

REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2016 GRUPPO BNL



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY



BNL

GRUPPO BNP PARIBAS

La banca
per un mondo
che cambia



GOVERNANCE

Messaggio del Presidente e dell'Amministratore Delegato	3
Gruppo BNP Paribas in Italia e nel mondo	5
Strategia di CSR in BNP Paribas e nel Gruppo BNL	10
Corporate Governance nel Gruppo BNL	13

Finanziare l'economia in modo etico

15



RESPONSABILITÀ ECONOMICA

Favorire lo sviluppo e l'impegno delle nostre persone

27



RESPONSABILITÀ COME DATORE DI LAVORO

Essere un protagonista impegnato della società

35



RESPONSABILITÀ VERSO LA COMUNITÀ

Agire contro il cambiamento climatico

45



RESPONSABILITÀ AMBIENTALE



ALLEGATI TECNICI

Indicatori di Governance	56
Indicatori Economici	58
Indicatori come Datore di lavoro	63
Indicatori Ambientali	71

MESSAGGIO DEL PRESIDENTE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO



Il 2016 è stato ancora un anno di cambiamenti sociali e ambientali a livello globale ed europeo, segnato da importanti sfide che minano la fiducia delle persone e minacciano la pace e la prosperità. Serve quindi una visione ambiziosa per il futuro, capace di cogliere le opportunità che alcuni di questi cambiamenti offrono, identificando obiettivi che possano unire gli sforzi e l'ingegnosità collettiva e trasformare la nostra società per le presenti e le future generazioni.

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda Onu 2030, sottoscritti dall'Italia nel 2015, possono dettare l'Agenda: non lasciare indietro nessuno eliminando la povertà estrema, riducendo le disuguaglianze, garantendo l'accesso ai sistemi sanitari, all'educazione, a un'occupazione dignitosa e a cibo nutriente per tutti, e al contempo proteggere l'ambiente. Sono obiettivi imprescindibili e urgenti, su cui i governi, le autorità locali, le imprese e i cittadini dovrebbero agire insieme.

Per la Banca si tratta di contribuire alla creazione di nuovi modelli economici e sociali, di puntare ad una creazione di valore condiviso e duraturo, di assicurare l'equità tra diverse generazioni, di favorire l'inclusione.

Il recente contributo del Gruppo BNP Paribas e di BNL è stato sostanziale: un'attenta selezione di finanziamenti e investimenti verso aziende, clienti e fornitori impegnati come noi nella sostenibilità, e un'efficace inclusione finanziaria, che estende l'accesso al credito con nuove forme mirate all'impresa sociale e al microcredito. Concrete le nostre azioni verso la collettività: la straordinaria raccolta fondi per Telethon, l'educazione finanziaria, e i contributi sociali e sanitari della Fondazione. Importanti misure concrete come datore di lavoro incoraggiando la diversità, estendendo varie forme

di conciliazione di tempi vita-lavoro, anticipando l'equiparazione dei diritti riservati alle unioni civili, promuovendo azioni specifiche sulla violenza contro le donne, sulla diversità di genere e la libertà di orientamento sessuale.

Ma l'anno appena trascorso è stato segnato dal terremoto del Centro Italia, tragico evento in cui BNL ha dimostrato impegno e coesione, coinvolgendo clienti e dipendenti in una raccolta fondi destinata alla Croce Rossa.

Il Gruppo BNP Paribas è nel 2016 ancora una volta tra le prime 100 aziende al mondo in termini di crescita sostenibile secondo Corporate Knights, e la prima banca in Europa secondo Euronext-Vigeo. L'impegno in ambito Corporate Social Responsibility è sancito nel piano industriale 2020 con obiettivi precisi. In particolare, desideriamo rafforzare ulteriormente la cultura dell'etica aziendale, lavorando sempre nell'interesse del cliente ispirati dal codice di condotta. Vogliamo generare un impatto positivo sulla società attraverso le nostre scelte di finanziamento e investimento, oltre a sostenere con le nostre azioni filantropiche e inclusive le comunità in cui viviamo. Vogliamo essere protagonisti nella transizione energetica, non solo riducendo le emissioni di CO₂ da consumi interni del 25% ma soprattutto raddoppiando il finanziamento alle energie rinnovabili e sostenendo tecnologie e innovazioni utili alla decarbonizzazione dell'economia.

Siamo certi che la sostenibilità in azienda possa contribuire alla gestione del cambiamento e alla ricostruzione della fiducia, assicurando creazione di valore e impatto positivo per la società, per i nostri clienti, dipendenti, azionisti e per tutti i nostri stakeholders.

PERIMETRO E PREMESSA METODOLOGICA

BNL DA 16 ANNI PUBBLICA IL REPORT DI SOSTENIBILITÀ SU BASE VOLONTARIA. I DATI DEL GRUPPO BNL SONO INCLUSI NEL BILANCIO SOCIALE E AMBIENTALE DEL GRUPPO BNP PARIBAS

PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Il Report considera i dati dal 1° gennaio al 31 dicembre 2016. Rientrano nel perimetro di rendicontazione tutte le società appartenenti al Gruppo BNL, ovvero: Artigiancassa, BNL Finance, BNL Positivity, BNL e Business Partner Italia, quest'ultime due vengono rappresentate congiuntamente. Contribuiscono alla realizzazione del Report circa 70 referenti CSR del Gruppo BNL.

PREMESSA METODOLOGICA

1. LINEE GUIDA UTILIZZATE

Le informazioni presenti nel Report sono state redatte ispirandosi allo standard internazionale del GRI-G4 (Global Reporting Initiative) oltre a far riferimento alle linee guida dell'ABI, agli standard internazionali sulla responsabilità sociale contenuti nella norma ISO 26000 e alle metodologie interne applicate dalla Capogruppo. I dati ambientali sono certificati all'interno del Bilancio di Gruppo e vengono rendicontati tramite un tool interno, Enablon, attraverso il quale sono monitorati e misurati; il periodo di rilevazione dei dati ambientali è dal 1/10/2015 al 30/09/2016.

2. STRUTTURA

Il Report è suddiviso in 5 sezioni, corrispondenti al modello strategico di CSR applicato in Banca, prevedendo una parte trasversale di Governance e 4 pilastri di Responsabilità: Economica, come Datore di Lavoro, verso la Comunità e Ambientale contraddistinte con colori diversi. Il Report chiude con gli allegati tecnici riguardanti gli indicatori numerici di sostenibilità.

3. AREE TEMATICHE

Le tematiche trattate nel Report sono state selezionate tenendo conto sia delle istanze indicate come prevalenti dall'opinione pubblica italiana, sia delle priorità del Gruppo BNP Paribas.

SEZIONI RICORRENTI

ANALISI ECONOMICA E SOCIALE DI BNL

Introduce ogni capitolo un'analisi, a livello Paese, effettuata nel corso dell'anno dall'Ufficio Studi di BNL su tematiche che hanno impatti significativi nel sistema economico italiano.

GRUPPO BNL

Viene rappresentato con un palazzo a sfondo ed evidenzia le iniziative e i prodotti che le società appartenenti al Gruppo BNL hanno realizzato in ambito CSR.

TERMINOLOGIA

Una lavagna presente in alcune sezioni del Report, esplicita un termine o tematica CSR recentemente entrati nel vocabolario comune ed ancora in evoluzione o poco nota.

FOCUS

Presente a chiusura di ogni capitolo, indica che una specifica tematica CSR viene approfondita in quanto ritenuta rilevante dal Gruppo in termini di impegno e di obiettivi da raggiungere.

GRUPPO BNP PARIBAS IN ITALIA E NEL MONDO



BNP Paribas è un Gruppo bancario internazionale presente in oltre 70 paesi ed è uno dei leader europei nei servizi bancari e finanziari, con oltre 192.000 collaboratori, dei quali più di 146.000 attivi in Europa, dove il Gruppo ha quattro mercati domestici: Francia, Belgio, Italia e Lussemburgo.

BNP Paribas detiene posizioni chiave in due grandi settori di attività: Retail Banking & Services e Corporate & Institutional Banking.

Presente in Italia dal 1967 come BNP e dal 1979 come Paribas, BNP Paribas è operativo sul mercato italiano da oltre 40 anni, con 18.000 collaboratori e 28 aziende specialistiche.

Dal 2006 ha consolidato la sua presenza in Italia con l'acquisizione di BNL che, a seguito del processo d'integrazione, presidia l'attività di Banca Commerciale.

BNP Paribas mette a disposizione dei clienti italiani prodotti e servizi, dai tradizionali ai più innovativi, in grado di soddisfare le esigenze di privati, professionisti, aziende e istituzioni.

Ai clienti privati, il Gruppo offre strumenti di rispar-

mio, d'investimento, prodotti assicurativo-previdenziali, private banking, consulenza finanziaria, mutui, credito al consumo, servizi di e-banking. Alle aziende, ai professionisti e alle istituzioni, il Gruppo dispone di una piattaforma di offerta in grado di sostenere bisogni e strategie di business. Questo, attraverso la presenza di diverse società specializzate:

- Artigiancassa;
- Arval;
- BNL Finance;
- BNL Positivity;
- BNP Paribas Cardif Italia;
- BNP Paribas Corporate & Institutional Banking;
- BNP Paribas Investment Partners;
- BNP Paribas Leasing Solutions;
- BNP Paribas Real Estate;
- BNP Paribas Securities Services;
- Business Partner Italia;
- Findomestic Banca;
- Ifitalia.



LE NOSTRE CONVINZIONI COMUNI: UNA CRESCITA RESPONSABILE E SOSTENIBILE

VISION DI BNP PARIBAS

Vogliamo essere la Banca leader in Europa, con una solida presenza globale. Il partner di riferimento dei nostri clienti sul lungo termine e un player in grado di contribuire ad una crescita responsabile e sostenibile.

MISSION DI BNP PARIBAS

Vogliamo avere un impatto positivo sui nostri stakeholder -clienti, dipendenti, azionisti - e sulla

società nel suo complesso. Grazie al nostro modello integrato i dipendenti potranno esprimere al massimo il loro impegno ed offrire ai nostri clienti un servizio e delle soluzioni di eccellenza. Proponiamo ai nostri colleghi un ambiente di lavoro motivante e stimolante.

Vogliamo far parte dei player più degni di fiducia del nostro settore, integrando ulteriormente i nostri Valori e la nostra etica nei comportamenti quotidiani.

LE NOSTRE FORZE TRAINANTI

SOLIDITÀ

Costruiamo il nostro futuro su una gestione solida e orientata al lungo termine, sul nostro modello di business diversificato e integrato e sulla nostra presenza internazionale

RESPONSABILITÀ

Costruiamo il nostro futuro sulla nostra cultura della responsabilità e integrità per servire al meglio gli interessi dei nostri clienti

COMPETENZA

Costruiamo il nostro futuro sulle competenze, riconosciute e in continua evoluzione, dei nostri team

AMBIENTE DI LAVORO FAVOREVOLE

Promuoviamo un ambiente di lavoro stimolante dove le persone sono trattate con equità e rispetto

AGILITÀ

Vogliamo essere più semplici, favorire l'innovazione utile e abbracciare la trasformazione digitale

CULTURA DELLA COMPLIANCE

Crediamo nell'adozione di regole chiare per consolidare una forte cultura etica e della compliance

SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Crediamo che il nostro successo sia nell'essere la scelta preferita dei clienti. Vogliamo ascoltarli e lavorare a stretto contatto con loro

APERTURA

Incoraggiamo le persone ad avere un approccio aperto nei confronti dei nostri stakeholders. Il nostro obiettivo è che ogni persona nel Gruppo si senta inclusa, possa dare il proprio contributo e si senta responsabilizzata

I NOSTRI PUNTI DI FORZA

La Corporate Social Responsibility di BNP Paribas è una funzione di Gruppo a diretto riporto del Group Executive Management e sotto la responsabilità del Deputy Chief Executive Officer.

Il modello organizzativo è definito da una politica specifica concordata con il Top Management, con la presenza di un responsabile CSR per i principali Paesi e Business Entity, con incontri trimestrali con la funzione centrale di Gruppo per facilitare l'applicazione delle politiche ai singoli Paesi.

Il Comitato etico del Gruppo BNP Paribas ha il ruolo di advisory del Comitato esecutivo di Gruppo per assicurare che le attività siano in linea con i valori di BNP Paribas e con gli standard più elevati di integrità professionale e di etica.

Nel 2016 tutte le Entità del Gruppo BNP Paribas hanno recepito il nuovo codice di condotta in linea con quanto espresso dal Gruppo, formando oltre il 90% delle persone.

