo le modalità previste; con lo svolgimento – quindi – del colloquio di feedback finalizzato a condividere i risultati del 2008 e a pianificare gli obiettivi per il 2009.

Questo risultato conferma come i principi che hanno ispirato il ciclo di valutazione siano stati compresi e in gran parte rispettati:

- Qualità del processo, raggiunta attraverso una maggiore responsabilizzazione dei manager sul processo, ovvero dedicare tempo e attenzione al colloquio di feedback, come momento essenziale della valutazione.

La qualità delle valutazioni è stata espressa anche attraverso i criteri che il manager ha utilizzato, ossia il frutto dell'osservazione dei comportamenti messi in atto concretamente dai collaboratori e non un giudizio soggettivo.

- Qualità delle valutazioni, conseguita attraverso un processo di valutazione che impegna i manager non solo sui risultati raggiunti (il cosa) ma anche sui comportamenti agiti per il raggiungimento degli obiettivi (il come).

- Colloquio di feedback come input per lo sviluppo delle persone. Il colloquio è infatti un momento "chiave" per il confronto Capo-Collaboratore sulle performance ed i comportamenti individuali. Determina l'efficacia e la correttezza dell'intero processo di Valutazione Professionale, in quanto finalizzato alla crescita della persona in relazione al ruolo che ricopre e, in un'ottica di coerenza complessiva, contribuisce allo sviluppo professionale della stessa.

- Valutazione come momento di sviluppo manageriale: per la prima volta tutti i manager sono stati a loro volta valutati, attraverso specifici obiettivi, sulle loro performance di gestione e di sviluppo dei collaboratori. Questo ha contribuito ad accrescere la responsabilità dei manager e a rafforzare la consapevolezza del loro ruolo nei confronti dei collaboratori e del loro sviluppo professionale.

Anche quest'anno i Gestori Individuali hanno avuto un ruolo importante nelle attività di assistenza e consulenza ai manager. A supporto della loro attività, la Direzione Risorse Umane, ha fornito un servizio di help desk telefonico che nel corso dei circa 4 mesi di apertura del processo, ha gestito e risolto circa 900 richieste di assistenza da parte dei Gestori Individuali.

Il processo 2009-2010 è stato avviato il 1° dicembre 2009 con chiusura prevista l'11 febbraio 2010.

### OBIETTIVI 2010:

- Riconduurre la Valutazione Professionale, attualmente basata nel valutare risultati conseguiti e comportamenti tenuti, nel più ampio sistema di Sviluppo Professionale, prevedendo l'assegnazione dei sei obiettivi distintivi a tutte le persone della Banca al fine di allineare la valutazione qualitativa per tutti.
- Trasformare il colloquio di feedback in un vero e proprio piano di sviluppo per l'anno, rendendolo ancora più integrato con i sistemi di formazione e gestione in essere.
- Estendere la Valutazione Professionale a tutto il Gruppo Italia, coordinando sempre meglio anche le società del Gruppo.

## Pronto Risorse Umane

Pronto Risorse Umane è una struttura della Direzione Risorse Umane che ha la mission di fornire assistenza e supporto ai dipendenti e pensionati BNL.

Pronto Risorse Umane è accessibile attraverso 5 canali, telefono, mail, web, posta interna e self ticketing, e fornisce servizi utili per il lavoro, per la persona e la famiglia, per la propria economia, per le missioni ed il fondo pensione.

Tutti possono ricevere - con tempestività, uniformità e trasparenza - informazioni ed assistenza su mutui, prestiti, busta paga, fondo pensione, borse di studio e assegni per attività formative, assegni familiari, provvidenze per figli portatori di handicap, congedi parentali, variazioni anagrafiche, cessione del quinto dello stipendio, anticipazioni sul TFR e così via.

La qualità del servizio viene monitorata periodicamente da un'indagine di Customer Satisfaction e l'importanza crescente del servizio fornito, che sfrutta l'infrastruttura del contact center e la modalità impostata dal programma di customer service esterna, è provata dal trend del suo utilizzo, in costante crescita.

Ogni giorno Pronto Risorse Umane risponde a circa 250 telefonate con una percentuale di risposta superiore al 95%. Riceve 70-80 email e 7-8 self ticketing cui risponde entro un massimo di 3 giorni. Inoltre riceve in media 300 spedizioni per posta interna.

L'anno 2009 è stato caratterizzato principalmente da tre iniziative: il progetto ACE, l'accentramento del servizio di prenotazione viaggi e l'iniziativa "Pronto Risorse Umane sta con Telethon".

L'applicazione delle metodologie ACE ha portato alla riorganizzazione delle attività della struttura che ha consentito l'abbattimento dello stock delle pratiche ed un sensibile miglioramento del servizio al Cliente.

A dicembre 2009 è terminato il progetto di accentramento in Pronto Risorse Umane dei servizi di prenotazione per i viaggi.

L'iniziativa "Pronto Risorse Umane sta con Telethon" ha permesso a tutti i colleghi di partecipare alle donazioni per Telethon attraverso 2 nuove modalità: da Echo'Net con importo fisso di € 30 oppure telefonando a Pronto Risorse Umane con importo libero.

I vantaggi per i colleghi donatori sono stati:

- facilità e semplicità nell'effettuare la donazione sia telefonica che on line,
- addebito diretto in busta paga dell'importo donato posticipato a gennaio 2010,
- possibilità di godere dei benefici fiscali per la donazione effettuata,
- possibilità di finanziare il progetto Telethon dell'Unità Clinica Pediatrica dell'Istituto San Raffaele Telethon di Milano per l'acquisto di 6 vettori destinati alla sperimentazione della terapia genica su 2 gravissime malattie genetiche al momento incurabili: la leucodistrofia metacromatica e la sindrome di Wiskott-Aldrich.

### OBIETTIVI 2010:

Da gennaio 2010 Pronto Risorse Umane fornirà assistenza sulle prenotazioni e consulenza sulla travel policy per tutti i dipendenti BNL che si recheranno in missione per lavoro.





## Terremoto d'Abruzzo: iniziative a favore del personale

La Banca a seguito del grave terremoto che ha colpito l'Abruzzo, ha dimostrato una pronta capacità di reazione sostenendo i colleghi residenti o con sede di lavoro a L'Aquila o nei Comuni della provincia. Si tratta di 103 persone (100 dipendenti di BNL e 3 appartenenti a società del Gruppo) delle quali 41 hanno sede di lavoro e residenza anagrafica a L'Aquila.

In particolare, dal 6 aprile 2009 ad oggi, abbiamo fornito alloggio (appartamenti, camper, hotel, residence) a 28 nuclei familiari. La maggioranza dei colleghi che abbiamo ospitato a seguito dell'emergenza terremoto è ormai rientrata nelle rispettive abitazioni. La spesa sostenuta per tutto l'anno 2009 ammonta a 194.741 euro.

Nel mese di luglio 2009, i Comuni hanno cominciato ad erogare ai nuclei familiari terremotati il contributo per l'autonoma sistemazione, previsto dall'Ordinanza del 9 aprile (€ 100 per ogni componente del nucleo familiare per un importo massimo di € 400). Pur considerando tale previsione di legge, la Banca ha sostenuto le spese di sistemazione dei colleghi senza recuperare il contributo governativo, che è rimasto interamente nella loro disponibilità.

Inoltre, BNL ha deciso di applicare la sospensione contributiva e fiscale a favore dei dipendenti che ne hanno fatto richiesta. In aggiunta alle ordinarie agevolazioni previste per i colleghi, il 17 luglio 2009, è stato anche deliberato un prestito agevolato (a tasso zero per un massimale di 20 mila euro) in favore di dipendenti BNL (utilizzati da 22 persone) e delle Società del Gruppo BNL con sede di lavoro e/o residenza a L'Aquila e negli altri Comuni terremotati.

A seguito dell'iniziativa promossa dall'ABI a maggio, 1.526 dipendenti hanno devoluto 10 euro ciascuno al "Fondo nazionale del settore del credito per i progetti di solidarietà - Onlus" attraverso una trattenuta sulla busta paga. BNL, aderendo all'invito dell'ABI, ha effettuato un contributo di importo pari a quello raccolto dai dipendenti (15.260 euro).

La partecipazione dei dipendenti sotto forma di volontariato alle iniziative di aiuto a favore delle popolazioni terremotate è avvenuta con modalità tali da garantire che la partecipazione alla gestione dell'emergenza avvenisse in stretta collaborazione con le Istituzioni, oppure nell'ambito di Organizzazioni umanitarie in grado di salvaguardare l'incolumità e la sicurezza dei volontari nelle operazioni di soccorso. Sono stati 8 i dipendenti ai quali la Banca ha concesso permessi retribuiti secondo le vigenti disposizioni di legge.

Infine, a dicembre è stata deliberata l'erogazione di una somma "una tantum" per i dipendenti che hanno rinunciato al contributo Banca per le spese dell'alloggio, preferendo soluzioni alternative (costruzione casetta in legno o acquisto camper). Le somme vengono erogate su presentazione di documentazione giustificativa a fronte di un budget complessivo pari a 24 mila euro.



## Diversità

### Pari Opportunità

BNL promuove, come per gli anni precedenti, la politica delle pari opportunità. La presenza femminile nel 2009 si è attestata al 39,4% confermando il trend di crescita già riscontrato negli scorsi anni (+1,5% rispetto al 2008 e oltre 8% rispetto al 2004). Il personale direttivo femminile è cresciuto sia in valore assoluto (+2,7%) che come incidenza (+1,3%) rispetto al 2008. Sul totale dei quadri direttivi le donne sono il 27,9%, sul totale dei dirigenti raggiungono l'11,4%.

2008	DONNE			UOMINI			TOTALE
	FULL-TIME	PART-TIME	TOTALE	FULL-TIME	PART-TIME	TOTALE	
Dirigenti Centrali			0	12		12	12
Dirigenti	32		32	267		255	287
Quadri	1421	87	1508	4159	3	4162	5670
Aree Professionali	2968	826	3794	4251	51	4302	8096
<b>Totale</b>	<b>4421</b>	<b>913</b>	<b>5334</b>	<b>8689</b>	<b>54</b>	<b>8731</b>	<b>14065</b>

2009	DONNE			UOMINI			TOTALE
	FULL-TIME	PART-TIME	TOTALE	FULL-TIME	PART-TIME	TOTALE	
Dirigenti Centrali			0	9		9	9
Dirigenti	33		33	246		246	279
Quadri	1445	104	1549	3997	7	4004	5553
Aree professionali	2978	853	3831	4016	65	4081	7912
<b>Totale</b>	<b>4456</b>	<b>957</b>	<b>5413</b>	<b>8268</b>	<b>72</b>	<b>8340</b>	<b>13753</b>

Il personale direttivo, comprensivo di dirigenti e quadri, rappresenta circa il 42,5% del totale.



Il 2,1% è composto da dirigenti, il 40,4% da quadri direttivi.

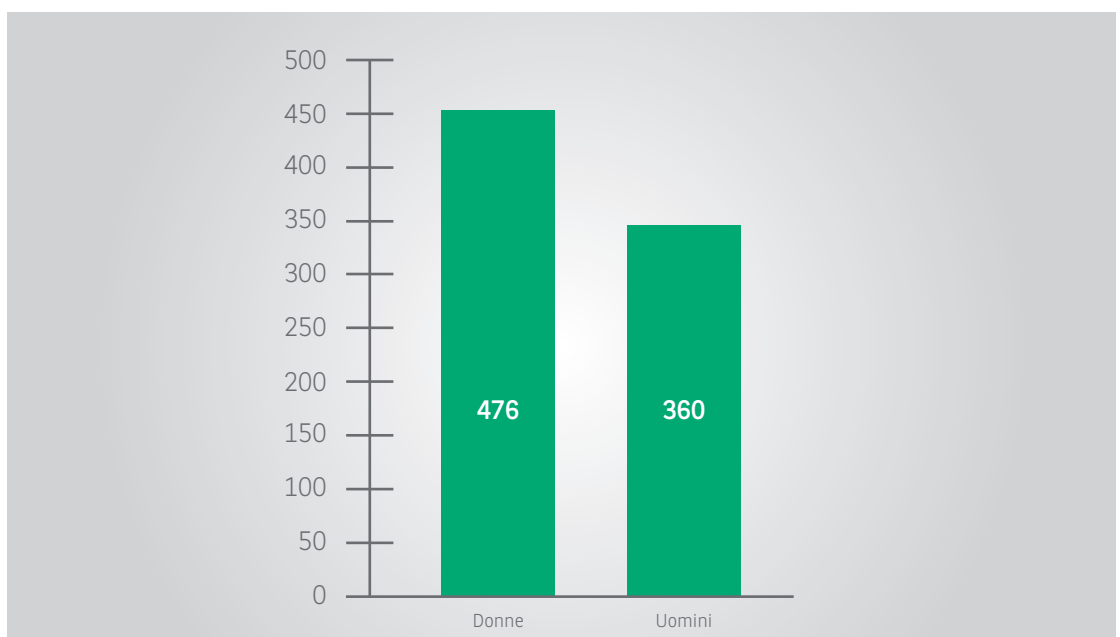
La forma di impiego più comune in Banca è quella a tempo indeterminato full-time.

Il 93% dei contratti part-time è riservato a dipendenti donne e anche i nuovi ingressi con modalità contrattuali di apprendistato e interinali sono per la maggior parte femminile.