BNP Paribas si impegna a rispettare i diritti umani definiti nella Carta internazionale dei diritti dell'uomo; riconosce inoltre i principi cardine del lavoro stabiliti dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro ed è membro attivo del Global Compact delle Nazioni Unite, sostenendone i principi e ispirandosi per l'approccio della gestione responsabile dell'impresa.

Il Gruppo rispetta le normative nazionali e internazionali e le disposizioni di legge locali vigenti nei Paesi in cui opera e, laddove la legislazione locale sia più stringente della disciplina interna, si conforma ovviamente alle disposizioni di legge a livello locale.

BNP Paribas rafforza il suo impegno con il nuovo Piano industriale 2020 che punta a costruire la Banca di domani nel rispetto di una rigorosa politica di Responsabilità Sociale.

POSIZIONI PUBBLICHE DI BNP PARIBAS NELLA SOSTENIBILITÀ

Il Gruppo BNP Paribas sviluppa le sue attività rispettando i più alti principi di sostenibilità e impegnandosi pubblicamente come membro attivo di organismi internazionali, quali:

- Global Compact delle Nazioni Unite
- UN Women's Empowerment Principles
- UNEP Finance Initiative
- Carbon Disclosure Project (CDP)
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- Banking Environment Initiative (BEI)
- Business for Human Rights (EDH)
- Business for Environment (EPE)
- Business and Health

In Italia BNL aderisce ai seguenti Network:



BNP PARIBAS LEADER NEI RATINGS EXTRA FINANZIARI

PRINCIPALI RATINGS EXTRA FINANZIARI



1^a Banca su 31 in Europa secondo Vigeo Eiris



Nel top 8% del settore Banche (su 27) secondo Robeco Sam



2^a su 250 aziende nel settore Commercial Banks & Capital Markets secondo Oekom Research



Prima banca francese e fra le top 6 in Europa secondo Carbon Disclosure Project

15^a su 397 Banche secondo Sustainalytics

PRESENZA NEGLI INDICI DI SVILUPPO SOSTENIBILE



BNP Paribas è presente nell'indice Dow Jones Sustainability Europa e Mondo



BNP Paribas è presente negli indici Euronext Vigeo World 120, Europe 120, Eurozone 120, Francia 20

ALTRE CLASSIFICHE E PREMI



BNP Paribas è presente nella classifica 2017 delle "Global 100 Most Sustainable Corporations" (42^a)

BNP PARIBAS E I SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

NEL 2015, LE NAZIONI UNITE HANNO APPROVATO L'AGENDA GLOBALE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE E I RELATIVI 17 OBIETTIVI (SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS - SDGS) DA RAGGIUNGERE ENTRO IL 2030.

QUESTI OBIETTIVI SONO STATI RATIFICATI ANCHE DALL'ITALIA A SETTEMBRE 2015.



Rappresentano una chiamata all'azione, urgente e non rimandabile, a tutti gli attori della società verso la protezione del pianeta e la fine della povertà, per assicurare a tutti pace e prosperità.

BNP Paribas contribuisce al raggiungimento degli SDGs attraverso la sua politica di CSR strutturata intorno a 4 pilastri e 12 impegni che riflettono le priorità di sostenibilità della Banca.

I 17 obiettivi delle Nazioni Unite sono incanalati all'interno dei 4 pilastri CSR di BNP Paribas.

In Italia, BNL partecipa attivamente come socio fondatore alla Fondazione Global Compact Network Italia.

**LA NOSTRA
RESPONSABILITÀ
ECONOMICA**
Finanziare l'economia
in modo etico



LA NOSTRA RESPONSABILITÀ COME DATORE DI LAVORO

Favorire l'impegno e lo sviluppo delle nostre persone



LA NOSTRA RESPONSABILITÀ VERSO LA COMUNITÀ

Essere un protagonista impegnato nella società



LA NOSTRA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Agire contro il cambiamento climatico



STRATEGIA DI CSR IN BNP PARIBAS E NEL GRUPPO BNL: 4 PILASTRI E 12 IMPEGNI

Il modello di Gruppo, diffuso e applicato in tutti i Paesi e Entità in cui BNP Paribas opera, si basa su 4 aree di responsabilità, **Economica**, **come Datore di Lavoro**, **verso la Comunità** e **Ambientale**, con 12 impegni specifici e 13 obiettivi, misurati nel tempo. Il raggiungimento di 9 di questi 13 obiettivi impatta sull'assegnazione delle retribuzioni variabili differite (Global Sustainability and Incentive Scheme) ai 5.000 Key Manager di Gruppo e pesa per il 20% sulle condizioni di attribuzione del compenso stesso.

UNA BANCA RESPONSABILE: 4 PILASTRI - 12 IMPEGNI

ECONOMICA	COME DATORE DI LAVORO	VERSO LA COMUNITÀ	AMBIENTALE
<p>FINANZIARE L'ECONOMIA IN MODO ETICO</p> <p>Promuovere investimenti e finanziamenti ad impatto sociale e ambientale positivo</p> <p>Operare nel rispetto dei migliori standard etici</p> <p>Gestire con rigore i rischi ambientali, sociali e di governance</p>	<p>FAVORIRE LO SVILUPPO E L'IMPEGNO DELLE NOSTRE PERSONE</p> <p>Un'azienda che promuove la diversità e l'inclusione</p> <p>Un ambiente di lavoro favorevole con una gestione responsabile</p> <p>Un'azienda orientata all'apprendimento continuo e ad una gestione dinamica delle carriere</p>	<p>ESSERE UN PROTAGONISTA IMPEGNATO DELLA SOCIETÀ</p> <p>Offrire prodotti e servizi accessibili al maggior numero di persone</p> <p>Combattere l'esclusione sociale e promuovere i diritti umani</p> <p>Orientare la filantropia verso la cultura, la solidarietà e l'ambiente</p>	<p>AGIRE CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO</p> <p>Affiancare i clienti nella transizione verso un'economia a bassa emissione di carbonio</p> <p>Ridurre il nostro impatto ambientale diretto</p> <p>Contribuire ad aumentare la consapevolezza e la condivisione delle migliori pratiche ambientali</p>

LA NOSTRA GOVERNANCE

- animata dalla cultura della responsabilità e dell'integrità;
- basata sulle migliori pratiche di gestione aziendale;
- fondata sulla coerenza di intenti e di azione fra CdA, Azionisti, Management e insieme del Gruppo;
- impegnata a promuovere l'azione di lungo termine di BNP Paribas con impatto positivo sulla

Responsabilità Economica, significa finanziare l'economia in modo etico, assolvendo al nostro ruolo primario di gestire finanziamenti e investimenti dei nostri clienti generando un impatto positivo sulla società e integrando in modo sistemico le analisi dei rischi ambientali e sociali; **Responsabilità come Datore di Lavoro**, significa investire nelle nostre persone attraverso la formazione, piani di sviluppo, gestione dinamica delle carriere favorendo sempre l'inclusione e la diversità;

Responsabilità verso la Comunità, significa essere un agente positivo di cambiamento all'interno della comunità in cui la Banca opera, offrendo prodotti e servizi di ampia accessibilità, combattendo l'esclusione sociale e promuovendo i diritti umani; **Responsabilità Ambientale**, significa agire contro il cambiamento climatico e affiancare i clienti nella transizione energetica con politiche di investimento e finanziamento.

OBIETTIVI DI CSR IN BNP PARIBAS E IN BNL

	Indicatore KPI	Obiettivo BNP Paribas 2018	BNL 2016 (vs 2015)	Obiettivo BNL 2018
RESPONSABILITÀ ECONOMICA	% finanziamenti a Imprese che contribuiscono strettamente al raggiungimento obiettivi ONU (SDG ONU 2030)	Almeno 15%	NA	Almeno 15%
	% collaboratori formati su tematiche etiche	>80%	>90%	>80%
	% finanziamenti ad imprese comprese in un settore coperto da Politiche settoriali	40%	14%	Almeno 14%
RESPONSABILITÀ COME DATORE DI LAVORO	% donne in Comitato di direzione	23%	24% (+5pts)	21%
	% donne senior manager	28%	20% (=)	25%
	% collaboratori che dichiarano di aver seguito almeno un corso di formazione in un anno	90%	88% (+9pts)	90%
	% collaboratori che beneficiano di almeno 14 settimane di congedo maternità e/o 6 gg di congedo parentale	85%	100%	100%
RESPONSABILITÀ VERSO LA COMUNITÀ	N. soggetti annualmente beneficiari di microcredito	350.000	3.012 (-80 clienti)	+9000 (2016-2018)
	% di collaboratori direttamente impattati dal rischio di violazione di diritti umani che abbiano seguito una formazione specifica	80%	NA	100%
	Budget totale annuo di Filantropia	>/= 38,6 Mln €	5,4 Mln € ** (+1,6 Mln €)	>/= 3,8 Mln € **
RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	Montante dei finanziamenti complessivi dedicati alle energie rinnovabili*	15 Mld al 2020	NA***	TBD
	Bilancio emissioni gas effetto serra (CO2)*	2,61 tonn. Eq CO2/FTE 2,41 al 2020	3,29 tonn. Eq CO2/FTE (-9%)	3,25 tonn. Eq CO2/FTE 2,94 al 2020 (-25% vs 2012)
	Persone sensibilizzate ai temi ambientali	140.000	5.000	15.000
GOVERNANCE	% dei collaboratori con immagine positiva di come BNPP esercita sua Responsabilità sociale (Fonte GPS)	72%	67% (+2 pts)	72%

* L'obiettivo è fissato al 2020 in quanto in linea con gli obiettivi fissati dalla Cop21 (Conferenza sul Clima - Parigi 2015)

** Totale BNP Paribas Italia

*** Il dato BNL è in corso di rielaborazione

Nota: Gli obiettivi BNL 2018 saranno oggetto di prossima revisione al rialzo dove già raggiunti

SOCIETÀ DEL GRUPPO BNL IN ITALIA

BNL

Uno dei principali Gruppi bancari italiani, con oltre 13mila collaboratori, 2,5 milioni di clienti privati, 130mila tra piccole imprese e professionisti ed oltre 33mila tra imprese ed enti; offre un'ampia gamma di prodotti e servizi, per soddisfare le esigenze dei propri clienti.

CAPOGRUPPO - SOCIETÀ PER AZIONI
CAPITALE SOCIALE € 2.076.940.000

BPI

Società che offre servizi specializzati a tutte le Entità del Gruppo in Italia, in una logica di partnership e di integrazione trasversale.

CONTROLLATA DAL GRUPPO BNL (92,07%)
SOCIETÀ CONSORTILE PER AZIONI
CAPITALE SOCIALE € 5.710.300

ARTIGIANCASSA

Specializzata nella gestione di fondi pubblici di agevolazione che favoriscono l'accesso al credito delle imprese artigiane italiane.

CONTROLLATA DAL GRUPPO BNL (73,86%) E AGART S.P.A (26,1%)
SOCIETÀ PER AZIONI
CAPITALE SOCIALE € 10.000.000

BNL POSITIVITY

Dedicata alla gestione delle transazioni di pagamento effettuate con POS. Nasce dall'esperienza di BNL, banca leader nel mercato italiano, e di First Data Corp., leader mondiale nei servizi di pagamento.

CONTROLLATA DAL GRUPPO BNL (90%) E BNL FINANCE (10%)
SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA
CAPITALE SOCIALE € 4.773.000

BNL FINANCE

Società specializzata nella cessione del quinto dello stipendio e delegazione di pagamento.

Opera sia come fabbrica prodotto sia nella distribuzione commerciale dei finanziamenti su tutto il territorio nazionale, tramite le agenzie della rete BNL e la rete agenti BNL Finance.

PROPRIETÀ 100% BNL - SOCIETÀ PER AZIONI
CAPITALE SOCIALE € 14.950.000

CORPORATE GOVERNANCE NEL GRUPPO BNL

Il Sistema di Governance di BNL è strutturato in: Assemblea dei Soci, Consiglio d'Amministrazione, Amministratore Delegato e Collegio Sindacale. La Banca è assoggettata alla direzione e coordinamento del suo azionista unico BNP Paribas SA-Parigi. Nel 2016 non si sono verificate variazioni nel capitale sociale e nell'assetto proprietario. Gli amministratori e sindaci devono possedere requisiti di onorabilità, professionalità e indipendenza previsti dalle norme in materia e dallo statuto sociale. I componenti del Consiglio d'Amministrazione possiedono una rilevante conoscenza del business bancario, con esperienze su tematiche economiche, sociali e dei rischi.

ORGANIZZAZIONE CSR

Dal 2015 nel Gruppo BNL, l'Unità organizzativa della Corporate Social Responsibility è collocata a diretto riporto del Chief Operating Officer (COO), che ha assunto anche il ruolo di CSR Manager di BNL con riporto funzionale alla CSR del Gruppo BNP Paribas. I temi di CSR sono periodicamente oggetto di rendicontazione al management e al Consiglio d'Amministrazione.

GESTIONE DEI RISCHI

La Banca assicura che l'esposizione ai rischi generati dalle proprie attività (di credito, di controparte, operativo, di mercato, di liquidità e tasso di interesse sul portafoglio bancario) siano conformi - anche in termini di responsabilità sociale - alle policy e coerenti con gli obiettivi strategici in termini di struttura economica e patrimoniale. La Banca assicura altresì l'implementazione delle metodologie per la misurazione, la gestione ed il controllo di tali rischi e un costante controllo di secondo livello sul relativo stato, curandone l'informativa agli Organi di Governo e Controllo, nonché alla Capogruppo BNP Paribas.

CONFLITTI D'INTERESSE E ALLERTA ETICO

Il Gruppo BNP Paribas gestisce i conflitti d'interesse mediante appositi dispositivi procedurali e di controllo. Tra le misure adottate:

- i Chinese Wall, per prevenire la non corretta diffusione di informazioni privilegiate tra i collaboratori.

- il dispositivo di Allerta-Etico Whistleblowing che consente a ciascun collaboratore di comunicare violazioni di norme e fatti che possono comportare rischi o situazioni di pericolo e quindi un relativo danno per i clienti, i dipendenti, o la stessa Banca.

POLITICHE ANTICORRUZIONE

BNL adotta il "modello di organizzazione e controllo 231/2001" per la prevenzione delle fattispecie criminose comprensivo del codice etico che integra le regole di comportamento che il personale è tenuto a osservare.

CODICE DI CONDOTTA

BNL ha recepito il nuovo Codice di condotta del Gruppo BNP Paribas che segna importanti impegni sui comportamenti individuali per una gestione etica del business e oltre il 90% dei dipendenti ha completato una formazione dedicata.

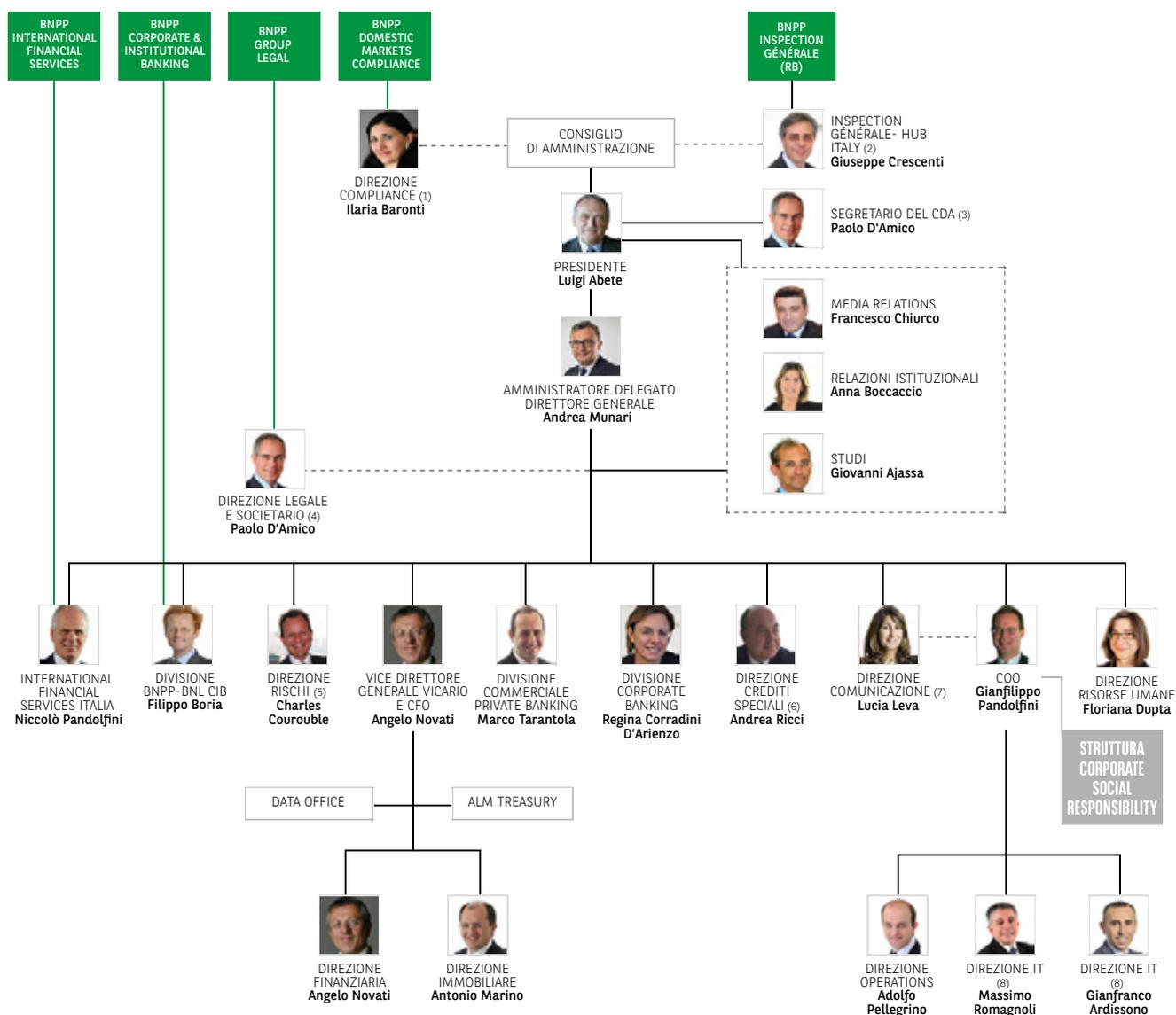
ANTIRICICLAGGIO E ANTITERRORISMO

BNL adotta comportamenti che contrastano riciclaggio e terrorismo attuando politiche specifiche e presidi di controllo interno. In particolare, sono stati condotti interventi volti ad assicurare la conoscenza del cliente, la tracciabilità delle transazioni finanziarie e l'individuazione di comportamenti anomali. Nel 2016, le posizioni esaminate sono state 1.293; di queste 1.284 sono state inoltrate all'Unità di Informazione.

EMBARGHI E ARMAMENTI

BNL attua quanto disposto con Policy dal Gruppo BNP Paribas per la gestione delle transazioni con controparti estere soggette ad embargo. Il Gruppo BNP Paribas, nell'ambito della gestione del rischio reputazionale, si astiene da operazioni che coinvolgano persone o Paesi oggetto di sanzioni, adottate non solo dalla UE, ma anche da altri Paesi o organismi internazionali. 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 è circoscritta alle sole operazioni scambiate con Paesi UE e NATO.

ORGANIGRAMMA AZIENDALE



Il presente organigramma è aggiornato a marzo 2017

(1) La Direzione Compliance di BNL risulta integrata nel modello organizzativo di compliance del Gruppo BNP Paribas con conseguente stretto legame e riporto del Direttore Compliance al Domestic Markets Compliance di BNP Paribas. Sempre in ottica di indipendenza della funzione di controllo, l'inquadramento del Direttore Compliance è alle dirette dipendenze del Consiglio di Amministrazione e, per esso, al Presidente, al Comitato per il Controllo Interno e Rischi e all'Amministratore Delegato di BNL. All'interno della Direzione Compliance è strutturata la Funzione Aziendale Antiriciclaggio.

(2) Il Direttore di Inspection Générale-Hub Italy riporta funzionalmente al Consiglio di Amministrazione e, per esso, al Presidente di BNL, al Comitato per il Controllo Interno e Rischi e all'Amministratore Delegato di BNL.

(3) Il Segretario riporta direttamente al Presidente del Consiglio di Amministrazione.

(4) La Direzione Legale e Societario di BNL risulta integrata nel modello organizzativo di legal del Gruppo BNP Paribas con conseguente stretto legame e riporto del Direttore Legale al Group Legal di BNP Paribas. Sempre in ottica di indipendenza della funzione di controllo, l'inquadramento del Direttore Legale e Societario è alle dirette dipendenze dell'Amministratore Delegato/Direttore Generale di BNL.

(5) La Direzione Rischi ha un legame diretto con RISK Domestic Markets di BNP Paribas.

(6) La Direzione Crediti Speciali definisce e implementa le strategie di gestione della clientela non performing, indirizza e coordina operativamente le attività svolte dalla Direzione Workout di Business Partner Italia.

(7) Per la Direzione Comunicazione, che continua a mantenere un riporto gerarchico all'Amministratore Delegato, viene attivato un riporto funzionale al COO al fine di assicurare una gestione integrata del suo funzionamento e dei relativi costi.

(8) La Direzione IT riporta funzionalmente alle strutture di Capogruppo Informatique Technologies Groupe (ITG) per le tematiche di produzione informatica e RB - Retail Banking Information Systems (RBIS) per le tematiche di sviluppo applicativo.



**OLTRE
2,5 Mln**

CLIENTI NEL 2016
CORPORATE, PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E RETAIL E PRIVATE

61.268 Mln €

CREDITI VERSO LA CLIENTELA
+1,2% RISPETTO AL 2015

46.322 Mln €

RACCOLTA DIRETTA DA CLIENTELA
+7,8% RISPETTO AL 2015

**100 Mln €
CIRCA**

A FAVORE DI 117 IMPRESE SOCIALI
+ 45% RISPETTO AL 2015

**300 Mln €
CIRCA**

DI INVESTIMENTI IN FONDI SRI
FONDI SOCIALMENTE RESPONSABILI

RESPONSABILITÀ ECONOMICA



FINANZIARE L'ECONOMIA IN MODO ETICO ED EFFICACE

IL GRUPPO BNL CONTRIBUISCE A REALIZZARE PROGETTI IMPRENDITORIALI E PERSONALI DEI PROPRI CLIENTI, PRIVATI E AZIENDE, GESTENDO RESPONSABILMENTE IL RISPARMIO DA UN LATO E I FINANZIAMENTI DALL' ALTRO, E COSTRUIENDO UNA RELAZIONE DI FIDUCIA CON LA COMUNITÀ.

Negli ultimi 8 anni, a fronte di una crescita del PIL del 2,5%, BNL ha erogato finanziamenti in crescita del 13,7%. Nel 2016, BNL ha finanziato l'economia reale italiana con oltre 61 miliardi di € di crediti (+ 1,2% verso il 2015), verso aziende e privati. Nel corso del 2016 sono state realizzate numerose iniziative d'investimento, di sviluppo tecnologico e di valorizzazione delle competenze interne, in ottica di innovazione dei servizi offerti alla clientela, di miglioramento dell'efficienza dei processi aziendali e di convergenza degli stessi agli standard di Gruppo. BNL ha rafforzato la connessione con le start-up attraverso partnership con gli acceleratori d'impresa al fine di valorizzare le migliori idee innovative. Inoltre, BNL favorisce lo sviluppo del Terzo Settore mettendo a disposizione una struttura della Banca dedicata a queste realtà. BNL contribuisce allo sviluppo delle imprese che rispettano i più alti standard ambientali, sociali e di governance, attraverso le proprie politiche di finanziamento e investimento.

Per i clienti, individui e famiglie, la Banca dedica una gamma di prodotti specifici per le diverse esigenze, accompagnandoli nei loro progetti professionali e di vita.

SCELTE FINANZIARIE DEGLI ITALIANI

Il valore delle attività finanziarie degli italiani ha proseguito la ripresa iniziata nel 2012, avvicinandosi a 4.000 miliardi di euro. Rimangono, invece, evidenti le crescenti difficoltà degli italiani nell'accantonare nuovo risparmio. Con la crisi, le famiglie hanno cambiato la composizione del loro portafoglio finanziario, cercando di adeguarlo al nuovo contesto esterno. I bassi tassi d'interesse hanno allontanato sempre più gli italiani dai titoli di stato, arrivati a rappresentare solo il 3% del portafoglio, dal 20% della metà degli anni '90. I bassi tassi d'interesse non penalizzano, invece, i depositi, che continuano ad attrarre l'attenzione delle famiglie, essendo strumento capace di garantire sicurezza e liquidità. Il valore complessivo di questa forma di investimento ha superato i 1.270 miliardi, più del 30% del totale. Durante gli ultimi anni, la redditività degli investimenti finanziari delle famiglie si è ridotta. Nella composizione del reddito complessivo, è sceso il peso degli interessi: alla metà degli anni '90, ogni italiano incassava annualmente più di €1.800; nel 2015, ne ha ricevuti circa 600. La crisi ha colpito anche gli utili distribuiti dalle società: prima della crisi, questa voce garantiva il 10% delle risorse totali delle famiglie, mentre negli ultimi anni ci si è stabilizzati al di sotto del 7%.