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

2009	DONNE			UOMINI			%
	FULL-TIME	PART-TIME	TOTALE	FULL-TIME	PART-TIME	TOTALE	
Tempo Indeterminato	4203	942	5145	8135	63	8198	97%
Tempo Determinato	77	11	88	71	9	80	1%
Apprendistato	176	4	180	62		62	2%
<b>Totale</b>	<b>4456</b>	<b>957</b>	<b>5413</b>	<b>8268</b>	<b>72</b>	<b>8340</b>	<b>100%</b>

Nel corso dell'anno le donne assunte sono state il 57% sul totale mentre gli uomini sono stati il 43%, valore nettamente in miglioramento rispetto allo scorso anno, confermando i livelli dello scorso anno per quanto riguarda la presenza femminile su ruoli professionali.

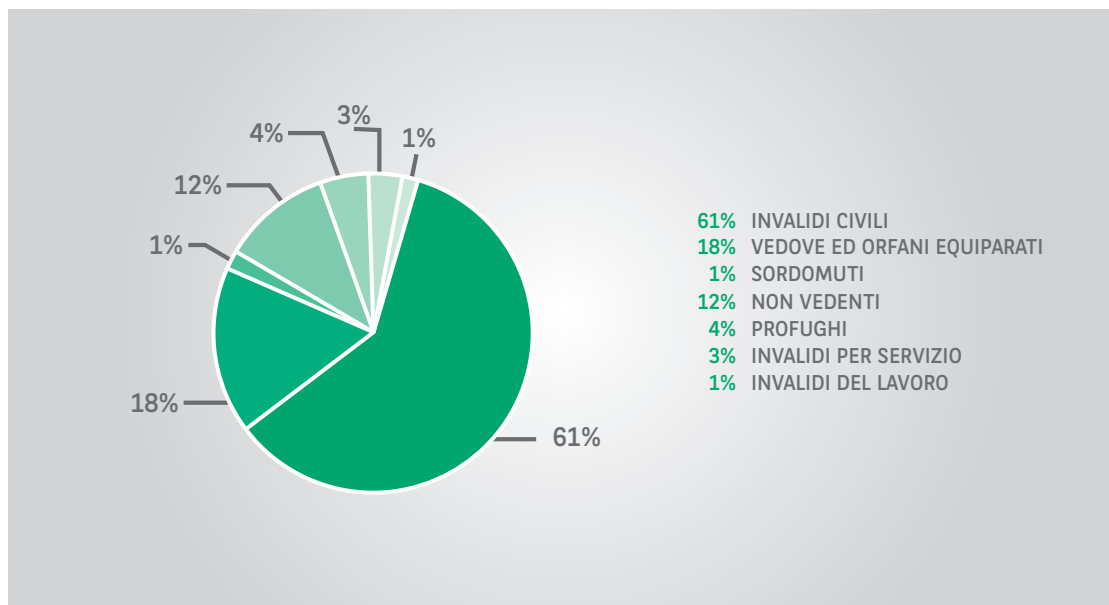




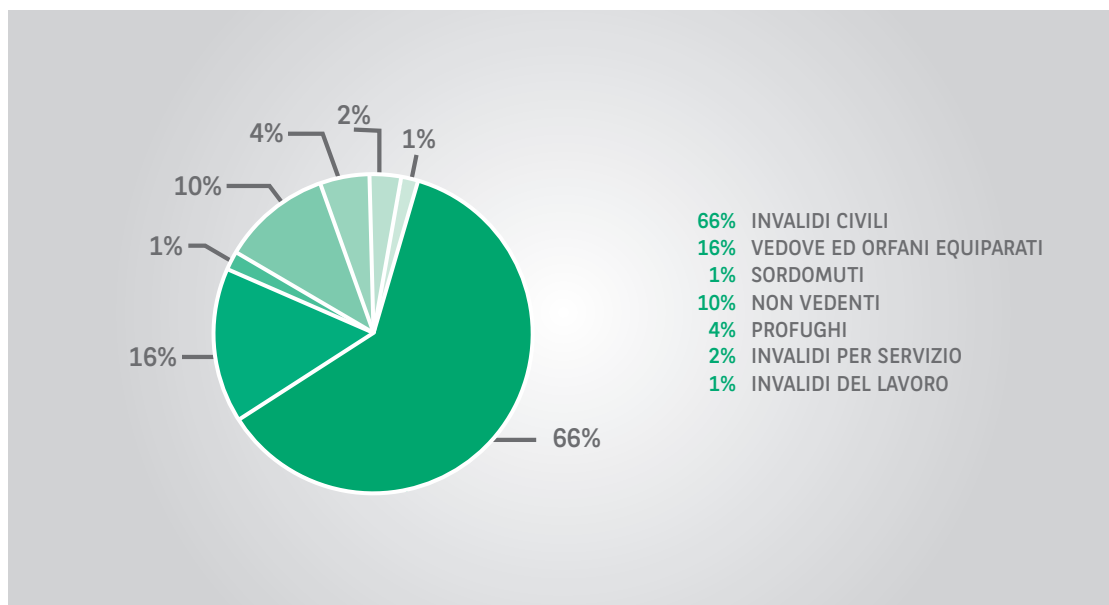
### Categorie disagiate

BNL ha riservato una grande attenzione anche alle categorie disagiate (orfani, vedove e diversamente abili) e nell'arco di tutto il 2009 sono state assunte 52 persone diversamente abili, con una distribuzione uniforme su tutto il territorio nazionale. Per l'inserimento delle persone diversamente abili, la Selezione con il supporto dei referenti locali ha intensificato i contatti con gli uffici del collocamento obbligatorio e ha operato per pianificare gli inserimenti di persone appartenenti a tale categoria, dando vita ad un impegno sociale importante in questo ambito e favorendo un sistema di garanzia delle fasce meno protette.

Di seguito, riepiloghiamo la tipologia delle categorie protette in organico presso la nostra Banca



Categorie protette in organico 2008



Categorie protette in organico 2009



## Formazione

ORE FORMAZIONE	2008			2009		
	PARTECIPANTI	MEDIA GIORNI	MEDIA ORE	PARTECIPANTI	MEDIA GIORNI	MEDIA ORE
Dirigenti	241	3,3	24,7	276	2,7	20,4
Quadri	4.817	5,3	39,9	5.662	3,9	29,0
Aree Professionali	7.145	5,6	42,1	8.321	4,5	34,1

TIPOLOGIA	GIORNATE FORMAZIONE	
	2008	2009
Aula	64.516	37.672
On The Job	4.392	5.449
Form. a Distanza	9.718	17.369
Totale	78.626	60.490

2008				
AREE PROFESSIONALI		N° GIORNATE	% TOT GIORNATE	PARTECIPANTI
Rete	Retail e Private	36.445	77%	5.078
	Corporate	2.384	5%	448
	Pac	6.231	13%	1.225
Altre Direzioni		2.151	5%	394
Totale		47.211	100%	7.145

2009				
AREE PROFESSIONALI		N° GIORNATE	% TOT GIORNATE	PARTECIPANTI
Rete	Retail e Private	26.048	69%	5.571
	Corporate	2.052	5%	576
	Pac	7.769	21%	1.562
Altre Direzioni		1.973	5%	612
Totale		37.842	100%	8.321



AREE TEMATICHE FORMAZIONE			
2008			
AREE PROFESSIONALI	TECNICA	COMPORAMENTALE MANAGERIALE	
Rete	Retail e Private	35.569	876
	Corporate	2.273	111
	Pac	6.014	217
Altre Direzioni		1.914	237
Totale		45.770	1.441

2009			
AREE PROFESSIONALI	TECNICA	COMPORAMENTALE MANAGERIALE	
Rete	Retail e Private	24.619	1.429
	Corporate	1.921	131
	Pac	7.435	334
Altre Direzioni		1.573	400
Totale		35.548	2.294

PROGRAMMI DI EDUCAZIONE E FORMAZIONE PER LA SALUTE E SICUREZZA				
Programmi di educazione e formazione	2008		2009	
	Giornate	Ore	Giornate	Ore
Formazione d'aula	1052,8	7896	3633	27247
Formazione a distanza	451,6	3387	2430	18225
Neoassunti	288	2160	80	598
TOTALE	1792,4	13443	6.140	46.070

Totale partecipanti ai corsi 2009	2168
-----------------------------------	------

Il 2009 ha visto la Formazione proseguire nella direzione, già intrapresa, di valorizzare e supportare, dal punto di vista sia comportamentale che tecnico, le persone dedicate alla relazione con i clienti, coinvolgendo tutti i principali ruoli commerciali ed operativi come i gestori accoglienza ed i colleghi di agenzia.

È stato inoltre un anno caratterizzato da azioni di mobilità interna. Per supportare le risorse nel momento di cambiamento del ruolo è nato il progetto Ri.T.Mo. (Rinnovare il Talento con la Mobilità) che coinvolge coloro che affrontano un cambiamento con l'obiettivo di fornire oltre ad una adeguata formazione un percorso di formazione comportamentale e facilitante il cambiamento.

Nei primi mesi del 2009 è stato messo in campo un significativo intervento in tema di formazione obbligatoria (Antiriciclaggio, D. Lgs. 81/08), rivolto a tutto il personale della Banca.

A fine 2009 è stato avviato l'innovativo progetto Energie Manageriali che coinvolge 1500 manager



in prima battuta e poi l'organizzazione tutta. Energie Manageriali si fonda sulla costruzione di un luogo di apprendimento dinamico, trasversale, basato sull'ascolto. Si è voluto costruirla coinvolgendo nella progettazione anche i colleghi BNL, per accompagnare l'evoluzione manageriale e preparare la Banca a cogliere le sfide del mercato attuali e future.

Infine segnaliamo la formazione rivolta ai nostri operatori di front-line telefonico, che ha visto coinvolti anche colleghi ipo e non vedenti. Il percorso è stato costruito a stimolare il coinvolgimento e la motivazione individuale e di gruppo, migliorare la gestione della comunicazione telefonica e valorizzare l'esperienza degli operatori attraverso approfondimenti teorici contestualizzati al nuovo scenario BNL.

Anche nel 2009 la Formazione ha mantenuto l'elevato standard qualitativo della propria attività progettuale e dei corsi erogati, comprovato dalla conferma della certificazione di qualità ISO9001:2000 per le attività di "progettazione ed erogazione della formazione" e dall'indice di gradimento medio espresso dai partecipanti pari a 8,68 punti su una scala da 1 a 10.

## OBIETTIVI 2010:

Continuare a sviluppare la cultura aziendale e i comportamenti distintivi tramite la formazione manageriale. Il progetto "Energie Manageriali" nell'arco del 2010 vedrà coinvolto, in varie fasi, tutto il personale della banca. A supporto dei processi di mobilità interna e in considerazione delle prospettive di integrazione di alcune Società del Gruppo, verrà ulteriormente potenziata la formazione volta a sostenere la mobilità (RiTMo). Inoltre una serie di azioni formative mirate ci consentiranno di potenziare e approfondire le competenze sui processi del credito.

## Comunicazione Interna

Il 2009 ha rappresentato un anno importante nella comunicazione interna, una priorità per BNL. Considerata non solo per gestire la "diffusione" di informazioni (con processi "top-down"), la comunicazione interna ha avuto un ruolo di leva strategico per la crescita interna, con l'obiettivo centrale di stimolare il senso di appartenenza e di orgoglio, di creare un'identità comune, di supportare l'integrazione, il cambiamento e la condivisione della conoscenza mediante lo sviluppo e la promozione di canali di comunicazione che hanno favorito anche la "risalita" e la "circolazione" delle informazioni (con processi "bottom-up" e "trasversali").

Si è puntato, per questo, all'incremento di azioni di comunicazione e di ascolto verso i dipendenti in modo da favorire il coinvolgimento e la partecipazione di tutti.

Le linee guida dell'attività 2009 sono state:

- chiarezza, combinando cura dello stile e uso adeguato dei canali per una comunicazione che semplifichi le attività lavorative e le relazioni;
- tempestività, cercando di fornire le informazioni "giuste" per ogni target di riferimento e al momento "giusto";
- efficacia, con l'avvio di un progetto per la semplificazione dei flussi informativi della Banca, che miri a contenere le comunicazioni via email aumentando le comunicazioni intranet.

Momento necessario per la creazione del canale di ascolto è stata la creazione di un "comitato di comunicazione interna", in cui mensilmente i referenti delle diverse divisioni e funzioni aziendali presentano proposte sui temi da comunicare e condividono le priorità per i diversi strumenti di comunicazione interna.

Inoltre, è stata avviata un'attività di ascolto "diretto" attraverso l'iniziativa "Una giornata in Agenzia", grazie alla quale le persone della comunicazione interna hanno potuto aumentare la conoscenza della Rete a fianco dei colleghi, nella vita quotidiana, valutando così l'impatto degli strumenti di comunicazione sul loro lavoro.

Un passaggio essenziale delle politiche di comunicazione è stato il lancio e la diffusione dei risultati della Global People Survey, l'indagine di clima svolta dal Gruppo BNP Paribas in tutto il mondo. Nel 2009, per la prima volta, il sondaggio è stato allargato a tutti i 14.000 dipendenti di BNL. La comunicazione interna ha informato i dipendenti sui risultati e sui piani di azione, messi a punto in BNL e nel Gruppo BNP Paribas, per rispondere efficacemente alle esigenze evidenziate dall'indagine.

Il 2009 è stato, inoltre, l'anno della crisi finanziaria internazionale: la comunicazione interna ha fornito informazioni sul suo andamento e sulle azioni di BNL e, più in generale, sulle linee strategiche assunte dal Gruppo BNP Paribas, mantenendo l'attenzione sulla responsabilità verso clienti e investitori.