Fonte: Servizio Studi BNL 2016

PROTEGGIAMO GLI INTERESSI DEI NOSTRI CLIENTI

TUTELA PRIVACY

ACCORDO FINALIZZATO A MITIGARE
LE PRESSIONI COMMERCIALI

CODICE DI CONDOTTA

DISPOSITIVO DI ALLERTA ETICO

ADEGUATA INFORMATIVA AL CLIENTE

POLITICHE SETTORIALI

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEI CLIENTI

1. ASCOLTO

Assistenza

One Call Solution (OCS) misura la capacità di fornire risposta nel corso del primo contatto con il cliente
Nel 2016: la OCS è al 93% via telefono, 84% via email

Social Listening

Ascolto quotidiano del web (social, blog, forum, siti) per monitorare e misurare il sentiment sul brand e sui nostri prodotti

2. COMUNICAZIONE

Sito Bnl.it

90.348.821 (totale di pagine visualizzate comprese le visualizzazioni ripetute della stessa pagina);
9.028.625 utenti

Pubblicazioni bancarie

Approfondimenti sui principali temi economici

Ricerche

Approfondito lo scenario internet e quello dell'home banking ed il posizionamento di BNL rispetto ai competitors nel mercato e-finance
Indagine sul brand per monitorare il sentiment della collettività (clienti e non) in termini di notorietà del marchio, immagine percepita, indice di fiducia, preferenze e gradimento dei touchpoint e della comunicazione della Banca

3. CUSTOMER SATISFACTION

Indagini telefoniche, questionari sul web

Coinvolti 2.300 clienti Corporate e 140.000 clienti individuals, private e imprese

Ricerche multiclient

Raccolte informazioni utili sulle necessità e scelte finanziarie delle famiglie e individui

Certificazioni

Rinnovo della certificazione ISO/IEC20000 per il Sistema di Gestione dei Servizi

4. EDUCAZIONE FINANZIARIA

EduCare

803 Seminari gratuiti con 154.000 partecipanti

Iniziative sul Territorio

69 incontri presso le Istituzioni del Territorio per discutere sui principali temi della congiuntura economica

FINANZA SOSTENIBILE IN BNP PARIBAS

In BNP Paribas e nel Gruppo le attività di business, ed in particolare finanziamenti e investimenti, sono gestite minimizzando i rischi e gli impatti sociali e ambientali.

La finanza sostenibile ha l'obiettivo di creare strumenti finanziari che generano valore sociale e di lungo periodo, quindi basati non più solo sulla valutazione rischio-rendimento, ma anche sull'impatto sociale e ambientale che queste producono.

1. SOCIAL IMPACT BOND

Forma di finanziamento dove il rendimento per l'investitore è determinato dagli impatti positivi generati a livello sociale. Attraverso questo modello, il capitale privato raccolto finanzia programmi ad alto impatto sociale ed il rimborso per gli investitori privati si verifica solo se questi raggiungono predeterminati risultati di performance.

BNP Paribas in USA ha recentemente chiuso la prima linea di credito per un progetto "Pay for Success". Questo progetto ha finanziato per **11.2Mln \$** un servizio di sostegno a famiglie con bambini in Connecticut per evitare che questi vengano affidati a terzi.

2. SOCIAL IMPACT CONTRACT (SIC)

Innovativo sistema per favorire iniziative sociali attraverso fondi privati. Gli investitori possono sostenere delle iniziative sviluppate da attori sociali (associazioni, imprese sociali, etc.), con la garanzia che il governo rimborserà gli investimenti fatti se verranno raggiunti determinati obiettivi di impatto sociale.

BNP Paribas ha investito **1,4Mln €** nei primi due progetti in Francia certificati SIC, sostenendo due associazioni, Adie e Passeport Avenir, che si occupano rispettivamente di reinserimento lavorativo grazie alla concessione di microcrediti e di supporto per la formazione universitaria di soggetti svantaggiati.

3. SUSTAINABLE DEVELOPMENT BOND

BNP Paribas in Italia è partner della World Bank nell'emissione dei Bonds for Sustainable Development, finalizzati a promuovere progetti nei Paesi in via di sviluppo atti a combattere la povertà e le disuguaglianze in molteplici ambiti quali: istruzione, sanità, infrastrutture. In Italia, a settembre, BNP Paribas ha gestito l'emissione di **2 obbligazioni** per lo Sviluppo Sostenibile.

4. GREEN BOND

Titoli di debito associati al finanziamento di progetti con ricadute positive in termini ambientali, quali: energie rinnovabili, gestione sostenibile dei rifiuti e delle risorse idriche, tutela della biodiversità, efficientamento energetico. A Dicembre 2016, BNP Paribas ha emesso il suo primo Green Bond per **500Mln €** a 5 anni.

BNL ha inoltre conferito **1Mln €** a Oltre II, un nuovo fondo di Venture Capital gestito da Oltre Venture, investendo in aziende che promuovano l'innovazione sociale. Anche il Fondo Pensioni dei dipendenti BNL, da sempre orientato al sociale, ha perfezionato un investimento di **1Mln €** nel Fondo Oltre II di Oltre Venture, ricercando la sintesi tra profitto e sostenibilità nell'ecosistema italiano delle aziende ad alto impatto sociale.

FONDI D'INVESTIMENTO SRI DI BNP PARIBAS

BNP Paribas consapevole delle sfide poste dallo sviluppo sostenibile promuove per i propri clienti retail, private e per gli investitori istituzionali, degli investimenti socialmente sostenibili e responsabili, comunemente noti come Fondi SRI.

Il processo decisionale della gestione SRI prevede un doppio livello di analisi prendendo in considerazione oltre ai criteri finanziari tradizionali una serie di parametri in materia di tutela dell'ambiente, responsabilità sociale e governance societaria, denominati Criteri ESG.

BNP Paribas Investment Partners al 2016 ha gestito 25Mld di € in SRI con un aumento del 31,5%.

COSA SONO I CRITERI ESG?

L'acronimo ESG è composto da tre parole che in italiano significano: Ambientale, Sociale e Governance.



I criteri Ambientali riguardano l'impatto diretto o indiretto dell'attività aziendale sull'ambiente.

I criteri Sociali riguardano l'impatto dell'attività aziendale sui suoi dipendenti, clienti, fornitori e sulla società civile in generale in riferimento a valori universali.

I criteri di Governance riguardano il modo in cui un'azienda è diretta, amministrata e controllata.

L'impegno a rispettare tali criteri non va a scapito della performance finanziaria, anzi l'inclusione dell'attività di analisi di una serie di rischi aggiuntivi ha dimostrato di poter influenzare positivamente le performance.



POLITICHE SETTORIALI

L'impegno di BNP Paribas e di BNL è quello di finanziare l'economia in modo sostenibile con una serie di regole d'intervento nei settori sensibili. Concretamente, sono state elaborate delle politiche settoriali per indirizzare investimenti e finanziamenti verso quelle aziende che tengono comportamenti virtuosi e si auto-impongono dei limiti che vanno oltre le leggi vigenti.

Le Politiche settoriali sono applicate in tutti i Paesi, inclusa l'Italia, e sono: difesa e armamenti, produzione di energia nucleare, olio di palma e polpa di legno, energia elettrica da centrali a carbone, attività mineraria, agricoltura e sabbie bituminose, tabacco.

Il Gruppo ha definito una lista di aziende che operano in settori sensibili e non mantengono standard sufficienti per avere una relazione commerciale. Questa lista di esclusione e monitoraggio, a fine 2016, comprendeva 297 aziende, di cui 212 escluse e 85 in monitoraggio.

IN CHE MODO VENGONO ELABORATE LE POLITICHE SETTORIALI?

I settori oggetto di queste politiche sono quelli in cui il Gruppo opera e che presentano importanti sfide dal punto di vista ambientale, sociale e di governance. Tutte le politiche sono ratificate dal Comitato Esecutivo di BNP Paribas e integrate all'interno di un database delle procedure.

CHI È COINVOLTO NEL PROCESSO DI VALUTAZIONE?

CSR di Gruppo e CSR locale, Compliance di Gruppo e locale, Controlli permanenti, Risk Manager, analisti Corporate, centri direzionali, account manager. Un training specifico è stato svolto da 1.375 dipendenti in BNL.

Nel 2016 in Europa, sono state esaminate 1.109 transazioni considerando i rischi ambientali, sociali e di governance. In Italia invece, sono state esaminate oltre 35 pratiche di finanziamento, e 3 sono state rifiutate.



BNL NEL CONTESTO ECONOMICO

Nel 2016 è proseguita la crescita moderata dell'economia italiana, stimolata dal riavvio degli investimenti e dall'espansione della spesa delle famiglie e trainata dai segnali congiunturali più recenti, quali l'andamento della produzione industriale ed il rafforzamento della fiducia delle imprese. Le performance del sistema bancario nell'esercizio 2016 sono rimaste tuttavia condizionate dalla contenuta domanda di credito e da tassi d'interesse a livelli storicamente modesti. In questo contesto, il Gruppo BNL ha risposto con azioni di riorganizzazione, di riposizionamento commerciale, di contenimento dei costi operativi e aumento dell'efficienza volte a salvaguardare il proprio livello di redditività e ha chiuso il 2016 con un margine netto dell'attività finanziaria di 2.761Mln e un utile netto di 125Mln di € rispetto ai 17Mln del 2015.



ARTIGIANCASSA

Aggiudicataria della gestione degli adempimenti connessi al Fondo per la crescita sostenibile delle imprese i cui ambiti d'intervento riguardano ricerca, sviluppo e innovazione; rafforzamento della struttura produttiva e internazionalizzazione delle imprese. Il Fondo ha una dotazione complessiva pari a 630Mln di €.

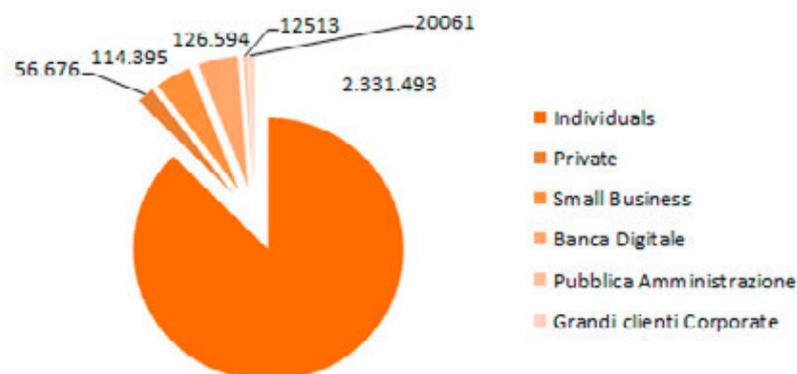
BNL POSITIVITY

Nel 2016, il processo di gestione dei reclami, ha avuto un aggiornamento della procedura e il numero delle contestazioni presentate dalla clientela sono diminuite del 30% rispetto al 2015.

BNL FINANCE

Accordo con ANAP (Ass.ne Nazionale dei Pensionati di Confartigianato) che ha visto iscritti circa 250.000 pensionati e le loro famiglie. Il servizio prevede consulenza e orientamento al credito per finanziamenti adatti alle esigenze dei richiedenti e dei loro familiari e sostenibili nel tempo.

NOSTRI CLIENTI



50 Centri
Imprese

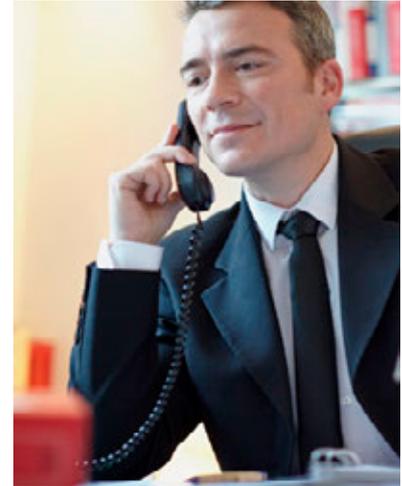
44 Centri
Private

2 Centri
Grandi Patrimoni

RICCHEZZA ECONOMICA GENERATA E DISTRIBUITA DEL GRUPPO BNL

Valore economico generato e distribuito

	2015		2016	
	Valore	%	Valore	%
Valore economico direttamente generato	1.847	100,0%	1.979	100,0%
Valore economico distribuito	1.782	96%	1.697	85,8%
Ai dipendenti	1.038	56,2%	1.020	51,5%
Ai fornitori	548	29,7%	532	26,9%
Al settore pubblico centrale e periferico	180	9,7%	131	6,6%
Alla collettività	16	0,9%	14	0,7%
Valore economico trattenuto	65	4%	282	14,2%



Prospetto sulla determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto redatto in accordo al processo di rendicontazione definito dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI).