Il servizio ai clienti, la responsabilità e l'innovazione sono state direttrici centrali per la diffusione delle notizie interne.

La Responsabilità Sociale, in particolare, è stata d'altra parte uno dei temi prioritari dell'anno, soprattutto nello spirito della costruzione di relazioni corrette con il cliente. Particolare attenzione è stata riservata a Telethon e a EduCare, un programma di seminari che mira a promuovere la consapevolezza finanziaria dei clienti.

Attraverso un presidio costante, la comunicazione interna è poi riuscita a informare con tempestività i colleghi sul terremoto in Abruzzo, sulle iniziative di solidarietà di BNL e di altri soggetti, sulle modalità di adesione e sulla situazione dei colleghi colpiti dal sisma.

Di supporto ai colleghi anche le diverse iniziative di comunicazione interna sui temi dedicati alla riduzione degli sprechi, all'impatto eco-ambientale e al risparmio energetico, nell'ambito del progetto VIS. Sono stati predisposti, su questo, alcuni articoli ed approfondimenti su tutti i canali, compreso uno spazio nella intranet con video e consigli pratici.





Il rafforzamento della percezione di appartenenza al Gruppo BNP Paribas è stato un altro impegno prioritario, a partire dall'integrazione di Fortis Italia e di BNP Personal Finance Italia: la comunicazione interna si è impegnata a riaffermare i valori di BNL e del Gruppo BNP Paribas come elementi di una cultura aziendale inclusiva.

Infine, ampio spazio è stato dedicato anche alla costruzione di una cultura manageriale: oltre alla presentazione costante dei nuovi responsabili, e all'utilizzo della newsletter "ManagerNews" per illustrare ai manager gli eventi strategici della vita aziendale, fin dal suo avvio è stato seguito il progetto "Energie Manageriali". I dipendenti hanno dato un contributo importante, anche nella scelta del nome del progetto grazie a un sondaggio sulla intranet aziendale.

Dal punto di vista degli strumenti di comunicazione, il 2009 è stato segnato da alcuni importanti cambiamenti.

A settembre si è conclusa l'operazione di allineamento della intranet di BNL verso quella del Gruppo. La nuova intranet Echo'Net è basata sul decentramento delle funzionalità di contribuzione e fornisce strumenti per la partecipazione degli utenti (sondaggi, commenti) e la visualizzazione di alcuni formati video che hanno caratterizzato tutto il 2009. I "Faccia a Faccia" con i manager di BNL, realizzati ponendo domande che sono raccolte ogni mese tramite email da tutti i dipendenti, i video di indirizzi commerciali YouRetail, i video di presentazione delle strategie aziendali e dei risultati di fine anno sono solo alcuni esempi del nuovo canale video on demand di BNL che permette a migliaia di utenti di dare un volto ai messaggi comunicati. Grazie a queste caratteristiche è stato possibile sviluppare ulteriormente una costruzione partecipata della cultura aziendale.

BNL NOInsieme, la rivista aziendale, ha continuato a raccontare la vita della banca attraverso la testimonianza diretta dei dipendenti, focalizzando l'attenzione sullo sviluppo di relazioni corrette e trasparenti con i clienti.

Motore!, la newsletter di BNL, a partire dal mese di aprile è diventata mensile e ha rinnovato il suo layout. Grazie all'introduzione della possibilità di commentare gli articoli e alla richiesta di pareri e contributi ai dipendenti, Motore! si è trasformata in un importante strumento di comunicazione "bi-direzionale" che facilita lo scambio di messaggi tra dipendenti.

Anche per il 2009 è stato riaffermato il ruolo importante degli eventi aggreganti nella costruzione dell'identità e nella condivisione della cultura aziendale. Sono infatti stati organizzati, in accordo con le diverse funzioni aziendali, vari momenti di coinvolgimento nel territorio e centrali, come ad esempio il Giro d'Italia e il BNL DAY.

## Relazioni Industriali

Anche per il 2009 le Relazioni Industriali sono state impegnate sia in problematiche interne a BNL, che nel fornire all'esterno assistenza alle Società BNPP operanti in Italia.

In relazione al primo punto, sono state affrontate con le Organizzazioni Sindacali, in un'ottica di sempre maggiore attenzione alle risorse, non solo le consuete tematiche quali il premio aziendale, ma anche argomenti quali la previdenza complementare, la formazione finanziata, le pressioni commerciali e gli inquadramenti.

Inoltre, è stata attivata anche la Commissione formazione.

Riguardo al premio aziendale, le parti hanno verificato anche per il 2008 le variazioni degli indici di riferimento sulla base dei quali si è poi proceduto alla determinazione dell'importo da erogare (in linea con quanto previsto nell'accordo del 2008).

Con riferimento ai restanti temi, si è proceduto sottoscrivendo con le OO.SS. importanti accordi per il miglioramento sia delle condizioni lavorative che personali dei dipendenti BNL.

In relazione alla previdenza complementare, si è proceduto con la conclusione del percorso di graduale di allineamento tra gli iscritti delle due sezioni del Fondo Pensioni. Infatti, l'accordo sottoscritto con le OO.SS. ha stabilito, a decorrere dal 1 dicembre 2009, l'aumento di una quota pari allo 0,35% della contribuzione a carico della Banca in favore dei lavoratori della sezione B "nuovi iscritti", ottenendo così un contributo pari al 4% della retribuzione assunta a base della determinazione del TFR. Tale contributo è uguale a quello che l'Azienda versa in favore degli iscritti alla sezione A "vecchi iscritti".

Riguardo al tema degli inquadramenti e delle pressioni commerciali, sono state istituite due commissioni paritetiche al fine di:

- relativamente al primo argomento, rivedere quanto stabilito nel Contratto Integrativo Aziendale e regolamentare la materia in seguito alla mutata struttura organizzativa dell'Azienda;
- relativamente al secondo argomento, monitorare periodicamente la situazione per evitare possibili pressioni improprie, che potrebbero essere rivolte ai dipendenti che svolgono attività commerciali per il raggiungimento dei risultati di budget fissati dai vari mercati.

La prima ha già iniziato i lavori nel 2009, la seconda verrà invece attivata nei primi mesi del 2010. Nel 2009, inoltre, sono stati sottoscritti accordi sulla formazione finanziata che hanno consentito alla Banca di accedere ai finanziamenti stanziati al riguardo dal Fondo Banche Assicurazioni e dal Fondo di solidarietà per il sostegno del reddito, dell'occupazione e della riconversione e riqualificazione professionale del personale del credito.

Infine, come segnale di attenzione a tutto il personale, coinvolto nella realizzazione del Piano Industriale 2007 - 2009, sono stati siglati due accordi a seguito dei quali:

1. è stato erogato un contributo straordinario al Fondo Pensioni per gli iscritti (con contratto a tempo indeterminato) attraverso un importo aggiuntivo di 185 € nel cedolino di ottobre 2009;
2. è stato versato un contributo "una tantum" alla Cassa Sanitaria per gli iscritti in servizio al 1 gennaio 2010 (nonché per il personale in esodo con il c.d. "Fondo ABI" ed esclusi i pensionati) pari a 90.000 € complessivi, che potrà essere utilizzato dalla Cassa anche per la realizzazione di una campagna di medicina preventiva. Tale contributo sarà inserito nel cedolino del mese di marzo 2010.

In relazione alla seconda attività, seguita nel corso del 2009, si è proceduto, con l'intento prioritario di salvaguardare l'occupazione dei dipendenti coinvolti, alla preparazione e attivazione delle procedure sindacali relative alle riorganizzazioni riguardanti le Società BNPP operanti in Italia.

Tutte le fasi delle relative procedure sindacali sono state concluse positivamente con la ratifica finale da parte delle OO.SS., relativamente a Lease Group SpA, Personal Finance SpA, Asset Management SGR SpA e BNL Broker, e tutti i posti di lavoro sono stati mantenuti.

Come di consueto, l'assistenza nei confronti delle Società BNPP operanti in Italia è stata garantita



sia nella fase iniziale di individuazione e programmazione della procedura di comunicazione alle Organizzazioni Sindacali, sia nelle fasi successive di trattativa e chiusura della medesima. Nel mese di dicembre sono state infine attivate le procedure relative alle operazioni societarie che hanno riguardato BNPP Fortis Bank e Personal Finance SpA. Tali procedure si chiuderanno nel gennaio 2010.

Il 2009 è stato dunque un anno ricco di importanti risultati, raggiunti grazie al costante confronto e al dialogo costruttivo tra le parti: le corrette relazioni e il lavoro svolto in quest'anno con le Organizzazioni Sindacali hanno consentito alla nostra Banca di intervenire come sempre in maniera puntuale per affrontare le più diverse problematiche.

Percentuale dei dipendenti coperti da Contratti Collettivi di Lavoro	<b>100%</b>	A tutti i dipendenti, al momento dell'assunzione, vengono automaticamente applicate le tutele previste dalla contrattazione collettiva.
Periodo minimo di preavviso per cambiamenti organizzativi, specificando se tale condizione sia inclusa o meno nella contrattazione collettiva		La legislazione giuslavoristica italiana stabilisce che i sindacati devono essere informati e consultati 25 giorni prima dell'attuazione di qualsiasi cambiamento. Il Contratto Collettivo Nazionale di lavoro del settore del credito prevede procedure diverse di preavviso e consultazione e varia da 15 a 50 giorni a seconda della natura dei cambiamenti da intraprendersi.



## Fondo Pensioni del Personale BNL

*“A dimostrazione dell’importanza che la Banca e le parti sociali attribuiscono al Fondo Pensioni, il contributo dell’Azienda, per gli iscritti alla sezione B, come già auspicato a fine 2008, è stato innalzato al 4% al pari del contributo agli iscritti alla sezione A. E questo nonostante la forte crisi finanziaria che ha investito l’intero universo economico”.*

Gianfranco Verzaro  
Fondo Pensioni BNL

Obiettivo primario del Fondo Pensioni è quello di salvaguardare il mantenimento di un adeguato tenore di vita per gli iscritti una volta maturata la pensione, amministrando il patrimonio sulla base dei principi di sana e prudente gestione e della massima diversificazione degli investimenti. Ferma restando la contribuzione alle due sezioni A e B pari al 2% della retribuzione annua lorda a carico di ciascun iscritto, a partire dallo scorso anno il contributo Banca è stato equiparato per entrambe le sezioni al 4%, pari al doppio, dunque, di quello versato da ciascun lavoratore che beneficia così di un accantonamento annuo totale del 6% della propria retribuzione. Tutto ciò a dimostrazione dell’importanza che la Banca e le parti sociali attribuiscono al Fondo Pensioni. E la forte crisi finanziaria, che dal 2008 ha investito l’intero universo economico, ha accresciuto questa consapevolezza.

Ciascun iscritto può effettuare altresì versamenti aggiuntivi sulla propria posizione individuale, beneficiando della deducibilità dal reddito di tali contributi fino ad un importo annuo di € 5.164,57. Lo Stato dunque è ben consapevole della funzione sociale svolta dai Fondi Pensione, avendoli assoggettati ad un trattamento fiscale più favorevole rispetto a qualsiasi altra forma di investimento. Nel 2009 il Fondo ha attuato numerose attività. Elenchiamo le principali: 10 giornate di formazione, che hanno visto impegnati 2 colleghi del Fondo, erogate a 172 iscritti; pubblicazione e diffusione sul web di cinque comunicazioni relative all’andamento del Fondo e dei mercati finanziari; sette incontri sul territorio con i rappresentanti degli iscritti; un seminario con gli organi collegiali del Fondo, i rappresentanti del coordinamento delle sigle sindacali e i rappresentanti della Banca; erogazione di una borsa di studio del valore di € 5.000,00 intitolata a Marco Giambarba, per la frequenza di un master organizzato dall’Università di Studi della Toscana e da MEFOP sulla previdenza complementare.

Infine, per meglio soddisfare le esigenze degli iscritti è stato deciso di effettuare un’indagine per comprendere il livello di conoscenza della previdenza obbligatoria e complementare e delle attività del Fondo. L’indagine sarà realizzata nei primi mesi del 2010 e si svolgerà in due fasi: una fase qualitativa, durante la quale verranno effettuati colloqui in profondità ad un gruppo di dipendenti assunti a tempo indeterminato (selezionati in base ad alcune variabili quali la localizzazione geografica, il livello gerarchico, l’anzianità di iscrizione al Fondo, l’utilizzo o meno dell’anticipazione) e una fase quantitativa, che verrà erogata tramite interviste telefoniche (Cati), ad un campione statisticamente rappresentativo di iscritti rispondenti alle stesse caratteristiche sopra citate.

I risultati, che saranno elaborati in forma anonima, consentiranno di migliorare ulteriormente l’attività e l’erogazione dei servizi.



ISCRITTI AL 31/12/09	
sez A	sez B
8.988	5.213
Rapporto iscritti/dipendenti al 31/12/2009: 98,69%:	

## OBIETTIVI 2010:

I principali obiettivi per il 2010 riguarderanno il potenziamento delle attività di formazione e informazione, l'organizzazione di un convegno e la rivisitazione del sito [www.fondopensionibnl.it](http://www.fondopensionibnl.it) per renderlo più dinamico, accattivante e rispondente alle necessità degli iscritti.