14 Mln €
a sostegno
della collettività
e a tutela
del territorio

CUSTOMER SATISFACTION CLIENTELA CORPORATE E RETAIL

Nell'indagine Corporate del 2016 è stato introdotto il programma Net Promoter Score (NPS), un indice volto a misurare la propensione dei clienti a raccomandare la Banca ai loro conoscenti. L'indagine di soddisfazione nei confronti dei clienti che utilizzano il servizio di assistenza Corporate ha registrato valori molto elevati (81) in aumento di 4 punti rispetto al 2015.

Il sistema di rilevazione Retail ha come obiettivo di monitorare costantemente il livello di soddisfazione dei clienti al fine di sintonizzare le decisioni operative con le esigenze dei clienti stessi. Nel 2016, l'attività di ascolto ha coinvolto oltre 140.000 clienti individuals, private e imprese. In particolare, la soddisfazione complessiva su BNL dei clienti individuals e small business che si sono recati in agenzia cresce di un punto rispetto al 2015 (83p. su 100). Anche nel Retail dal 2017 sarà introdotto il sistema NPS.

81/100

Livello soddisfazione
clienti Corporate e PA

83/100

Livello soddisfazione
clienti Retail

GESTIONE DELLE CONTESTAZIONI

Nel 2016, per la clientela "Corporate" sono pervenute, in totale, 530 contestazioni (Reclami e Repliche non verbali, Esposti, Ricorsi e Mediazioni).

I reclami e le repliche sono diminuiti del 17% rispetto al 2015; in forte calo le mediazioni: -35%.

Il 27% delle contestazioni "Corporate" è relativo alla Pubblica Amministrazione e riguarda per lo più l'operatività svolta nell'ambito dei Servizi di Tesoreria.

Per la clientela Privati e Small Business e per i non clienti, sono pervenute circa 7.530 contestazioni, di cui 846 mediazioni, queste ultime registrano un calo del -30% rispetto al 2015.

Le contestazioni hanno riguardato per lo più l'ambito dei finanziamenti.



* Nel 2016 sono state considerate tutte le tipologie di contestazioni /reclami/repliche/esposti/ricorsi/mediazioni), relative alla clientela in bonis.



GIOVANI

PRESTITO BNL SCUOLA PIÙ E PRESTITO BNL VIVA LO SPORT

Il Prestito "BNL Scuola Più" è rivolto alla famiglia per sostenere le spese relative al percorso formativo dei propri figli: dalle spese legate alla scuola, a quelle per l'acquisto di un corso di lingua, pittura, musica, e altro.

Il Prestito BNL W Lo Sport è destinato a finanziare le spese per l'accesso alla pratica sportiva o per l'acquisto di attrezzature sportive da chi vive lo sport come un elemento importante della propria vita. Nel 2016, effettuate 147 operazioni.

PRESTITI GAMMA GIOVANI

Destinati a finanziare un percorso di studio (università, master, percorso di studio all'estero, corso di lingue) attraverso forme di finanziamento agevolate.

SOSTENIBILITÀ NEGLI ACQUISTI E POLITICHE NEI RAPPORTI CON I FORNITORI

BNL aderisce al Codice Italiano Pagamenti Responsabili (CPR), lanciato da Assolombarda, con la quale si è impegnata a rispettare i tempi di pagamento pattuiti con i propri fornitori (-65 giorni) con l'obiettivo, aziendale e di sistema, di migliorare la reputazione nei mercati nazionali e internazionali e di rafforzare la competitività.

Ogni fornitore sottoscrivendo il contratto con BNL, aderisce al Codice Etico e alle clausole vincolanti in tema di tutela di diritti umani, si impegna a rispettare tutte le vigenti norme e convenzioni con l'OIL (Organizzazione Internazionale del Lavoro).

L'attività di gestione dei fornitori, dal 2016 è stata trasferita su un portale archiviando la firma dei contratti e dei documenti in digitale. In questo modo, solo dall'attività di firma dei contratti sono stati risparmiati nel 2016 circa 300.000 pagine di carta stampata. Al risparmio della carta, si deve aggiungere il contenimento degli archivi e dei relativi costi, anche in termini di emanazione CO₂.

La valutazione delle offerte dei fornitori viene effettuata considerando un peso del 5% sugli aspetti di Responsabilità Sociale da questi messi in atto nella propria gestione aziendale.

Numero fornitori suddiviso per fatturato in %



INNOVATION & HIGHTECH UN SETTORE TRASVERSALE

BNL ha creato tre Innovation Hub (Milano, Bologna e Roma) centri di business focalizzati sulle aziende innovative e parallelamente ha lanciato il primo percorso ELITE per le aziende innovative insieme a Borsa Italiana per accompagnare le migliori aziende italiane al mercato dei capitali.

L'introduzione delle applicazioni BNL Pay e Hello Pay consentono all'utente l'accesso ai servizi di pagamento innovativi, il pagamento dei parcheggi in alcune città italiane e la gestione dei profili di spesa della propria carta di credito (In Control).



FAMIGLIA

PRESTITO ADOTTAMI

Finanziamento a tasso fisso agevolato che consente, a chi ha avviato le pratiche per l'adozione internazionale, di sostenere tutte le spese necessarie. Flessibilità del piano di rimborso e azzeramento delle spese di istruttoria. Nel 2016, 15 operazioni.

SALTO RATA

Consente ai clienti che vivono momenti di difficoltà economica, di usufruire della sospensione del pagamento delle rate mutui e prestiti personali sia con riferimento alla rata totale che alla sola quota capitale, conferendo così maggiore flessibilità al piano di rimborso. Nel 2016, 5.417 operazioni.

SOSPENSIONE QUOTA CAPITALE DEI CREDITI ALLE FAMIGLIE

I titolari di mutui e prestiti oltre i 24 mesi possono richiedere, per una sola volta, la sospensione della quota capitale del finanziamento per un periodo massimo di 12 mesi in presenza dei requisiti previsti dall'accordo. Nel 2016, 85 operazioni.

FONDO SOLIDARIETÀ PER FAMIGLIE IN DIFFICOLTÀ

I titolari di mutuo in possesso dei requisiti previsti dalla legge 244/2007, possono richiedere la sospensione del pagamento dell'intera rata fino ad un massimo di due volte e per non più di 18 mesi complessivi. Nel 2016, 394 operazioni.

BNL PARTNER STRATEGICO DELLE IMPRESE NEL PERCORSO DI SVILUPPO AZIENDALE

Al fine di fornire un servizio sempre più specializzato, BNL ha incrementato a 7 i settori industriali con coverage specialistico (Food, Fashion, Pharma, Machinery, GDO, Chemical, Trasportation&Logistics), dedicando risorse all'approfondimento delle dinamiche domestiche, ma soprattutto internazionali dei diversi business.

Anche dal punto di vista del merito creditizio, il settore economico in cui l'azienda opera rappresenta ormai uno dei principali elementi presi in considerazione per la valutazione delle aziende in BNL.



La Banca si è infatti dotata di un quadro di politiche creditizie con la possibilità, da un lato, di indirizzare l'attività commerciale verso le aree più virtuose e con migliori prospettive e, dall'altro, valutare le proposte di affidamento non solo sulla base di parametri puramente finanziari, ma anche di indicatori industriali specifici di ogni settore. Nell'approccio alla selezione dei clienti la Banca utilizza informazioni circa il posizionamento competitivo delle aziende nei propri settori e valuta i progetti innovativi anche sulla base dei trend e dei fattori critici di successo propri del particolare settore.

RETI D'IMPRESA

BNL rinforza costantemente la partnership con Retimpresa con un'intensa attività formativa e consulenziale per promuoverne la diffusione. Nel 2016, si sono conclusi 3.320 contratti con 16.893 imprese aderenti.

I GIOVANI E LA LORO "NUOVA IMPRESA"

BNL è impegnata in prima linea nel sostegno alla nuova imprenditoria e lo fa avvalendosi del partner LUISS ENLABS, uno dei principali acceleratori di start-up a livello europeo, nato nel 2013 da una joint venture tra LVenture Group e l'Università LUISS. La partnership ha rafforzato la connessione con un network virtuoso che pone l'innovazione al centro del proprio ecosistema favorendo la costruzione con i clienti di una relazione evoluta con nuove possibilità d'incontro e investimento.

2 Borse di studio finanziate da BNL per il Master in imprenditoria sociale Altis

4 "START Uperitivi" tra start-up e Banca

3 Competizioni **International Hackathon** con oltre 20 start-up che si sfidano ogni anno



I PRESTITI DI ARTIGIANCASSA

- "Prestito Imprenditoria Femminile" dà l'opportunità di valorizzare ed esaltare le idee imprenditoriali delle donne e sostenere l'impresa femminile anche durante i periodi di maternità, malattia grave e gestione gravidanza.
- "Prestito Avvio attività" è un prodotto di finanziamento a tasso fisso o variabile destinato all'avvio di nuove attività.

INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

Le start-up oggi hanno un'ulteriore possibilità di sviluppo del proprio business grazie al nuovo network di Mestiere Impresa con la possibilità di entrare a far parte della community che permette di connettersi ad altri imprenditori per creare nuove relazioni ed espandere il proprio business. Inoltre, Mestiere Impresa offre il sostegno necessario per fare business con l'estero attraverso una consulenza pensata ad hoc per le esigenze delle PMI.

FOCUS

TERZO SETTORE E IMPRENDITORIA SOCIALE

Il costante sviluppo del Terzo Settore in Italia e le crescenti aspettative degli operatori nei confronti del sistema bancario, hanno dato vita in BNL ad una struttura denominata "Terzo Settore" ed ad una Comunità di Referenti con la volontà di rafforzare ulteriormente il legame con il mondo del non profit.

In quest'ultimo anno, BNL ha finanziato progetti per oltre **700Mln €** a favore di **750 realtà del Terzo Settore** che perseguono finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale.

Congiuntamente ai tre mercati domestici del Gruppo BNP Paribas, BNL ha inoltre contribuito, dal 2013, al lancio del Progetto «Social Entrepreneurship» per incrementare il proprio sostegno alle Imprese Sociali, ovvero quelle realtà del Terzo Settore caratterizzate da un "modello di business" in cui la missione sociale prevale sull'obiettivo economico.

A testimonianza dell'attenzione dedicata alla Imprenditorialità Sociale, BNL ha anche emanato una specifica policy creditizia.

QUALI SONO I CRITERI DEL GRUPPO BNP PARIBAS PER LA QUALIFICA DI IMPRENDITORIALITÀ SOCIALE?

1. Missione sociale esplicita
2. Modello di business sostenibile
3. Equa distribuzione dei profitti

La clientela del Gruppo BNP Paribas che possiede tali requisiti viene accompagnata nel proprio percorso di crescita e trova - in Italia, Francia, Belgio e Lussemburgo - interlocutori attenti, che comprendono le loro specifiche esigenze.

BNL nel 2016 ha finanziato **98,9Mln € a favore di 117 Imprese Sociali** con un incremento del + 45% rispetto al 2015.

COS'È IL SOCIAL IMPACT AGENDA E COSA SIGNIFICA PER BNL ADERIRVI?

È un'associazione promossa da Human Foundation per dare seguito ai lavori della Social Impact Investment Taskforce, costituita durante la Presidenza britannica del G8 nel 2013.

BNL è entrata, quest'anno, nell'associazione al fine di contribuire allo sviluppo in Italia dell'ecosistema degli investimenti ad impatto sociale e rafforzare il Terzo Settore.





**13.295
PERSONE**

GRUPPO BNL COMPRESO PERSONALE DISTACCATO
PRESSO ALTRE ENTITÀ DEL GRUPPO

**45%
DONNE**

IN BNL 28% DONNE CON RUOLI DI COORDINAMENTO
O RESPONSABILITÀ (15% DIRIGENTI E TOP MANAGER)
57% DEI PROMOSSI SONO DONNE

**1.000 FLEXIBLE
WORKING**

1.000 DIPENDENTI UNA VOLTA A SETTIMANA
LAVORANO DA CASA

**40 ORE
FORMAZIONE**

ORE MEDIE PER DIPENDENTE GRUPPO BNL
CIRCA 2.000 DIPENDENTI SONO STATI FORMATI SUI TEMI DI CSR

**85% FIERO DI
BNP PARIBAS-BNL**

85% DEI DIPENDENTI FIERO DI ESSERE IN BNP PARIBAS E BNL
67% SODDISFATTO DELLE AZIONI IN AMBITO CSR

RESPONSABILITÀ COME DATORE DI LAVORO



FAVORIRE LO SVILUPPO E L'IMPEGNO DELLE NOSTRE PERSONE



IL 2016 HA VISTO UN COSTANTE IMPEGNO PER INCREMENTARE E RAFFORZARE LA PRESENZA DI BNL E DEL GRUPPO BNP PARIBAS SUL MERCATO DEL LAVORO



L'anno è iniziato con la conferma di BNL tra le aziende italiane più ambite dai giovani laureati: nella classifica generale "Best Employer of Choice 2016" si è infatti collocata al 3° posto e prima tra le banche. BNL ha anche conseguito la certificazione "Top Employers Italia 2016" che identifica le aziende con i più alti standard qualitativi nelle politiche di gestione e sviluppo delle risorse umane.