## COLLETTIVITÀ

### BNL per Telethon

*“La crisi finanziaria che ha colpito l’economia mondiale ha messo a dura prova il sistema bancario italiano. Oggi, ancor di più che in passato, i clienti scelgono la propria banca sulla base del rapporto fiduciario che instaurano con essa.*

*Una relazione solida e di fiducia si costruisce in molti modi. BNL ha deciso di prendersi cura dei propri clienti aiutandoli a scegliere consapevolmente nella realizzazione dei loro progetti di vita. Puntando sul concetto di banca innovativa e responsabile che offre sicurezza, BNL si è assunta la responsabilità della formazione finanziaria dei propri clienti e non, permettendogli di pianificare il loro futuro più serenamente.*

*In questo contesto la nostra attività di comunicazione nel 2009 ha portato alla valorizzazione, attraverso i punti vendita e il web, di un progetto di educazione finanziaria, denominato EduCare, dedicato alla formazione dei clienti in una logica di servizio, innovazione e responsabilità”.*

Maria Lucia Leva  
Direzione Comunicazione

La partnership con Telethon è il più importante progetto di solidarietà d’impresa in Italia e in Europa, punta di diamante di tutta una serie di attività etiche che pongono al centro la persona, in piena sintonia con la strategia a favore del sociale del Gruppo BNP Paribas, anch’esso partner storico francese di Telethon.

BNL affianca da 18 anni il Comitato Telethon Fondazione Onlus, con oltre 198 milioni di euro raccolti a sostegno della ricerca scientifica sulle malattie genetiche, che sono andati interamente a finanziare la ricerca Telethon.

Nel 2009, con una raccolta di oltre 13 milioni di euro, BNL ha chiuso la maratona Telethon confermandosi il principale partner per la ricerca scientifica, con un traguardo che nessuna impresa privata in Europa raggiunge nel settore del fund raising e nel marketing sociale.

Alcuni dati raggiunti nel 2009:

- 240.000 versamenti, di cui 220.000 da parte di privati e 20.000 versamenti di aziende ed enti;
- 700 Filiali aperte, durante la maratona, oltre il normale orario di sportello;
- 15.000 dipendenti coinvolti;
- 2.000 eventi di raccolta organizzati: spettacoli, mostre, concerti, aste, degustazioni, ma non solo in “maratona”, anche con il “Summer Telethon” estivo, producendo aggregazione, partecipazione, cultura, che hanno visto impegnati, per lo stesso risultato, clienti, amici e dipendenti.

Tra i 2 mila eventi di raccolta organizzati dalla rete delle Filiali in tutta Italia, nel corso del 2009 e durante la maratona televisiva, ricordiamo da Nord a Sud: a Milano, “1000 Panettoni per la Solidarietà”, una piramide di panettoni offerti a fronte di donazioni per Telethon, e all’Auditorium “Concerto per Telethon” con l’orchestra Verdi di Milano; a Udine, la Staffetta 24 Ore per Telethon e, al Palasport di Varazze, spettacoli di danza con 160 piccoli artisti; a Ferrara, Gran Gala musicale con le migliori opere di Donizetti, Mozart, Leoncavallo; a Perugia, la maratona no stop di tango, e “Tango sotto le stelle” a Viterbo; Parma, la cena al buio per sensibilizzare sulla cecità aiutando contemporaneamente la ricerca di Telethon; a Firenze, apertura straordinaria del museo di Palazzo Vecchio con visite guidate ai percorsi segreti; a Roma, il Gran Gala alla BNL di via Veneto e la regata “Sail for Life”, inoltre in tutta la Sardegna regate per Telethon; a Salerno, torneo di calcio fra rappresentative delle Forze Armate; a Napoli e 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.

Con il contributo dei fondi raccolti da BNL, negli anni Telethon ha potuto finanziare 1.364 ricercatori per 2.200 progetti di ricerca su 444 malattie genetiche studiate, ottenendo 6.839 pubblicazioni sulle riviste scientifiche internazionali. Inoltre, la cura definitiva di tredici bambini affetti da una grave immunodeficienza congenita (Ada Scid). Oggi i ricercatori di Telethon stanno per sperimentare sui pazienti la terapia genica per curare malattie come la leucodistrofia metacromatica, la sindrome di Wiskott Aldrich, mentre è già partita la sperimentazione sull'amaurosi congenita di Leber, aiutando coloro che soffrono a causa di malattie poco diffuse, che la medicina e la ricerca tradizionale non contemplano.

Quest'anno, in particolare, un nuovo canale ha supportato il risultato di raccolta. I nostri clienti hanno la possibilità di effettuare donazioni anche di piccoli importi, durante tutto l'arco dell'anno, sulla rete dei bancomat BNL (oltre 1.800 macchine in tutta Italia).

A supporto della raccolta fondi per Telethon, BNL ha realizzato, a livello nazionale, una campagna di comunicazione di sensibilizzazione sulla ricerca.

*La ventesima edizione di Telethon era la prima senza quella donna straordinaria che è stata Susanna Agnelli. Ed era anche la mia prima maratona da presidente: una sfida doppiamente impegnativa ed emozionante. È stata un successo. Frutto di una formula che nasce dall'unione di quattro elementi: merito, efficienza, generosità e ricerca.*

*Negli anni Telethon ha dimostrato che seguendo queste direttrici si possono portare avanti progetti eccellenti. I bambini salvati da una grave immunodeficienza sono la dimostrazione chiara di come si sia finanziata una ricerca di qualità e di come i soldi raccolti siano stati affidati a scienziati meritevoli, nel segno della massima efficienza. Un traguardo reso possibile dalla generosità di uomini e donne che fanno del dedicarsi agli altri un valore.*

*Il nostro Paese sta attraversando una congiuntura economica difficile. Ma, proprio in un momento così arduo, ha saputo dare il suo meglio. Il successo di Telethon è, infatti, il successo di tanti, tra cittadini, associazioni, enti e aziende. Ed in questo senso il mio pensiero non può non andare a BNL; alla serietà e alla passione con cui in tutti questi anni ha sostenuto Telethon. Con un grazie particolare ai suoi volontari di impresa che, con uno spirito indomabile, hanno costituito sul territorio una squadra che ha portato, e continua a portare, risultati davvero di eccezione.*

*E' proprio grazie alla consapevolezza di avere accanto compagni di viaggio di tale valore che Telethon può puntare, con rinnovato entusiasmo, a nuovi successi e a nuovi traguardi.*

Luca di Montezemolo

## New Media

In un contesto internet e di mercato in cui la fruizione dei contenuti avviene in maniera sempre più diffusa, è diventato di fondamentale importanza per le aziende essere presenti con contenuti di valore sui propri siti e, soprattutto, sui media che gli utenti utilizzano durante la loro permanenza online.

Partendo da questi presupposti, e con la consapevolezza che è necessario "esportare" sempre di più i contenuti proprietari, BNL nel corso del 2009 ha sviluppato la sua presenza online sui media a pagamento (rafforzando ulteriormente la sua partnership strategica con Google per il search engine marketing e realizzando campagne di comunicazione digitale integrata sui principali siti e portali in Italia), sui media proprietari (continuando ad investire sul costante aggiornamento dei contenuti e delle sezioni del portale commerciale bnl.it, e sul miglioramento dell'usabilità del sito, nonché su tutti quei verticali realizzati ad hoc per specifiche iniziative) e sui media "guadagnati", ovvero quei media online che favoriscono il diffondersi spontaneo dei messaggi di comunicazione tra gli utenti (social media) e quei media digitali "classici" (ad esempio i portali di news) dove attraverso un'attività di article marketing vengono veicolati contenuti di BNL.

La campagna di comunicazione relativa al prodotto Mutuo BNL 2in1 è stata l'occasione per sviluppare una strategia digitale integrata dove tutte e tre le tipologie di media appena citate sono state coinvolte. Oltre allo sviluppo di una landing page ad hoc e l'utilizzo dei media proprietari (portale commerciale e ATM) con a mente sempre l'obiettivo di fornire agli utenti contenuti di valore, l'attività di comunicazione digitale ha visto l'utilizzo integrato:

- del motore di ricerca Google, con un'attività di keyword advertising;
- del portale di video sharing YouTube (il principale portale di condivisione video a livello mondiale) dove, oltre ad una presenza banner, è stata realizzata una watch-page per consentire agli utenti di vedere gli spot sviluppati da BNL, le interviste a registi e creativi, le immagini del backstage, e di interagire con BNL lasciando dei commenti sulla campagna;
- dei principali siti di informazione in Italia, attraverso un'attività di display advertising;
- del mobile advertising, attraverso lo sviluppo di una campagna dedicata agli utilizzatori del mezzo mobile;
- dei siti di condivisione di contenuti fotografici (Flickr).

Sempre nel corso del 2009, BNL ha iniziato un'attività di analisi dei blog, dei forum e dei social network in genere, con l'obiettivo di andare ad intercettare le discussioni online relative al brand BNL e ai suoi prodotti e servizi. Individuare i luoghi virtuali dove si dibatte di BNL, sia in maniera positiva che negativa, è il primo passo fondamentale per instaurare una relazione veritiera e duratura con gli utenti della rete che vedrà nel corso del 2010 la sua piena realizzazione.

Per quanto riguarda la sponsorizzazione del tennis, è stato costantemente aggiornato il verticale tennis.bnl.it ed è stata sviluppata una campagna di comunicazione digitale che ha visto la presenza di BNL durante tutto il 2009.

Relativamente alla partnership tra BNL e Telethon, è stato riorganizzato nella grafica e nei contenuti il verticale telethon.bnl.it attraverso il quale è possibile conoscere tutta l'offerta dei prodotti etici di BNL.

Ad ulteriore rafforzamento della presenza di BNL sui temi della Responsabilità Sociale, nel corso del 2009 è stata realizzata la versione completamente digitale del Bilancio Sociale che ha visto l'utilizzo di video e contenuti digitali ingaggianti ed ha consentito di posizionare BNL in maniera innovativa nel panorama bancario.

Sempre nel 2009, a testimonianza dell'impegno di BNL nel sociale, è stata creata e mantenuta costantemente aggiornata una sezione relativa al terremoto de L'Aquila dove gli utenti hanno potuto trovare tutte quelle informazioni utili e necessarie per la fruizione dei prodotti bancari nelle zone interessate dal sisma.





## EduCare

Con l'obiettivo di valorizzare EduCare, il progetto di educazione finanziaria di BNL, sono state poste in essere attività di comunicazione volte a favorire la conoscenza del progetto sia presso le Agenzie, con la realizzazione di materiali below the line ad alto impatto, e sia online attraverso la creazione del verticale [educare.bnl.it](http://educare.bnl.it).

Il verticale, su cui sono presenti numerose funzionalità, ha l'obiettivo di ingaggiare gli utenti sia attraverso delle video-pillole sui singoli corsi, sia attraverso un veloce tool di self assessment che consente agli utenti di valutare, in maniera semplice e veloce, il proprio livello di competenza sulle tematiche affrontate nei vari corsi, entrambi con una call to action immediata e diretta a frequentare i corsi in Agenzia. Inoltre, sul verticale è possibile trovare tutti i contenuti di approfondimento sui seminari, i video delle persone che hanno partecipato e avere tutte quelle informazioni, tra cui il calendario dei corsi, utili per la propria partecipazione. È stato inoltre aperto un canale di relazione via email, attraverso la creazione della casella di posta elettronica [educare@bnlmail.com](mailto:educare@bnlmail.com), che gli utenti possono utilizzare per inviare commenti e chiedere ulteriori informazioni al team di progetto.



## BNL per lo sport e per il tennis

BNL ha sostenuto le attività sportive delle squadre costituite nell'ambito del Progetto Sport della Libera Università degli Studi Sociali Guido Carli, avviato nel 1998 sul modello dei college americani. Le squadre (agonistiche e non) ad oggi costituite sono di basket maschile, rugby, calcio, pallavolo maschile e femminile e sono tutte composte esclusivamente da studenti universitari LUISS.

Si consolida in particolare, nel 2009, 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 dal 1973, il Gruppo è oggi 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.

Dal 2007 la Banca è "title sponsor" degli Internazionali BNL d'Italia, il torneo italiano di tennis più prestigioso che si tiene, ogni anno, presso il Foro Italico di Roma.

L'edizione del 2009 ha visto la presenza di 166 mila spettatori paganti, 378 giornalisti accreditati e 420 mila visitatori: numeri che confermano ancora una volta la forza di una partnership vincente. La partnership di BNL con il tennis si è rafforzata anche attraverso il supporto ad altre manifestazioni: l'organizzazione e la promozione degli incontri organizzati dall'ITF della Davis Cup e Fed Cup by BNP Paribas in Italia. Nel 2009 BNL ha sponsorizzato nuovamente il FIT Ranking Program, un sistema per la valutazione didattica dalla Federazione Italiana Tennis.

La Banca ha sponsorizzato il 1° Trofeo di Tennis della UIR (Unione degli Industriali e delle Imprese di Roma), che si è svolto al Foro Italico nel mese di ottobre. Al trofeo hanno partecipato circa 110 soci UIR, che conta oltre 1.500 imprese associate.

Oggi BNL è la Banca italiana del tennis, ma è anche la Banca ufficiale di Telethon: nel 2009 tutti gli appassionati di questo sport sono stati coinvolti nell'iniziativa "Telethon del Tennis" e le quote d'iscrizione del torneo sono state devolute alla ricerca scientifica.

Durante gli Internazionali BNL d'Italia è stata dedicata una giornata 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, inoltre, la terza edizione del Master Wheelchair Trofeo BNL, a cui hanno partecipato i migliori tennisti diversamente abili in Italia. BNL è anche supporter, attraverso il CRAL, dell'attività agonistica del collega Gianluca Giovagnoli, praticante wheelchair tennis da soli cinque 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: servizio orientato al cliente, creazione di servizi innovativi e miglioramento continuo della qualità degli stessi verso terzi.



## Relazioni Istituzionali

*“BNL gruppo BNP Paribas attribuisce particolare valore alla cultura come mezzo con cui essere in relazione non solo con i propri clienti, ma soprattutto con il contesto sociale in cui è inserita. Sostenere la cultura, e quindi il cinema, l’arte, la musica, la letteratura significa per BNL riconoscere il valore e quindi diventarne “parte integrante”. Attraverso il supporto alla cultura, la Banca da un lato sviluppa la relazione con i propri principali interlocutori, i clienti, le istituzioni, ma dall’altra, rendendo possibile la realizzazione di un evento, ne “restituisce” il valore a tutta la collettività”.*

Anna Boccaccio  
Servizio Relazioni  
Istituzionali

## Istituzioni

Anche nel 2009, l’attività di monitoraggio normativo e la fitta rete di rapporti che l’Ufficio intrattiene con i soggetti istituzionali hanno permesso di conoscere con tempestività i processi normativi e regolamentari, dalla stesura in bozza dei provvedimenti alla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale riuscendo ad ottenere documenti riservati in via anticipata (decreti ministeriali, decreti legislativi, ecc).

L’attività legislativa si è concentrata in particolare sull’iter dei decreti legge relativi a: “Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici nella regione Abruzzo nel mese di aprile 2009”; “Legge di contabilità e finanza pubblica”; sulle indagini conoscitive relative a: “Strumenti di vigilanza europea dei mercati finanziari, creditizi e assicurativi” e “Strumenti finanziari derivati e le cartolarizzazioni nelle pubbliche amministrazioni” (nell’ambito di quest’ultima, è stata richiesta la presenza dei vertici di BNL).

Un attento monitoraggio è stato riservato alla normativa europea, seguendo l’iter delle direttive comunitarie oggetto di recepimento da parte del Parlamento italiano: Dir. 2006/43/CE sulle revisioni legali dei conti annuali e consolidati; Dir. 2007/44/CE sul settore finanziario; Dir. 2007/64/CE sugli strumenti di pagamento nel mercato interno.

Tra le Authority, particolare attenzione è stata data all’attività del Garante privacy per quanto riguarda le misure relative alle comunicazioni fra intermediari finanziari in materia di antiriciclaggio e le prescrizioni in materia di operazioni di fusione e scissione fra società operanti nel settore bancario; all’attività della Consob per le vendite allo scoperto e per i fondi aperti; all’attività dell’Antitrust per la situazione e le prospettive del sistema industriale e manifatturiero italiano in relazione alla crisi dell’economia internazionale.

Infoplex, intranet aziendale, ha continuato a fornire le informazioni istituzionali e regolamentari in tempo reale; in bnl.it, l’Ufficio ha proseguito ad implementare l’osservatorio permanente sulla normativa in vigore, rendendo così consultabili i documenti di maggiore attualità nel campo economico-finanziario, tra cui: provvedimenti della Banca d’Italia relativi alla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari, alla correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti, e alle disposizioni sulle partecipazioni detenibili dalle banche e dai gruppi bancari.





## Associazioni

Nell'ambito delle relazioni che la Banca mantiene con le altre realtà associative, soprattutto di natura istituzionale, si ritiene di ricordare in particolare:

ASSOCIAZIONE	MISSION	ADESIONE	IMPORTO CONTRIBUTO
Consorzio ABI-Lab	Estrarre valore economico misurabile dalle tecnologie applicabili ai processi bancari.	2003	4.200
COTEC-Fondazione per l'Innovazione Tecnologica	Incoraggiare e promuovere attività, studi, ricerche e corsi di formazione nel campo della ricerca ed innovazione tecnologica, con l'obiettivo di migliorare la competitività dell'Italia in tali settori.	2002	Solo Soci Fondatori
Consorzio ABI-Energia	Definire azioni mirate volte ad una gestione ottimizzata dell'uso e dell'acquisto di energia.	2004	3.760
Consorzio Patti Chiari	Gestire la realizzazione del progetto di riscrivere, su basi nuove, il sistema dei rapporti tra banche e clientela.	2004	234.542
Associazione per la tutela degli investitori in titoli argentini (TFA)	Rappresentare, a titolo gratuito, fornendo assistenza e consulenza, gli interessi degli investitori italiani in titoli argentini.	2004	130.556
Assafrica & Mediterraneo	Allo scopo di assecondare iniziative volte a supportare le imprese italiane operanti o interessate a svilupparsi nei 70 Paesi del Mediterraneo, Africa e Medio Oriente, nel 2008 la Banca ha aderito all'Associazione Assafrica & Mediterraneo, associazione apartitica e senza scopo di lucro, che si propone: - di facilitare gli associati nell'instaurazione e nell'incremento di rapporti di cooperazione economica con i Governi, le Organizzazioni e gli operatori dei Paesi dell'Africa, del Mediterraneo e Medio Oriente, coordinandone l'attività e il potenziamento di progetti finalizzati allo sviluppo economico e imprenditoriale; - adottare modalità organizzative e comportamenti associativi coerenti con il Codice Etico e con la Carta dei Valori associativi confederali.	2008	2.500



ASSOCIAZIONE	MISSION	ADESIONE	IMPORTO CONTRIBUTO
Associazione Anima	Promuovere la Responsabilità Sociale d'Impresa, attraverso i concetti di sviluppo sostenibile e di cittadinanza d'impresa.	2006	10.000
I 200 del FAI	Promuovere una cultura di rispetto della natura, dell'arte, della storia e delle tradizioni d'Italia, e tutelare un patrimonio che è parte fondamentale delle nostre radici e della nostra identità.	2008	5.000
Aspen Institute Italia	Internazionalizzazione della leadership imprenditoriale, politica e culturale del Paese, attraverso un libero confronto tra idee e provenienze diverse per identificare e promuovere valori, conoscenze e interessi comuni.	1997	35.000
Associazione Italia-Francia	Valorizzare le relazioni italo-francesi, sia in ambito culturale che socio-economico.	1999	3.000
Astrid	Associazione costituita da studiosi, parlamentari, esponenti politici e dirigenti delle pubbliche amministrazioni per lo studio delle riforme istituzionali e amministrative nazionali.	2003	10.000
Associazione Civita	Oltre 150 tra imprese, enti pubblici di ricerca e università per la promozione della cultura attraverso ricerche, pubblicazioni e convegni.	2008	20.660
Arel	Esaminare i principali temi economici e istituzionali, sia come presupposto di un lavoro legislativo, sia per approfondire alcune questioni decisive per lo sviluppo della società italiana e per la sua collocazione europea e internazionale.	2004	5.371



## Attenzione alla cultura

In ambito culturale, nel 2009 BNL ha sponsorizzato molti eventi significativi, tra i quali la mostra alle Scuderie del Quirinale "Futurismo Avanguardievanguardie", in occasione del Centenario del Movimento Futurista, che da Parigi è approdata a Roma e poi a Londra. Un'altra mostra importante è stata quella dedicata ad Alexander Calder, considerato il più innovativo scultore del XX secolo. Una retrospettiva di famose opere scultoree e pittoriche, tra le quali le famose "gouaches" e "wire sculture" costruite con fili di ferro.

Tra le altre importanti partnership del 2009, ricordiamo che BNL è stata main sponsor della mostra dedicata a San Paolo, che si è tenuta presso i Musei Vaticani dal 25 giugno al 27 settembre 2009 in occasione dell'Anno Paolino. Un percorso interamente incentrato sulla figura e l'opera dell'Apostolo delle Genti, attraverso importanti opere d'arte custodite negli stessi Musei Vaticani, nelle basiliche e nelle altre collezioni vaticane.

Sempre nell'ambito delle sue iniziative culturali e artistiche, la Banca ha sponsorizzato anche 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 (tra cui Franco Cardini, Alessandro Barbero e Paolo Rossi), 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 ha avuto a disposizione oltre 800 posti.

Dal 5 dicembre 2009 al 6 gennaio 2010, BNL ha sponsorizzato, in qualità di main partner, l'evento "Emanuele Luzzati. Fantasie", organizzato dalla Fondazione Cinema per Roma presso l'Auditorium Parco della Musica.

La manifestazione ha proposto la messa in scena di spettacoli, incontri e laboratori sul noto scenografo italiano, che nella sua lunga carriera è stato anche pittore, animatore e illustratore. In collaborazione con il Centro Einaudi, nel mese di dicembre, BNL ha presentato ai media i risultati della nuova edizione del "Rapporto sul Risparmio e sui Risparmiatori in Italia". L'indagine analizza percezioni, comportamenti e scelte economico-finanziarie del risparmiatore italiano, e si basa su interviste effettuate dall'Istituto Doxa a un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta, appartenente a tutti i ceti sociali e residente su tutto il territorio nazionale.

Una particolare attenzione merita la sponsorizzazione dell'evento "L'eredità di Francesco de Sanctis". Viaggio tra i capolavori della letteratura italiana. Il progetto è stato realizzato dagli eredi della Fondazione De Sanctis al fine di valorizzare l'opera del famoso critico letterario, attraverso un ciclo di letture interpretate da attori del cinema e del teatro in sedi istituzionali della Capitale. Per l'inaugurazione, che si è tenuta al Quirinale alla presenza del Presidente della Repubblica, Toni Servillo e Anna Bonaiuto hanno letto alcuni brani tratti dalle opere di Giacomo Leopardi. In qualità di Banca co-tesoriera del Comune di Roma, BNL è stata inoltre sponsor delle seguenti iniziative:

"Letterature - 8° Festival Internazionale di Roma", dedicato ai più importanti autori della scena letteraria internazionale per celebrare il testo e la parola nella suggestiva cornice della Basilica di Massenzio. Tra aprile e giugno, ogni sera, in collaborazione con la Casa delle Letterature, si sono alternati vari autori letterari e gruppi musicali giovanili della scena romana.

"Futuroma - Serata futurista in città - 100 anni di Futurismo". Una serie di eventi in un'unica serata tra cui spettacoli di musica, danza e mostre nelle maggiori piazze della capitale e nei musei. "La luna ha quarant'anni - Celebrazione Quarantesimo anniversario dello Sbarco sulla Luna". Vari eventi di forte impatto culturale, emotivo e artistico, sono stati organizzati per l'occasione in alcune sedi museali della Capitale, e a piazza del Popolo è stata ricreata l'atmosfera della notte tra il 20 e il 21 luglio 1969, con la realizzazione di effetti speciali molto suggestivi e interventi di personalità che parteciparono alla famosa diretta televisiva.

Anche per la stagione 2009, BNL si è riconfermata sponsor del Sistema dei Musei Civici Capitolini. Tra gli eventi più importanti della stagione, le mostre "Beato Angelico. L'Alba del Rinascimento"



e "Michelangelo Buonarroti architetto a Roma" ai Musei Capitolini, Alessandro Mendini al Museo dell'Ara Pacis, Pasquarosa e Mazzacurati a Villa Torlonia, Umberto Prencipe a Palazzo Braschi. Ricordiamo, infine, che BNL ha sponsorizzato la mostra "Giulio Cesare - L'uomo le imprese il Mito" al Chiostro del Bramante, dedicata a un grande protagonista della storia romana, personaggio chiave del travagliato passaggio tra Repubblica romana e Impero.

### BNL per il cinema e il teatro

Nel 2009 BNL ha riconfermato la sua partnership con il "Festival Internazionale del Film" di Roma, uno degli eventi culturali di carattere internazionale di maggiore richiamo nella Capitale, nell'ambito del quale la Banca - main partner della kermesse dal 2006 - ha consegnato uno dei premi ufficiali del Festival: il Marc'Aurelio d'Oro del Pubblico al Miglior Film.

La grande novità della quarta edizione del Festival, nata all'insegna dell'idea "tutto il cinema per tutti", è stata la giuria. I film in concorso, in precedenza valutati da critici cinematografici, sono stati giudicati da un team composto personalità del mondo del cinema e delle arti tra cui il presidente Milos Forman affiancato da Gabriele Muccino, Gae Aulenti, Jean-Loup Dabadie, Pavel Lungin, Senta Berger.

Alcuni dei premi ufficiali assegnati nel 2009:

- Premio Marc'Aurelio d'Oro della Giuria al Miglior Film: "Brotherskab/Brotherhood" di Nicolo Donato
- Premio Marc'Aurelio d'Argento della Giuria alla Migliore Attrice: Helen Mirren per "The Last Station"
- Premio Marc'Aurelio d'Argento della Giuria al Migliore Attore: Sergio Castellitto per "Alza la Testa"
- Gran Premio della Giuria Marc'Aurelio d'Argento: "L'uomo che verrà" di Giorgio Diritti
- Premio Marc'Aurelio d'Oro del Pubblico al Miglior Film - BNL: "L'uomo che verrà" di Giorgio Diritti

Dopo Sean Connery, Sophia Loren e Al Pacino, premiati nel corso delle tre precedenti edizioni, nel 2009 il Festival ha reso omaggio a Meryl Streep assegnandole il Premio Marc'Aurelio d'Oro alla Carriera.

Inoltre, ricordiamo che il film "Man on Wire", presentato nell'ambito della sezione Extra, ha vinto il premio Oscar 2009 come Miglior Documentario.