Nel 2016, all'interno del Gruppo BNL è stata intensificata l'attività di formazione; tutti i dipendenti hanno infatti fruito di almeno un intervento formativo. Inoltre, la Banca ha messo in atto azioni per una migliore politica di pari opportunità. È stata emanata la policy sulla Diversità e rafforzato l'impegno attraverso partnership con associazioni dedicate; ha realizzato iniziative e progetti volti ad accrescere competenze sia nei dipendenti senior che nei giovani al fine di favorire lo sviluppo delle carriere.

OCCUPAZIONE IN ITALIA PRIMA E DOPO LA CRISI

Il mercato del lavoro in Italia ha presentato durante la crisi dinamiche diverse a livello sia territoriale che settoriale. Il Mezzogiorno è stata l'area più colpita in termini di contrazione dell'occupazione. L'andamento dell'occupazione risulta profondamente differenziato in funzione della fascia di età, della tipologia contrattuale e del livello di istruzione dei lavoratori. Nell'arco temporale 2008-2015, a fronte di una riduzione dell'occupazione pari a quasi due milioni di unità, per la classe 15-34 anni si è registrata una contrazione molto meno accentuata rispetto alla classe 35-49 anni (-500 mila unità) e un incremento di 1,8 milioni per gli over 50. Tra le varie categorie contrattuali il lavoro part-time è stata l'unica a crescere costantemente anche durante la crisi. Rispetto al 2008 gli occupati permanenti con un lavoro part-time sono aumentati di 687 mila unità (+ 26,8%). Tra il 2008 e il 2015, a fronte di un calo generalizzato del tasso di occupazione, le difficoltà sono state inferiori per i possessori di un titolo di studio più elevato. Nel loro caso il tasso di occupazione risulta più alto, non solo in valore assoluto ma anche in termini relativi; inoltre, le variazioni negative registrate durante la crisi sono risultate più contenute. Nel 2015, in fase di ripresa del mercato del lavoro, pur aumentando per tutti i livelli d'istruzione, il tasso di occupazione è cresciuto in misura maggiore per i laureati.

Fonte: Servizio Studi BNL 2016

6 INCONTRI NEL 2016 COMMISSIONE FORMAZIONE

Finalizzati allo studio e al confronto tecnico con le parti sociali sulle tematiche della formazione.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

1. ASCOLTO

Indagine Global People Survey

76% percentuale di risposta dei dipendenti; 85% fiero di essere in BNP Paribas

Rispetto al 2015 migliorano gli ambiti di comunicazione, formazione e CSR

Valutazione Professionale

100% dipendenti coinvolti nel processo di Dialogo

Assistenza telefonica ai dipendenti

Circa 200.985 contatti tra ticket, email e telefono

Pubblicazione job posting

3 job posting pubblicati con 94 posizioni aperte

2. COMUNICAZIONE

Intranet aziendale, riviste, newsletter e video

Circa 7Mln di visite sulla intranet, 32mila contenuti generati ogni 3 mesi; 7mila dipendenti coinvolti per sviluppare le comunicazioni su smart bank e sulle nuove sedi Diamante e Tiburtina

Pubblicazioni bancarie su scenari economici

44 uscite di Focus, 49 uscite di Set News

3. CUSTOMER SATISFACTION

Survey di gradimento sui servizi IT

1 volta l'anno. Soddisfazione complessiva 3,53/5

Focus group e workshop

Incontri periodici con i dipendenti per analizzare il funzionamento dei servizi interni della Banca

Interviste telefoniche su gradimento mense e bar

Adesione dell'81% (350 persone coinvolte)

4. RELAZIONI INDUSTRIALI

Tavoli di lavoro

59 Accordi sottoscritti

Incontri con i sindacati

107 incontri con le organizzazioni sindacali: 8 per BNL, 22 per BPI, 64 per Gruppo BNL, 11 per Artigiancassa, 2 altre Legal Entity

Commissione Formazione

6 incontri per confronto sulle tematiche formazione

Compliance giuslavoristica

1.973 pareri con corrispondente HR; 17.395 online

5. FORMAZIONE

Corsi 57% online e 43% aula in BNL

600 persone coinvolte nel progetto employee advocacy

Sensibilizzazione su temi CSR

Condivisione obiettivi CSR con CdA e Top Management

Formazione CSR per i neo-assunti

1.375 dipendenti formati sulle politiche settoriali

100 partecipanti ai corsi in partnership con ValoreD

POLITICHE DI PARI OPPORTUNITÀ E WORK LIFE BALANCE

Per meglio conoscere ed identificare le diverse classi generazionali, BNL ha preso parte a due indagini esterne per assicurare lo sviluppo di competenze, per progettare iniziative di valorizzazione dei dipendenti senior e per la trasmissione delle conoscenze tra generazioni.

BNL sviluppa strumenti e servizi innovativi per tutti i suoi collaboratori con l'obiettivo di migliorare il benessere e la produttività aziendale. Ne sono un esempio alcune iniziative messe in campo come il Flexible working e lo Smart working: circa 1.000 persone lavorano da casa, una volta a settimana, sperimentando un modo di lavorare più attento ai risultati e al work-life balance.



FORMAZIONE E VALUTAZIONE PROFESSIONALE

Per garantire standard di servizio più elevati per i clienti, BNL investe nelle proprie persone proponendo una formazione innovativa volta ad affrontare le trasformazioni continue nel mondo in cui la Banca opera. Le giornate di formazione erogate nel 2016 sono oltre 70.600. Il 94% dei dipendenti ha partecipato ad uno o più percorsi di rafforzamento del profilo di competenze pari a 5,4 giorni di formazione nel corso dell'anno.

Attraverso lo strumento Dialogo, che contribuisce ad analizzare, valutare e sviluppare le prestazioni e le competenze professionali, anche nel 2016, tutti i dipendenti sono stati coinvolti nel processo di valutazione con l'assegnazione degli obiettivi e condivisione tra manager e collaboratore del Piano di Sviluppo.

ARTIGIANCASSA

Nel 2016 è iniziato un percorso di formazione manageriale comportamentale outdoor con l'obiettivo di aumentare nei dipendenti il senso di coesione e di appartenenza all'interno del team di lavoro.

BNL POSITIVITY

Seguendo il modello di Gruppo, al fine di promuovere una cultura aziendale che prevenga atteggiamenti discriminatori, nel 2016 è stata emanata la policy sulla Diversità che ha visto l'istituzione della figura del Diversity Officer.

BNL FINANCE

Annualmente viene predisposto un piano per la formazione dei dipendenti su tre asset principali: corsi normativo-obbligatori, corsi tecnico specialistici (compreso lo studio di una lingua straniera) e corsi comportamentali e manageriali.

INTERCULTURA

BNL ha sponsorizzato 7 borse di studio estive e 2 annuali a favore dei figli dei dipendenti al fine di valorizzare la formazione come elemento cardine del futuro dei giovani e di aiutarli a comprendere meglio il mondo in cui vivono, anche avvicinandoli ad altre culture. Le borse di studio hanno rappresentato l'opportunità di un'importante esperienza all'estero presso una famiglia del Paese scelto per frequentare una scuola locale.

WELFARE AZIENDALE

- Asilo nido
- Mensa
- Circolo aziendale (Roma)
- Flexible benefit
- Borse di studio
- Premio diploma e laurea
- Prodotti aziendali agevolati
- Bus navetta
- Centro d'Ascolto

5 Ambulatori aziendali,
1 Infermeria,
15.900 prestazioni nel 2016
 nelle sedi di Roma e Milano

Cassa Sanitaria: **16.095** iscritti

Servizio per tutti i dipendenti, ex e loro familiari del Gruppo BNP Paribas in Italia con attività anche di consulenza e assistenza per facilitare il corretto e più rapido utilizzo delle prestazioni. La Cassa Sanitaria è amministrata da un Comitato di Gestione paritetico, previsto nell'ambito delle norme statutarie della Cassa, costituito da 12 componenti, dei quali: 6 nominati dalla Banca e 6 eletti dall'Assemblea fra gli iscritti.

Fondo Pensione del Personale BNL: 12.840 iscritti
 È una posizione previdenziale aggiuntiva rispetto a quella obbligatoria finalizzata all'erogazione di una rendita pensionistica integrativa. La posizione di ciascun iscritto si alimenta del contributo del datore di lavoro, che è stato per tutto il 2016 pari al 4,2% della retribuzione annua lorda (vs 4% da inizio 2015), del contributo del lavoratore e dei rendimenti conseguiti dalla gestione del patrimonio effettuata dal Fondo Pensioni. Nel 2016 si sono registrati rendimenti superiori al 2,30% netto per ciascuna delle 3 linee di gestione.

GENITORI A LAVORO

A sostegno della genitorialità, Moms@Work e Dads@Work, sono progetti pensati per il reinserimento nell'attività lavorativa e per costruire un nuovo equilibrio in un momento di vita personale importante. BNL ha organizzato la seconda edizione di «Bimbi in ufficio con mamma e papà», l'iniziativa promossa dal Corriere della Sera, che ha coinvolto oltre 500 figli dei dipendenti ospitandoli sul posto di lavoro.

PRINCIPALI ACCORDI SINDACALI SOTTOSCRITTI NEL 2016

- 36** accordi validi per le Società del Gruppo Bancario BNL e Ifitalia
- 5** accordi per BNL
- 6** accordi per BPI
- 12** accordi validi per le Società del Gruppo Bancario BNL

A dicembre 2016 BNL ha sottoscritto con le OO.SS. un protocollo in materia sociale e di conciliazione tempi di vita e di lavoro i cui interventi riguardano:

- congedo straordinario retribuito per il padre lavoratore di 10 giorni entro il primo mese di vita del bambino, analogo periodo è concesso al padre in caso di adozioni nazionali ed internazionali;
- banca del tempo solidale: "bacino" annuale di ore di assenza retribuita, in aggiunta agli ordinari permessi e congedi spettanti, a favore dei dipendenti che per situazioni gravi e accertate personali e/o familiari, abbiano ulteriori necessità avendo esaurito le proprie dotazioni;
- permessi retribuiti per l'assistenza dei figli affetti da disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) nel limite di 6 giornate per singolo anno per assistenza nelle attività scolastiche di figli studenti del primo ciclo dell'istruzione;
- permessi non retribuiti per la malattia dei figli;
- congedo per le donne vittime delle violenze di genere: diritto di astensione dal lavoro per la donna inserita nei percorsi di protezione relativi alla violenza di genere, certificati dai servizi sociali.

Inoltre:

- accordo sul welfare aziendale con la previsione di un Piano pluriennale (2017-2020) di sostegno al reddito dei lavoratori di BNL e di BPI;
- accordo sui superstiti di dipendenti deceduti in servizio: coniuge e/o figli;
- previsione di nuove assunzioni nel periodo del Piano;
- protocollo in tema di politiche commerciali: iniziative e azioni volte a favorire l'adozione di comportamenti coerenti con i principi e valori etici del Gruppo BNP Paribas.

SVILUPPO DELLE CARRIERE



GESTIONE DEI TALENTI

Nel 2016 sono state avviate iniziative di identificazione e sviluppo dei Talenti, classificati in: Emerging, Advanced e Top.

La strategia di gestione, definita in collaborazione con il Gruppo BNP Paribas, ha previsto il coinvolgimento dei Responsabili diretti nell'identificazione e predisposizione dei piani di sviluppo individuali. Alcuni Talenti sono stati coinvolti in seminari di Gruppo quali "Opportunities for Women" (conferenza internazionale dedicata ai Talenti donna dell'Area Europa e Mediterraneo), "Corporate Seminar" (workshop dedicati allo sviluppo di competenze di leadership) e il "Learn from Each Other", progetto internazionale di Gruppo che prevede lo scambio di giovani talenti tra le diverse Società BNP Paribas. Inoltre, è stata prevista la formazione linguistica, in particolare della lingua inglese, anche per i giovani talenti locali, gli EnergyLab.