## La scheda BNL per il Festival Internazionale del Film di Roma La manifestazione

La grande rassegna cinematografica, giunta alla sua quarta 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.

### I Numeri BNL dell'edizione 2009

Spazio BNL allestito all'interno del Villaggio del Cinema	160 mq
Spazio commerciale BNL allestito all'interno del Villaggio del Cinema	20 mq
Visitatori e invitati ospiti allo stand BNL	3.500
Numero totale dei biglietti gestiti	oltre 3.500
Cocktail Party	17
Produzioni cinematografiche ospitate nello stand BNL	1
Numero di operazioni effettuate nei 2 ATM BNL presenti nel Villaggio del Cinema	750
- Numero di biglietti emessi con logo BNL come "main partner"	102.000
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)	195.000
Affissioni varie con presenza del logo BNL (impianti 4x3, pubblicità dinamica, fermate bus, metropolitane, affissioni nazionali)	8.000
Navette bus personalizzate BNL	5
Cataloghi prodotti con pagina pubblicitaria BNL	6.500
Uscite su stampa nazionale e internazionale	74
Proiezioni con sigla iniziale e presenza logo BNL	560
Visitatori del sito internet e banner BNL	1.320.000
Proiezione riservata del film "Up in the Air" a n. 700 ospiti BNL	1

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 la sesta edizione del festival Printemps du Cinema Francais. La





manifestazione è promossa dal Servizio Culturale dell'Ambasciata di Francia per favorire la diffusione del cinema francese in Italia, soprattutto di giovani autori. La rassegna è anche occasione d'incontro con i registi e gli attori che partecipano all'evento. Nel 2009, l'attrice Catherine Deneuve ha incontrato il pubblico a Villa Medici in occasione della presentazione del film "Je veux voir" da lei interpretato.

La Banca si è riconfermata sponsor del "Capri International Film Forum 2009", evento culturale inserito nell'ambito della rassegna cinematografica "Capri, Hollywood 2009", ritrovo annuale di numerosi protagonisti del mondo del grande schermo. Tra i partecipanti alla XIV edizione della kermesse, i registi Marco Bellocchio e Julie Taymor, gli attori Samuel L. Jackson, Asia Argento, Mariah Carey e Angela Molina, e i compositori Elliot Goldenthal e Michael Nyman.

BNL ha avuto il ruolo di sponsor anche alla seconda edizione del "Global Production Summit", che si è svolto a Ischia il 17 e 18 luglio 2009 nell'ambito della manifestazione "Ischia Global Film & Music Fest" (12-19 luglio 2009). Numerosi gli ospiti intervenuti sull'isola partenopea in occasione del festival, nel corso del quale sono stati consegnati l'Ischia Social Music Award ad Andrea Bocelli per il suo impegno nel sociale e il William Walton Music Legend Award a Sting per la sua carriera artistica.

Sempre nel 2009, per la prima volta, BNL è stata sponsor dei Premi David di Donatello. L'evento, promosso dall'Accademia del Cinema Italiano, è considerato l'equivalente del premio Oscar per il cinema italiano. Tra i vincitori della 53a edizione ricordiamo il film "Gomorra", che si è aggiudicato 7 David - tra cui Miglior Film, Migliore Regista, Migliore Sceneggiatura - ed ex aequo "Il divo" che ha ricevuto altre 7 statuette tra cui quella di Migliore Attore Protagonista a Toni Servillo.

Nel mese di giugno, nel 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 il 2009 i premi sono andati ai film "Il divo" di Paolo Sorrentino e "Vincere" di Marco Bellocchio.

Nel 2009 BNL la Banca è stata partner per la prima volta anche di "RomaFictionFest", il principale festival internazionale dedicato alla fiction TV, che si è svolto a Roma dal 6 all'11 luglio. La serata inaugurale della manifestazione, tenutasi all'Auditorium Conciliazione, è stata un tributo al 40o anniversario dello sbarco sulla Luna. In anteprima mondiale e alla presenza dell'astronauta della Missione Apollo 11 Buzz Aldrin, è stato presentato al pubblico il film-documentario "Moonshot. The Flight of Apollo 11".

Restando ancora nell'ambito delle sue iniziative culturali e artistiche, dal 17 al 19 dicembre BNL ha sponsorizzato al teatro Team di Bari lo spettacolo in forma di opera "La Divina Commedia", una lettura essenziale e moderna dell'opera di Dante.

Come Banca co-tesoriera del Comune di Roma, infine, segnaliamo la sponsorizzazione degli spettacoli teatrali al Silvano Toti Globe Theatre, il teatro Elisabetiano nel cuore di Villa Borghese diretto da Gigi Proietti, che ha riproposto anche quest'anno la rassegna shakespeariana con alcune tra le opere più note del grande drammaturgo inglese.

## BNL per la musica

In qualità di Socio Fondatore dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia, il 9 marzo BNL ha sponsorizzato il concerto di musica sinfonica diretto da Valery Gergiev. Protagonista dell'evento, tenutosi all'Auditorium Parco della Musica, è stato il violinista russo Vadim Repin, che ha interpretato musiche di Beethoven.

"Maggio dei Monumenti - Maggio della Musica", dedicato nel 2009 al '900 musicale francese, è un appuntamento ormai tradizionale per BNL, che è main sponsor. La manifestazione ha previsto una serie di concerti di musica classica nei siti artistico-culturali più prestigiosi della città partenopea, tra cui spiccano Castel Sant'Elmo, Villa Pignatelli e la Reggia di Capodimonte. BNL, in particolare, ha sponsorizzato in esclusiva due eventi: il concerto di apertura del 29 aprile che ha avuto come



protagonista il pianista Roberto Cominati su musiche di Bach, Busoni, Godowsky, Rachmaninov e Debussy, e il concerto del 26 giugno interpretato al pianoforte da Michele Campanella su musiche di Brahms e Haydn.

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 Comunale di Bologna il cantautore Luciano Ligabue. Da diversi anni, attraverso questa iniziativa, BNL rinnova il suo impegno a favore della tutela del patrimonio naturalistico e culturale italiano.

Come Banca co-tesoriera del Comune di Roma, BNL ha inoltre sponsorizzato due importanti manifestazioni pubbliche: "Musei in Musica", evento che ha visto gli spazi espositivi di Roma e Lazio diventare un grande palcoscenico per la musica e la danza, e "Grande Musica in Chiesa", in occasione delle festività natalizie nell'ambito della manifestazione Roma Città Natale.

Da segnalare anche l'evento inaugurale istituzionale con il concerto di Natale "Happy Christmas from... Rome" nella Basilica dell'Ara Coeli in Campidoglio, dove si sono esibiti artisti quali Amii Stewart, Ennio Morricone, Cecilia Gasdia, Albano, il coro di voci bianche dell'Arcum e il coro della Cappella Giulia della Basilica di S. Pietro.

## 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 2009 BNL ha portato avanti l'attività di restauro volta a restituire l'originale splendore alle opere di sua proprietà.

Quattro olii, tra cui un "Ritratto di contadina" di fine '800, di Emilio Gola; un cartone preparatorio di un affresco di Achille Funi e tre mosaici di Massimo Campigli e Mirko Basaldella, sono tornati a fare bella mostra di sé nelle stanze della Sede della Direzione Generale della Banca, e nella Sede di Bologna di Via Rizzoli 26. Proprio il "Ritratto di contadina", insieme ad un pannello esplicativo con le varie fasi del restauro, che ha evidenziato un pesante ripensamento da parte dell'autore, ha riscosso un notevole successo, incuriosendo ed interessando i quasi millecinquecento visitatori affluiti nei locali della Banca, il 3 ottobre dalle ore 9,00 alle 19,00, in occasione dell'ottava edizione di "Invito a Palazzo" promossa dall'ABI e a cui BNL aderisce con soddisfazione fin dall'inizio. A partire da questa edizione e per le prossime di "Invito a Palazzo", BNL ha ospitato uno degli artisti presenti nella propria collezione. Ha aperto il ciclo la pittrice Laura Barbarini, che per l'occasione ha esposto altre sue opere personali e ha dialogato direttamente con i visitatori intervenuti.

Anche quest'anno sono stati numerosi i prestiti di importanti opere che la Banca ha concesso per esposizioni esterne, quali: "Santa Francesca Romana e l'Angelo" di Giovanni Antonio Galli detto lo Spadarino, "Salomè con la testa del Battista" di Antiveduto Grammatica e "Achille, Teti e il centauro Chitone" di Giuseppe Cesari, detto il Cavalier d'Arpino, per la mostra "Tra il sacro ed il profano", opere d'arte del XVII secolo nelle collezioni delle banche italiane, presso il Museo Reale di Lussemburgo; "Fra' Jacopo Bossolaro incita i pavese alla resistenza contro la tirannide di Bernabò e Galeazzo Visconti" di Pasquale Massacra per la mostra "Impeto e poesia-Pasquale Massacra pittore romantico tra storia e mito", presso le scuderie del Castello Visconteo a Pavia; e "La Cascata delle Marmore" di Jean Baptise Camille Corot per la mostra "Corot e l'arte moderna", presso il Palazzo della Gran Guardia a Verona.



## Archivio Storico

L'Archivio Storico BNL è sorto nel 1994 a seguito del riconoscimento, da parte del Ministero dei Beni culturali – Soprintendenza Archivistica per il Lazio, del notevole interesse storico della documentazione conservata dalla banca.

Grazie a questo riconoscimento, la documentazione non è più conservata ai fini amministrativi/legali interni all'istituto, ma è considerato un bene della collettività, quale testimonianza di un soggetto economico che agisce da oltre novant'anni nel settore creditizio, utile alla ricostruzione storica delle vicende sociali ed economiche nazionali ed internazionali, da conservare e da valorizzare. Per conservare nel migliore dei modi il patrimonio storico, la Banca è attiva su due linee: quella conservativa, per assicurare l'ordinamento e la tenuta della documentazione, con la realizzazione di strumenti utili alla ricerca da parte degli utenti, e quella della valorizzazione, promuovendo iniziative culturali, attivando la rete di conoscenza e di interscambio con altri archivi storici sia privati che pubblici, per offrire un miglior servizio agli utenti sempre più informati e consapevoli delle carte messe a loro disposizione.

Nel corso del 2009, sono state selezionate ed ordinate le carte di due ex -società del Gruppo BNL: BNL Edizioni, attiva nel campo editoriale sin dagli anni ottanta, e BNL Calcetto, attiva nel campo sportivo negli anni novanta, quale strumento di comunicazione del nome di BNL in ambiti della società più ampi.

Costante è stata l'attività di assistenza e di ricerca di notizie e di fatti per conto di utenti, sia interni che esterni alla Banca, che ha consentito la realizzazione di studi da parte di ricercatori. Nel presidiare i processi della produzione dei documenti nel rispetto del principio della loro giusta conservazione, l'AS ha contribuito alla rivisitazione delle norme di gestione documentale al fine di renderle sempre più puntuali ed efficaci in considerazione del mutato assetto organizzativo di BNL: si è provveduto altresì ad elaborare le liste del materiale documentario relativo al 2009 estrapolato dai processi di macerazione, sottoponendolo al relativo "nulla osta" da parte dei competenti Organi di vigilanza del Ministero per i Beni e le Attività culturali.

Significativa è stata l'implementazione sia della collezione di oggettistica che del fondo iconografico, grazie all'apporto spontaneo di tanti dipendenti e/o ex dipendenti che hanno voluto così dimostrare la condivisione dei valori testimoniati da BNL.



## Servizio Studi

*“La crisi finanziaria internazionale, ieri, e la solo debole ripresa economica, oggi, aumentano la domanda di informazione sul contesto economico che gli stakeholder rivolgono alla banca. Il Servizio Studi, con le sue analisi, continuerà a contribuire a rispondere all’istanza mossa da famiglie e imprese, attraverso uno sforzo di approfondimento che vuole esprimere anche la consapevolezza di una responsabilità sociale.”*

Giovanni Ajassa  
Servizio Studi

Il 2009 è stato, per l’economia e per la società italiana, un anno particolarmente impegnativo. Gli effetti della recessione – la più grave dai tempi della Grande Depressione – sono stati avvertiti in misura crescente dalle famiglie e dalle imprese, ovvero da quelli che sono gli stakeholder fondamentali della nostra banca. In questo difficile contesto, è cresciuta la domanda di interpretazioni e di approfondimenti della congiuntura e degli scenari economici rivolta dall’interno come all’esterno della comunità aziendale di BNL, al nucleo di “economist” che costituiscono il Servizio Studi della banca. A questa accresciuta domanda di conoscenza, gli economisti di BNL hanno risposto in maniera ampia ed esauriente, cogliendo l’occasione anche per innovare e potenziare le modalità di comunicazione delle proprie analisi. Due le innovazioni principali realizzate nel corso dell’anno. In primo luogo, sulla base delle richieste degli stakeholder esterni tramitate dalle Divisioni di business, il responsabile del Servizio Studi, insieme ad alcuni collaboratori, è intervenuto ad una serie numerosa di seminari e incontri sulla crisi economica e sulle sue prospettive realizzati sul territorio. I seminari si sono tenuti in grandi città come pure in piccoli centri: Milano, Torino, Napoli, ma anche Pisa, Modena, Lucca, Saronno, Iesi ed altre località ancora. Ugualmente vario è stato il pubblico intervenuto sempre numeroso: dagli imprenditori, negli incontri organizzati presso le Unioni degli industriali, ai professionisti e agli artigiani, tipicamente presenti nelle iniziative organizzate insieme alla Compagnia delle Opere.

Particolarmente significativi, sotto un profilo sociale e umano, si sono rivelati due incontri svolti nel mese di aprile 2009 presso l’Istituto tecnico industriale Amedeo Avogadro di Torino con gli studenti e con i partecipanti ai corsi serali per lavoratori ed immigrati. Il dibattito diretto con le persone, il confronto con le esperienze concrete di lavoro e di vita, con gli interrogativi che il difficile contesto economico pone a ciascuno, hanno rappresentato un’occasione di arricchimento per i nostri economisti e una testimonianza ulteriore dell’attenzione del tutto particolare, che BNL e il Gruppo BNP Paribas rivolgono alla promozione della cultura economica e finanziaria. La ricerca economica è leva utile al business ed è, allo stesso tempo, veicolo di intermediazione culturale nei confronti della società e dei territori.

Nella stessa direzione di crescita e di innovazione, si iscrive una seconda importante realizzazione attuata dal Servizio Studi, nel 2009: l’attivazione, sulla rete intranet aziendale e di Gruppo, di un proprio spazio informativo collocato accanto a quello delle altre funzioni di BNL. Sul portale “Echo’Net” del Servizio Studi si trovano tutte le ultime pubblicazioni curate dagli “economist” della banca – dal “Focus settimanale” alle schede dei “SET news” – nonché gli archivi delle pubblicazioni passate, le presentazioni fatte a seminari e incontri, e un’ampia scelta di collegamenti ai siti e alle pubblicazioni di ricerca economica del Gruppo BNP Paribas e di qualificate istituzioni nazionali e internazionali.



## OBIETTIVI 2010:

Autorevolezza nella ricerca, trasversalità dell'offerta e una rinnovata disponibilità al confronto diretto con i clienti interni e gli stakeholder esterni, rappresentano l'obiettivo che il Servizio Studi si è dato per l'anno 2010. E, nell'ambito delle analisi che il Servizio compirà sull'evoluzione delle scelte di investimento degli italiani, un'attenzione particolare sarà data alla realizzazione di un focus sui fondi etici, la loro diffusione e le prospettive.

## Media Relations

*“Il Servizio Media Relations punta a gestire con tempestività, trasparenza e correttezza, l’informazione verso i mass media, in piena condivisione dei criteri del Gruppo BNP Paribas, della best practice internazionale e delle prescrizioni degli organi di vigilanza”.*

Francesco Chiurco  
Media Relations

Il Servizio Media Relations cura i rapporti con i mezzi di informazione al fine di consolidare e alimentare la relazione con i differenti stakeholder, valorizzando le attività della Banca e del Gruppo sui media nazionali e internazionali. Il Servizio Media Relations contribuisce, operando in modo trasversale, alla realizzazione di eventi e progetti in collaborazione con le diverse funzioni della Banca e del Gruppo.

Il Servizio è 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 Eventi e Sponsorizzazioni promuove e valorizza le attività della Banca nell’ambito delle politiche socio-culturali. Cura, inoltre, la comunicazione media relativa a temi di carattere etico e di responsabilità sociale;
- L’Area Business-Retail si occupa della valorizzazione delle strategie di marketing e delle attività commerciali verso privati e famiglie, imprese e piccoli operatori economici, della Banca e delle società del Gruppo BNP Paribas in Italia;
- L’Area Business-Corporate supporta l’attività della divisione Corporate di BNL e del Corporate & Investment Banking di BNP Paribas in Italia, al fine di valorizzare sui media strategie, prodotti, servizi, iniziative ed eventi legati al marketing e alle politiche commerciali;
- L’Area di comunicazione Territoriale cura, operando trasversalmente con le altre aree, la relazione con i media locali per sviluppare un più forte legame con il territorio, comunicando le diverse attività ed iniziative della Banca e del Gruppo.

L’attività di Media Relations si basa sull’utilizzo integrato di numerosi strumenti (comunicati stampa, interviste, eventi/incontri con la stampa, relazioni one-to-one con i giornalisti) che favoriscano la comunicazione, a più livelli, verso media e stakeholder.

Sul sito [bnl.it](http://bnl.it) è stata dedicata ai giornalisti la Press Room, un’area per agevolare sia l’acquisizione di informazioni su BNL e sul Gruppo BNP Paribas, sia per entrare in contatto con l’ufficio. A questo scopo, sono indicati i contatti dei referenti per le specifiche aree di attività e l’indirizzo e-mail dell’ufficio stampa - [press.bnl@bnlmail.com](mailto:press.bnl@bnlmail.com).

Il Servizio cura, in collaborazione con le funzioni competenti, tanto la gestione delle risposte alle



lettere di chiarimento e reclamo, quanto la pronta diffusione di rettifiche e precisazioni, al fine di assicurare chiarezza e correttezza delle informazioni rese pubbliche. Inoltre, in stretto coordinamento con la comunicazione finanziaria di Gruppo, vengono diffusi in Italia i comunicati stampa dei risultati finanziari per informare puntualmente gli investitori italiani che possono negoziare il titolo presso la Borsa di Milano sul mercato MTA International.

Il SMR realizza, infine, la Rassegna Stampa quotidiana e la Rassegna Stampa Prodotti, nonché il monitoraggio dei media radio-televisivi e delle Agenzie di Stampa, al fine di facilitare all'interno della Banca la diffusione delle informazioni e, ove necessario, metterle tempestivamente a disposizione delle funzioni competenti.

Il 2009, caratterizzato da una crisi economica e finanziaria senza eguali per profondità ed ampiezza, ha visto il SMR molto attivo nell'alimentare costantemente i flussi di informazione verso i mercati e le comunità di stakeholder. La comunicazione sul fronte dell'attività caratteristica è stata molto intensa e continuativa sia sul fronte retail, sia sul fronte corporate. Importante, inoltre, è stata la valorizzazione dei risultati e il positivo sviluppo delle attività di BNL e del Gruppo BNP Paribas. A livello di Gruppo, è stata gestita la comunicazione per l'Italia dell'acquisizione del controllo di Findomestic e della banca Belgo-Lussemburghese Fortis.

Tra i progetti di comunicazione più importanti, si ricorda Educare, il progetto che BNL ha voluto dedicare ai propri clienti, anche potenziali, in una logica di servizio, innovazione e responsabilità. L'iniziativa nasce dalla consapevolezza che la Banca possa svolgere un ruolo fondamentale nello sviluppo dell'educazione finanziaria, al fine di diffondere una cultura corretta e responsabile. Significativo, infine, il contributo dato all'attività di valorizzazione dei grandi progetti di BNL come il Cinema, il Tennis e Telethon.

## OBIETTIVI 2010:

Continuare ad operare con responsabilità e professionalità nei confronti di tutti gli interlocutori, puntando a migliorare tanto l'efficienza quanto l'efficacia della nostra attività quotidiana.

## Fondazione BNL

La Fondazione BNL ha raggiunto nel 2009 il quarto anno di attività per il quale ha operato grazie ad un Fondo di Gestione annuo pari, come gli anni precedenti, ad 1 milione di euro e ha potuto contare su di un Fondo di Dotazione di 1 milione di euro invariato dalla sua costituzione.

Nel 2009 l'attività della Fondazione si è mossa sulle Linee guida indicate dal documento di programmazione 2008-2010 e su quanto stabilito da Statuto e Regolamento, concentrando quindi la sua azione su solidarietà e sanità.

Il totale deliberato è stato pari a quasi 1.400.000, anche grazie ad un "trascinamento" di progetti dell'anno precedente che erano arrivati a deliberazione definitiva nel 2009 e trovavano copertura nell'accantonamento previsto alla fine del 2008.

Per quanto riguarda la destinazione degli interventi, innanzitutto si è ripetuta ancora una volta l'esperienza di Mano Amica, che sta diventando il progetto comune in termini di solidarietà del Gruppo BNP Paribas nei molti Paesi in cui opera.

L'edizione di quest'anno, per la quale è stato deliberato un ammontare di 150.000 euro, è stata allargata anche ai dipendenti delle Società del Gruppo che operano in Italia.

I progetti ricevuti sono stati 42, in linea con quelli delle edizioni precedenti, e approvati 34, in crescita rispetto al 2008.

Uno spazio particolare è stato poi dedicato a coloro che nel corso dell'anno sono stati vittime di due tragedie di grandi dimensioni: il terremoto in Abruzzo e l'incidente ferroviario a Viareggio.

Per l'Abruzzo sono stati stanziati complessivamente 290.000 euro di cui 40.000 deliberati a favore dell'Associazione Dames de Saint Louis che si è presa cura di alcuni piccoli nuclei di persone di nazionalità francese, ma residenti in zona da molti anni che erano rimasti privi di ogni assistenza.

Per quanto riguarda Viareggio, si è ritenuto opportuno deliberare un accantonamento di 50.000 euro per la Croce Verde della città, molti dei cui mezzi sono stati distrutti dall'incendio.

La maggior parte degli interventi (quasi 300.000 euro) sono stati destinati anche nel 2009 ad Onlus dedicate a bambini e giovani che fossero malati, abbandonati, violati, comunque in difficoltà.

Si va dal Villaggio SOS di Ostuni per l'accoglienza di minori in difficoltà o abbandonati, per il quale la Fondazione BNL ha partecipato ad una serie di interventi di manutenzione straordinaria, ai lavori murari necessari alla Casa di Andrea e alla CASA di KIM, destinate all'alloggio di bambini con gravi patologie e loro famiglie venuti a Roma per curarsi negli Ospedali romani. Ma anche il laboratorio dell'Associazione Crescere Onlus, rivolto ai bambini problematici di Foggia o il sostegno al Telefono Azzurro per la sua nuova sede di Roma, hanno visto il supporto della Fondazione BNL.

Al campo della sanità e della malattia in senso stretto, sono andati circa 130.000 euro a cui si possono collegare gli oltre 150.000 euro per l'assistenza ai tossicodipendenti. Si tratta, da un lato, dell'acquisto di macchinari per la verifica preventiva della compatibilità fra donatore e trapiantato, nel caso dell'IME (Istituto mediterraneo di ematologia) o di macchinari avanzati per gli screening della vista nel caso della Fondazione Bietti, ma anche l'acquisto di arredi per il Centro Antea per le cure palliative. Contro la tossicodipendenza, la Fondazione ha contribuito al restauro del Centro medico della Comunità di S. Patrignano e all'acquisto di materiali e arredi per il Gruppo Abele, entrambe già aiutate in passato.

A questo proposito il Consiglio ha proposto di individuare annualmente una "quota" di risorse disponibili da dedicare a progetti di Onlus non sostenute prima.

Al ricovero di poveri ed immigrati sono stati dedicati 150.000 euro tra il restauro della mensa di S. Egidio e il Centro Astalli di Roma; agli anziani 65.000 euro tra la Casa di Riposo Don Nobile e quella Antonio D'Alessio e 63.000 euro sono andati a sostenere l'azione dell'associazione VIC- Volontari in carcere.

Infine, sia pure minoritari rispetto agli altri per scelta del Consiglio di privilegiare interventi sul territorio italiano, 93.000 euro sono andati tramite l'Amref e l'Associazione ARCO Baleno, ad interventi nei Paesi africani.





## Liberalità

Attraverso la Segreteria Organi Statutari, sono stati effettuati 50 interventi per circa € 140 mila a sostegno di iniziative del "non profit", Enti ed Associazioni operanti in campo sociale, sanitario, assistenziale e scientifico, ripartiti come segue:

- 71% Contributi per assistenza umanitaria, sanitaria e ricerca scientifica.

E' continuato l'impegno a favore di Enti ed Associazioni che operano a sostegno dell'infanzia, dei diversamente abili o di persone affette da gravi malattie, nonché a supporto della ricerca scientifica in campo medico e riabilitativo.

Nel corso del 2009 sono stati effettuati n. 48 interventi, indirizzati ai vari settori menzionati per un totale di circa € 100.000.

- 29% Sostegno Sociale.

E' proseguito il tradizionale supporto di BNL alle iniziative promosse dalla Caritas Diocesana - Vicariato di Roma. Tramite la stessa, vengono anche elargiti numerosi piccoli contributi diretti a dare un aiuto concreto a persone che si trovano in situazioni di indigenza e necessità.

Nel corso del 2009 sono stati effettuati interventi per € 40.000.



## AMBIENTE

*“L’attenzione della Banca per lo sviluppo sostenibile si sta concentrando sugli aspetti ambientali, tema particolarmente sentito anche nell’ambito del Gruppo. Per questo stiamo proseguendo con determinazione, in sintonia con Parigi, sull’implementazione delle strutture che ci consentano di realizzare un risparmio energetico significativo grazie all’uso di nuovi impianti con rendimento più elevato e di installazioni che si avvalgono di fonti energetiche alternative. Stiamo puntando anche - con risposte positive - sulla responsabilità ambientale dei colleghi che è premessa indispensabile per qualificare ulteriormente il nostro impegno per l’ambiente”.*

Michele Tarquinio  
Direzione Immobiliare

La prima scommessa vinta da BNL sul piano della sostenibilità è legata al successo ottenuto dal progetto VIS, che coniuga la Responsabilità Sociale al business attraverso la sollecitazione della sensibilità ambientale dei colleghi. Avviato nel mese di febbraio del 2009, il progetto ha centrato l’obiettivo di ridurre ed ottimizzare i costi operativi per aumentare la capacità di BNL di competere sul mercato, ma anche di contribuire alla gestione dell’impatto ambientale.