Per conoscere e approfondire il business delle società del Gruppo BNL è stata creata una Community dedicata, oltre ad essere stato implementato l' "Immersion Program Gruppo BNL". Anche per il 2016 sono stati selezionati 9 giovani dipendenti che da settembre stanno frequentando il Master ABI "Banking Financial Diploma", giunto alla 20a edizione.

CONSOLIDAMENTO DELLE COMPETENZE

Nel 2016 i principali interventi si sono concentrati sulle nuove dimensioni che il business sta assumendo con l'obiettivo di supportare i dipendenti ad accrescere le proprie competenze. La formazione ha giocato un ruolo fondamentale sui percorsi professionali dei dipendenti fornendo i giusti strumenti per l'accrescimento e la certificazione delle competenze manageriali e tecnico specialistiche nei ruoli di rete e di direzione.

POLITICHE RETRIBUTIVE

Si confermano orientate a principi di pari opportunità, in coerenza con le politiche già definite e la normativa in essere. Le attività condotte nell'ambito del processo di Compensation Review 2016 evidenziano una maggiore equiparazione dello stipendio base e della remunerazione delle donne rispetto agli uomini a parità di categoria. L'obiettivo delle pari opportunità si riscontra anche nell'ambito delle promozioni dove le donne promosse risultano essere maggiori rispetto agli uomini.

COMUNICAZIONE INTERNA

ASCOLTO E INFORMAZIONE

L'ascolto dei dipendenti è stato una priorità della comunicazione su vari canali: Global People Survey, network, panel e focus group, commenti news sulla intranet, survey post eventi. Inoltre, i dipendenti sono stati coinvolti e sensibilizzati sui contenuti relativi al senso delle sfide mettendo in evidenza priorità, successi, progetti in corso. Tutto questo è stato possibile grazie all'adozione di un linguaggio ancora più semplice e immediato.

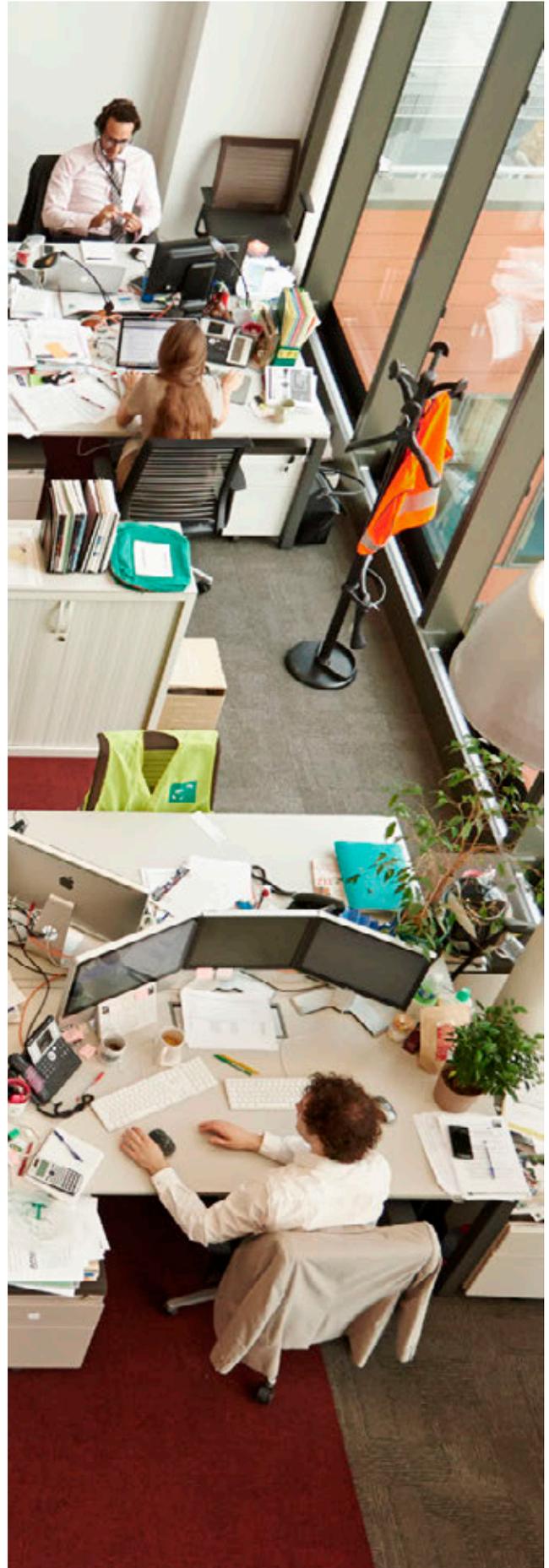
La Global People Survey è uno strumento per misurare il livello di soddisfazione dei dipendenti in azienda. I risultati di tutto il Gruppo BNL confermano nel 2016 un buon livello di soddisfazione. L'analisi ha considerato anche i temi di CSR che riguardano l'impegno della Banca su: comunità, ambiente, integrity e sostenibilità. Il risultato medio ha registrato una crescita di 2 punti rispetto al 2015 raggiungendo 71 punti.

32mila contenuti generati ogni 3 mesi
7 Mln visite sulla intranet
 Oltre **50** eventi sul territorio che hanno coinvolto oltre 5mila dipendenti

ADVOCACY DEI DIPENDENTI

Nel 2016, è stato lanciato il progetto client e employee advocacy con l'obiettivo di essere la Banca più consigliata d'Italia da dipendenti e clienti. Il programma è finalizzato a favorire la motivazione delle persone e incoraggiare maggiormente la partecipazione attiva di ognuno alla vita aziendale contribuendo ai risultati commerciali in veste di promotore sui canali social.

600 persone coinvolte nel progetto employee advocacy
85mila contatti potenziali sui social



FOCUS

DIVERSITÀ

Nel 2016, il primo impegno di BNL sul tema della Diversità è stato l'adozione di una politica dedicata che definisce i principi chiave della gestione della diversità in azienda. Parallelamente sono stati definiti obiettivi specifici di ruoli occupati da donne a diversi livelli di management.

A seguire, BNL ha lanciato per la prima volta la **"Diversity & Inclusion week"**, una settimana di appuntamenti durante i quali **più di 500 dipendenti** sono stati sensibilizzati sul tema. In occasione della giornata internazionale contro le violenze di genere, sono stati organizzati 5 eventi con oltre 300 partecipanti e un Webinar sui pregiudizi inconsci di genere. Inoltre, BNL ha aderito a Valore D, la prima associazione di grandi imprese per sostenere la leadership femminile in azienda.

Al fine di valorizzare le persone senior e facilitare la trasmissione delle conoscenze tra generazioni, BNL ha avviato un laboratorio trasversale di "Architetti dell'inclusione".

Infine, nell'ambito delle iniziative a sostegno della disabilità, BNL grazie al progetto WOW Wonderful Work, per il secondo anno consecutivo ha incontrato 41 giovani con sindrome di Down per aiutarli a orientarsi nel mondo del lavoro mettendo a disposizione l'esperienza dei propri dipendenti.

COS'È MIXCITY ITALY?

È un network aperto a tutti i colleghi del Gruppo BNP Paribas in Italia, uomini e donne con l'obiettivo di contribuire a creare consapevolezza manageriale intorno alla Gender Diversity e promuovere azioni per favorire una cultura aziendale che apprezzi la Diversità in particolare la parità di trattamento di genere, in modo consapevole ed equilibrato, all'interno dell'organizzazione.

Questo network ad oggi conta **550 iscritti**.

SU COSA STIAMO LAVORANDO

INCLUSIONE

WORK LIFE BALANCE

SENSIBILIZZAZIONE

FORMAZIONE

INIZIATIVE DI GENDER DIVERSITY

PARTNERSHIP





100 MLN €

TOTALE MICROCREDITI EROGATI 24 MLN € NEL 2016
CON 3.012 FINANZIAMENTI CONCESSI

**OLTRE
10 MLN €**

RACCOLTI PER TELETHON NEL 2016
E 280MLN IN 25 ANNI DI PARTNERSHIP

1 MLN €

EROGATI DALLA FONDAZIONE BNL
A SOSTEGNO DI 19 PROGETTI

**OLTRE
5.000 FILM**

REALIZZATI NEGLI ANNI
CON IL CONTRIBUTO DI BNL

**OLTRE 800
EDUCARE**

SEMINARI DI EDUCAZIONE FINANZIARIA
CON CIRCA 154.000 PARTECIPANTI

RESPONSABILITÀ VERSO LA COMUNITÀ



ESSERE UN PROTAGONISTA IMPEGNATO NELLA SOCIETÀ

CONTRIBUIRE ALLO SVILUPPO DEL PAESE

La crisi ha evidenziato una connotazione della nostra società molto differenziata, ad alta soggettività e piena di aspettative e obiettivi diversi, rendendo più stringenti alcune problematiche quali la povertà e le disuguaglianze economiche e sociali.

Il contesto attuale del Paese porta necessariamente BNL a impegnarsi, insieme anche alla Fondazione BNL, in interventi mirati. Questi, vanno dal supportare la Comunità in senso ampio con donazioni e sponsorizzazioni a tutela del patrimonio artistico, culturale e sociale del Paese, fino a supportare le singole persone accompagnandole consapevolmente nei loro progetti di vita. Ne sono un esempio, i corsi di educazione finanziaria gratuiti "EduCare" che aiutano a creare consapevolezza circa gli strumenti finanziari. Inoltre, con il microcredito rispondiamo alle esigenze di finanziamento di persone con ridotte possibilità di accesso al credito tradizionale.

DOV'È FINITA LA CLASSE MEDIA?

Negli ultimi anni la disuguaglianza nella distribuzione del reddito è cresciuta in tutti i Paesi avanzati. Sotto questo profilo l'Italia compare con un valore superiore alla media Ocse. La forte concentrazione osservabile nel nostro Paese nel reddito disponibile è una condizione in larga parte ereditata dal passato, e che la recente crisi ha solo lievemente peggiorato, pur in presenza di una generale contrazione del reddito.

Secondo la Banca d'Italia, dal 2012 al 2014 la quota di popolazione a basso reddito in Italia è salita, fino a rappresentare il 21% circa del totale, a fronte di una flessione della classe media e di una sostanziale stabilità della quota dei ricchi. La crisi scoppiata nel 2008 ha avuto in Italia un impatto più sull'ammontare dei redditi che sulla loro distribuzione. Dopo aver toccato un picco agli inizi degli anni '90, i redditi medi annui da lavoro dipendente hanno imboccato un sentiero discendente e a fine 2015, nonostante un lieve recupero, sono tornati sui livelli di fine anni '70. Più che altrove, nel nostro Paese le disuguaglianze tendono a riprodursi fra le generazioni. Oggi, titolo di studio, professione e titolo di godimento dell'abitazione dei genitori, rappresentano fattori discriminanti e significativi del reddito percepito.

Fonte: Servizio Studi BNL 2016

COME RISPETTIAMO I DIRITTI UMANI CON I NOSTRI STAKEHOLDER

POLITICA DIRITTI UMANI
POLITICHE SETTORIALI
CODICE DI CONDOTTA
FORMAZIONE DEDICATA
DIRITTO ALLA PRIVACY
ACCESSIBILITÀ DEI SERVIZI FINANZIARI

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITÀ

1. UNIVERSITÀ/SCUOLA

Orientamento dei giovani al mondo del lavoro

Programma Ambassador: 50 dipendenti coinvolti in 40 eventi

61 eventi in 23 università, 5.000 studenti incontrati

Orientamento by BNL 5ª edizione, 165 partecipanti

20 Partnership con i principali atenei italiani

Recruiting: 1.606 candidati incontrati, 1 edizione di

Recruiting Day con l'assunzione di 12 neolaureati

EduCare: 803 seminari gratuiti, 154.000 partecipanti

2. MEDIA

Rapporti con i giornalisti

Oltre 5.000 articoli con citazioni BNL, BNP Paribas e società del Gruppo su testate nazionali, locali e estere,

77 Comunicati stampa: 24 tematiche istituzionali, 23 di business, 30 di eventi e sponsorizzazioni

Oltre 20 interviste stampa, radio e tv nazionali e locali a top manager della BNL e società del Gruppo,

650 tweet inviati nel 2016 (servizio@BNL_PR)

Campagne pubblicitarie

2 campagne su TV; 5 su quotidiani; 2 su periodici; 2 su radio; 1 su cinema; 11 su web digital; aeroporto FCO: affissioni annuali

3. TERZO SETTORE

Struttura BNL dedicata al Terzo Settore

Mappate le imprese clienti che rispondono ai requisiti di imprenditoria sociale

DiversitàLavoro: 1 edizione, 73 persone incontrate

Programma WOW: coinvolti 41 giovani con sindrome di down

Partnership

Telethon: 1.000 eventi sul Territorio, 1.594 ricercatori coinvolti, 10.615 pubblicazioni

Consulenza gratuita

La Direzione Legale della Banca ha prestato consulenza gratuita durante l'iniziativa "Up to Youth", promossa dalla Onlus PerMicroLab finalizzata a sviluppare le competenze dei giovani imprenditori

4. ISTITUZIONI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Tavoli di lavoro e presentazioni

Tavoli con ABI dedicati ai temi di sostenibilità

Adesione a network italiani e internazionali di CSR

69 iniziative in cui BNL ha illustrato lo scenario macro-economico finanziario

Monitoraggio quotidiano dell'iter legislativo delle norme aventi riflessi sull'attività del Gruppo

PRESENZA DELLA BANCA NEL TERRITORIO

BNL promuove diverse iniziative socio-culturali su tutto il territorio italiano, a testimonianza del proprio ruolo di azienda al servizio della società, non solo come attore economico-finanziario, ma anche come soggetto attivo nel favorire la diffusione di valori condivisi, vero e proprio patrimonio collettivo.