VIS è stato - e sarà anche nel 2010 - un programma ambizioso perché attacca le inefficienze e gli sprechi e protegge nel contempo gli investimenti per la crescita. Il programma è stato battezzato VIS perché il suo successo dipende da tre fattori: velocità, integrazione, semplicità.

I comportamenti quotidiani di tutti i dipendenti e il loro senso di responsabilità sono alla base di ogni iniziativa VIS. Il successo finale, quindi, dipende dalle attività di ogni giorno, da tutte quelle scelte virtuose che permettono di utilizzare al meglio gli strumenti che la Banca mette a disposizione e che favoriscono l’operatività dell’azienda.

Sulla intranet aziendale sono stati al riguardo pubblicati una serie di suggerimenti che riguardano comportamenti eco-sostenibili che ciascun dipendente può adottare come ad esempio: risparmiare carta stampando due pagine per foglio; limitare i consumi di energia elettrica spegnendo il proprio PC la sera o durante il week-end; valutare la possibilità di organizzare audio e video conference limitando, ove possibile, lo spostamento fisico di uno o più partecipanti alle riunioni.

L’insieme delle iniziative VIS hanno portato a stimare i potenziali risparmi conseguibili in minori emissioni di CO<sub>2</sub> nell’atmosfera per un ammontare pari a 3.000 tonnellate all’anno. In particolare, per quanto riguarda il risparmio di carta il successo dell’iniziativa è lusinghiero: siamo passati da un consumo annuale di oltre 2 mila tonnellate ad un consumo di 1.325 tonnellate.

Nel 2009 è proseguita l’attività di trasformazione degli impianti di condizionamento e riscaldamento dei locali della Rete e dei palazzi della Direzione Centrale. E’ importante segnalare l’impegno non indifferente dei colleghi interessati a gestire gli adempimenti tecnico burocratici correlati alle autorizzazioni per iniziare e gestire i lavori. E merita anche sottolineare come, nel quotidiano, i colleghi che lavorano nei siti rimessi a nuovo abbiano assistito alla trasformazione in atto - di cui peraltro in futuro beneficeranno - sostenendo i disagi legati ai lavori di ristrutturazione e facilitando in ogni occasione la realizzazione degli interventi.

Un dato importante sintetizza l’intervento posto in essere riguardo alle fonti energetiche alternative: gli impianti fotovoltaici in posizionamento corrispondono ad una produzione energetica pari a 200 mila watt.

L’insieme delle trasformazioni operate apporterà - di per sé - un miglioramento dei dati relativi alle emissioni di CO<sub>2</sub> derivante anche dalla riduzione di quelle relative all’uso di gasolio o metano, a seconda dei siti interessati.

Tale successo viene sottolineato dal prospetto triennale dei dati riguardanti le emissioni di CO<sub>2</sub>



che pubblichiamo, con un'avvertenza: i dati non sono confrontabili con quelli dei precedenti Bilanci Sociali poiché sono stati modificati i criteri di rilevazione e si è ampliato il perimetro della rete di strutture presa a riferimento. Spicca su tutti un dato: è sceso il consumo complessivo dell'elemento più inquinante: il gasolio. Siamo passati da 1,190 mln di litri del 2008 ai 0,999 mln di litri del 2009. Il consumo di gas è aumentato, anche perché sono aumentati nei tre anni da 323 a 337 i siti alimentati con questo combustibile a minore impatto ambientale: siamo passati da 3,144 mln di metri cubi a 5,750 mln di metri cubi. E' sceso invece il consumo di acqua: da quello registrato nel 2007, pari a 839.594 metri cubi a 787.665 metri cubi, pur in presenza di un aumento da 620 a 631 dei fabbricati considerati nel computo.

### Consumo di carta e acqua

DESCRIZIONE	ANNO 2009	
	quantità consumata	quantità per dipendente
Carta	1,325,689 Kg	96,4 Kg/anno
	ANNO 2008	
	2,008,000 Kg	142,8 kg/anno

DESCRIZIONE	ANNO 2009	
	quantità (tonnellate)	quantità per dipendente
Carta riciclata acquistata	22,022 Kg	1.60 Kg/anno
	ANNO 2008	
	59,000 Kg	4.19 Kg/anno

DESCRIZIONE	ANNO 2009	
	quantità (tonnellate)	quantità per dipendente
Forniture toner - cartucce	16,486 n°cartucce	1.20 cartucce/anno
	ANNO 2008	
	38,457 n°cartucce	2.7 cartucce/anno

DESCRIZIONE	ANNO 2009	
	quantità (m3)	quantità per dipendente
Acqua	787,665	57 m3/anno
	ANNO 2008	
	658.632	48 m3/anno





## Energia

Il consumo di energia può dirsi diminuito poiché nel triennio siamo passati da oltre 108 mln di KWh del 2007 a poco meno di 116 mln di KWh nel 2009, pur in presenza di un aumento della potenza installata che è passata da 57 mila KW nel 2007 a oltre 62 mila KW nel 2009.

L'emissione totale di CO2 risulta complessivamente aumentata - da 76.098 tonnellate del 2007 a 85.668 tonnellate del 2009 - ma, appunto, in relazione al più che proporzionale incremento dei siti considerati.

Abbiamo raggiunto l'obiettivo che ci eravamo prefissi lo scorso anno di installare, nella sede romana di via degli Aldobrandeschi, due 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; l'altro, impiantato sul tetto di un edificio, che esprime una potenza pari a 50 KWp. Nel quadro del programma "Spirito di innovazione", sono stati realizzati due impianti fotovoltaici: uno ad Alessandria, l'altro nell'agenzia numero 70 di via dei Colli Portuensi a Roma. La strada della riconversione energetica prosegue. Condurrà progressivamente alla riqualificazione dei punti vendita della Rete che meglio si prestano all'installazione di impianti fotovoltaici e darà corpo alle scelte di green marketing.

Ai clienti diciamo che nelle agenzie così riqualificate, 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 CO2, 0,43 tonnellate di emissioni di NOx, 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.

### OBIETTIVI 2010:

Completare il progetto avviato nel 2009 e indirizzato all'efficienza energetica nella sede di via degli Aldobrandeschi a Roma, con lo scopo di ottimizzare i processi di controllo, remotizzazione, 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	ANNO 2009		
	Consumo totale	emissioni indirette CO <sub>2</sub>	Per dipendente
Energia elettrica*	116,000,000 KW/h	63,800 tonn	8,434 KWh/anno
	ANNO 2008		
	114,000,000 KW/h	62,700 tonn	8,103 KWh/anno

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

DESCRIZIONE	ANNO 2009		
	Consumo totale	emissioni dirette CO <sub>2</sub>	Per dipendente
Gasolio	999,550 lt	2,559 tonn	72,7 lt/anno
	ANNO 2008		
	1,190,000 lt	3,046 tonn	84,6 lt/anno

DESCRIZIONE	ANNO 2009		
	Consumo totale	emissioni dirette CO <sub>2</sub>	Per dipendente
Metano	5,700,000 m <sup>3</sup>	11,000 tonn	414,5 m <sup>3</sup> /anno
	ANNO 2008		
	4,300,000 m <sup>3</sup>	8,299 tonn	305,7 m <sup>3</sup> /anno

	ANNO 2008	ANNO 2009
<b>EMISSIONI TOTALI DIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA</b>	11,345 tonn	13,559 tonn
<b>EMISSIONI TOTALI INDIRETTE DI GAS AD EFFETTO SERRA</b>	62,700 tonn	63,800 tonn
<b>EMISSIONI DI CO2 IN ATMOSFERA</b>	74,045 tonn	77,359 tonn

DESCRIZIONE	ANNO 2009		
	Consumo totale	emissioni dirette CO <sub>2</sub>	Per dipendente
Carburante company fleet (benzina, gasolio)	1,101,619	2654 tonn	80,1 lt/anno
	ANNO 2008		
	1,257,000 lt	3028 tonn	89,3 lt/anno



## FORNITORI

*“La Direzione Operativa ha focalizzato la sua attività del 2009 verso iniziative volte all’ottimizzazione dei costi operativi, all’eliminazione degli sprechi e al migliore utilizzo delle risorse per permettere alla macchina operativa di lavorare in modo più rapido e semplice. Il miglioramento dell’efficacia interna rimane un obiettivo prioritario anche nel 2010 per continuare il percorso di semplificazione e di sviluppo della qualità del lavoro di tutti i dipendenti BNL”.*

Gilles Cordesse  
Jean Paul Sabet  
Direzione Operativa

Nel corso del 2009 sono state perseguite diverse iniziative che hanno avuto un positivo impatto ambientale.

In particolare, si è ottimizzata la Business Travel Policy (che regola i viaggi di tutto il personale), con il duplice obiettivo di ridurre la spesa e i viaggi (i viaggiatori BNL sono stati, per esempio, invitati a privilegiare l’uso del treno ad alta velocità in luogo dell’aereo, contribuendo così a una riduzione di emissioni di anidride carbonica).

Parallelamente si è sviluppato e implementato l’utilizzo della videoconferenza, che ha prodotto una riduzione degli spostamenti, e si è avviato il progetto di una sala di Telepresenza a Roma, che verrà terminato nel 2010.

Sono state perseguite iniziative in ambito “printing”, relative alla carta, al toner, alle stampanti multifunzioni, per ottimizzare la spesa e partecipare allo sviluppo sostenibile.

Analogamente si è operato nell’ambito dell’energia elettrica: dalla sensibilizzazione dei dipendenti a un uso più consapevole di luce, acqua, riscaldamento e utilizzo impianti di condizionamento (anche mediante il posizionamento di pellicole riflettenti sulle finestre per ridurre il calore proveniente dall’esterno, e quindi un minore uso dei condizionatori), all’individuazione di fornitori di impianti fotovoltaici.

Altre iniziative hanno riguardato il parco veicoli di servizio e di rappresentanza, ove sono state sostituite delle autovetture con altre meno inquinanti, grazie a consumi inferiori, utilizzo di materiali riciclabili e adozione di sistemi che riducono le emissioni (motori di nuova concezione che utilizzano le nuove tecnologie sviluppate dalle case automobilistiche).

È stata predisposta la raccolta differenziata di toner, carta e plastica, per il relativo riciclaggio.

La funzione Acquisti è stata inoltre il “Data Collector” dei dati relativamente al consumo e all’impatto ambientale di vari settori (viaggi, macchine, carta, cancelleria e toner), fornendo in tal modo gli indicatori per la Dichiarazione RSI al livello di Gruppo BNP Paribas.

Il supporto dato dagli Acquisti si è basato sulla costante ricerca non solo di realizzare un risparmio sui prezzi ma anche proponendo la revisione di processi che siano più attenti agli eventuali impatti ambientali.

Vi è stata una maggiore attenzione alla cultura “green” mediante la partecipazione a eventi e associazioni specializzate e si è sviluppato il “Green Procurement”, prendendo in considerazione le certificazioni ambientali dei nostri fornitori e il loro impegno nel rispetto dell’ambiente.



## 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 e certificazioni di qualità, ambientali e sociali. Per tutti i fornitori certificati viene monitorata la qualità del servizio offerto alla Banca. Periodicamente, anche in funzione del coinvolgimento economico del fornitore con la Banca, viene aggiornata la documentazione, comprese le certificazioni di qualità, ambientali e sociali. Ciò consente alla Banca sia di conoscere l'attività e i comportamenti dei propri fornitori, 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, che viene da loro sottoscritto.

## Politiche degli acquisti

La politica di acquisto della Banca è ispirata ai principi di trasparenza, correttezza e collaborazione. La trasparenza è garantita dall'adozione di regole e meccanismi predeterminati di selezione e gestione dei fornitori. La correttezza è data dall'assunzione di pratiche come la richiesta di sottoscrizione di apposite certificazioni che impegnano i nostri fornitori a non mettere in atto alcuna forma di discriminazione, a rispettare le leggi vigenti in materia di rispetto dei diritti dei lavoratori e alla tutela che gli imprenditori coinvolti non sono collegati ad associazione criminali, mediante la presentazione dell'apposita Dichiarazione antimafia. La collaborazione è considerata come continuo miglioramento dei rapporti con i fornitori, al fine di instaurare con loro 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 e, infine, da sistemi interni, primo fra tutti l'Albo Fornitori.





## DATI PRINCIPALI SU FORNITORI E SPESA

FORNITORI PER FASCIA DI FATTURATO	2008		2009	
	N. Fornitori	%	N. Fornitori	%
Fino a € 100.000	5.927	91	6.018	91
Da € 100.001 a € 500.000	386	5,9	406	6,1
Da € 500.001 a € 1.000.000	79	1,2	72	1,1
Oltre € 1.000.000	110	1,7	119	1,8
<b>TOTALE</b>	<b>6.502</b>	<b>100</b>	<b>6.615</b>	<b>100</b>

FORNITORI PER MACRO CATEGORIE DI SPESA	2008		2009	
	N. Fornitori***	Fatturato*	N. Fornitori***	Fatturato*
Spese Immobiliari	2.723	244,1	2.859	317,3
Tecnologie	270	240,8	255	184,9
Altri Servizi **	3.926	236,0	3.992	231,5
<b>TOTALE</b>	<b>6.919</b>	<b>720,9</b>	<b>7.106</b>	<b>733,7</b>

\* M€ IVA incl.

\*\* Sono tutte le altre spese escluse immobili e tecnologie.

\*\*\* Alcuni fornitori possono appartenere a più categorie di spesa.





Il Bilancio della Responsabilità Sociale 2009 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 Lombardia, 31 – 00187 Roma