BNL PER IL CINEMA

Da oltre 80 anni, la Banca supporta l'industria cinematografica dall'ideazione alle fasi di realizzazione dei film, fino alla distribuzione e al consumo, comprese le innovazioni tecnologiche e le ristrutturazioni delle sale di proiezione. Questo ha permesso di realizzare negli anni oltre 5.000 film, molti dei quali hanno fatto la storia del cinema italiano e ricevuto importanti riconoscimenti nazionali ed internazionali. Inoltre, BNL anche quest'anno ha contribuito alla realizzazione di eventi cinematografici di rilievo nazionale ed internazionale, dai festival più importanti alle rassegne autoriali.



BNL PER LA MUSICA

BNL, in qualità di socio fondatore della Fondazione Accademia Nazionale di Santa Cecilia, fornisce il proprio contributo allo sviluppo e all'organizzazione delle attività della prestigiosa istituzione musicale. La Banca, inoltre, ha accompagnato la nascita dell'Auditorium Parco della Musica di Roma in veste di sponsor istituzionale fino al 2007.

ARTIGIANCASSA

Prestito Artigiancassa "Microcredito" è un prodotto di finanziamento a tasso fisso o variabile, destinato all'acquisto di beni e servizi strumentali all'attività d'impresa. Il finanziamento può essere integrato dagli interventi agevolativi previsti dalla Legge n°662/96 (Fondo di Garanzia per le PMI).

BNL POSITIVITY

Come per le altre società del Gruppo anche BNL Positivity contribuisce al sostegno della Campagna Telethon supportando BNL nei suoi eventi di solidarietà.

BNL FINANCE

A seguito dei vari accadimenti sismici del Centro Italia, BNL Finance ha istituito un prodotto di solidarietà per agevolare le esigenze di ricostruzione dei pensionati nei Comuni coinvolti dal terremoto. Al 31 dicembre sono state liquidate 10 pratiche per un importo pari a € 208.900 circa.



BNL PER L'ARTE E LA CULTURA

BNL è impegnata sia in attività di mecenatismo sia in vere e proprie partnership, che coinvolgono direttamente la Banca nell'organizzazione di iniziative finalizzate alla conoscenza e al recupero di opere e autori nazionali ed internazionali, artisti contemporanei emergenti, oltre che alla promozione dell'arte contemporanea e della fotografia in particolare.

Diffusione della cultura tramite social network BNL dedicati al Patrimonio Artistico e all'Archivio Storico della Banca, alle iniziative, alle sponsorizzazioni e alle partnership di BNL in ambito culturale (in particolare nel campo dell'Arte, della Musica e del Cinema).



bnl_cultura

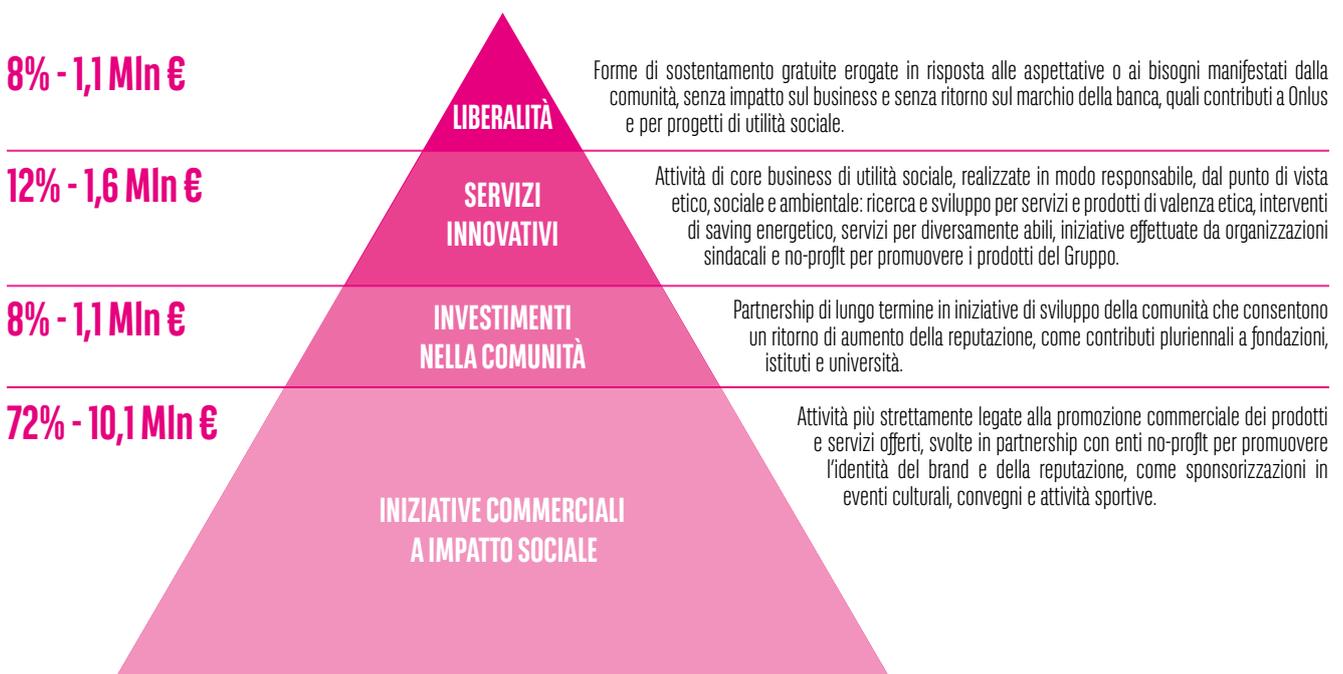
BNL PER LO SPORT

Da 10 anni partner degli Internazionali BNL d'Italia e del tennis in carrozzina.

BNL, negli ultimi anni, ha consolidato il suo impegno a favore del tennis sostenendo lo sviluppo sia a livello locale che internazionale. La passione, l'impegno e la costanza che gli atleti mettono in campo emergono in maniera ancor più elevata nel tennis in carrozzina e rappresentano valori che la Banca riconosce e condivide pienamente. BNL sostiene infatti anche gli Internazionali BNL d'Italia Wheelchair, uno dei tornei di Tennis in Carrozzina più importanti per la FIT e per il Comitato Italiano Paralimpico, oltre al Torneo Città di Roma svolto all'interno del Centro Sportivo BNL con la partecipazione di oltre 40 tra i migliori atleti e atlete nazionali e internazionali.

INIZIATIVE E INVESTIMENTI PER LA COMUNITÀ

Il Gruppo BNL ha adottato il modello di rendicontazione proposto dal London Benchmarking Group (LBG), un'associazione internazionale cui aderiscono grandi aziende di diversi comparti produttivi e nazionalità. Il modello, schematizzato sotto forma di piramide, consente di misurare i benefici e i ritorni di business derivanti dalle diverse attività. Alla base si trovano le attività direttamente connesse al core business, all'apice quelle legate maggiormente alle iniziative filantropiche e di solidarietà.



INSIEME A TELETHON PER SOSTENERE LA RICERCA SCIENTIFICA

Sono oltre 18.000 i collaboratori di BNL e delle società del Gruppo in Italia impegnati in questa gara di solidarietà, con più di 1.000 eventi su tutto il Territorio, coinvolgendo clienti, famiglie, amici. Una partnership quella di BNL con Telethon, che da 25 anni è un chiaro esempio di come un'impresa e il Terzo Settore possano creare valore per entrambe. BNL oggi, grazie anche a Telethon è riconosciuta come una delle Banche più attente al sociale acquisendo sempre maggior consenso e visibilità dalla comunità locale. Per il Territorio, il supporto di BNL è stato indispensabile per finanziare nuovi progetti di ricerca, per creare nuovi posti di lavoro e per permettere alla ricerca di andare avanti e di scoprire nuove cure per le malattie genetiche rare. Tutto questo ha creato all'interno della Comunità un miglioramento della qualità della vita, dei servizi sanitari, oltre allo sviluppo economico e culturale.

16 grant dell'European Research Council (ERC) su un totale di 87 assegnati all'Italia in 10 anni, sono stati vinti da ricercatori che lavorano negli Istituti Telethon.

COS'È LO SHARED VALUE?

In italiano valore condiviso, ovvero creare valore economico in modalità tali da generare contemporaneamente valore per l'azienda, ma anche per la società, rispondendo a un tempo alle necessità dell'azienda e alle esigenze di tipo sociale.

BNL PER TELETHON È ANCHE "SOCIAL"



telethon.bnl.it

Dal **1992** raccolti **280 Mln €**

3 istituti di ricerca

546 malattie studiate

10.615 pubblicazioni

2.607 progetti finanziati

1.594 ricercatori coinvolti



EDUCARE: LA NOSTRA EDUCAZIONE FINANZIARIA

Il progetto attivo dal 2008, ha coinvolto oltre 380.000 persone ed 8.000 imprese in più di 5.600 eventi in tutta Italia.

Il progetto EduCare è un altro esempio di shared value in cui la Banca risponde alle molteplici istanze dei suoi stakeholder, che siano clienti o non, con corsi informativi gratuiti sui temi chiave dell'educazione finanziaria, in una logica di servizio, innovazione e responsabilità che le consente di radicarsi maggiormente sul Territorio e di sviluppare offerte sempre più mirate. La Comunità ne beneficia acquisendo maggiore consapevolezza delle proprie scelte finanziarie. Nel 2016 sono stati effettuati 803 eventi che hanno coinvolto circa 154.000 partecipanti nei seguenti EduCare.

"EduCare Sport", un programma dedicato ad atleti, ex atleti e imprenditori sportivi, per aiutarli a compiere scelte finanziarie più consapevoli ed accompagnarli nei loro progetti professionali ed imprenditoriali del post carriera. Dalla partnership di

BNL con il CONI è stato lanciato anche il "Prestito BNL W lo Sport" per supportare, a condizioni dedicate, individui e famiglie nelle spese per le attività sportive.

A seguito della crisi di alcune banche italiane, è stato organizzato un "EduCare Day" sul tema "Investire consapevolmente". Un evento in contemporanea in circa 400 Agenzie BNL, per conoscere meglio azioni, obbligazioni, fondi e strumenti finanziari.

Con "EduCare Scuola", i bambini di 5.000 classi delle scuole primarie di tutta Italia, sono stati coinvolti nella seconda edizione della campagna "L'Economia della Famiglia Millesogni", oltre a proseguire con l'attività di «tutoring» con la «Lezione in classe» coinvolgendo 12.970 studenti per 321 lezioni organizzate.

Il 2016 si è concluso con "EduCare Tour Casa", che prevede incontri e seminari incentrati sul tema "casa come bisogno": dalla scelta tra acquisto e affitto, sino alla scelta del mutuo.

44 federazioni
sportive partner

5.496 clienti e non
all'EduCare Day

130.000 bambini
coinvolti

EDUCARE È ANCHE "SOCIAL"



educare.bnl.it



VICINI ALLE POPOLAZIONI TERREMOTATE

BNP Paribas e BNL hanno espresso solidarietà verso le popolazioni delle zone colpite dalle catastrofi naturali adottando le seguenti misure per imprese e famiglie:

- Sospensione delle rate per 12 mesi, con facoltà di scegliere tra la sospensione dell'intera rata o della sola quota capitale.
Nel 2016, effettuate 85 operazioni.
- Prestito Personale di Solidarietà, con tasso agevolato, senza commissioni di istruttoria e con un periodo di preammortamento di 12 mesi.
Nel 2016, effettuate 5 operazioni.
- Plafond dedicati per le esigenze di ricostruzione dell'abitazione o per riavviare la propria attività, mediante un'offerta agevolata di finanziamento.
Nel 2016, effettuate 276 operazioni.

FONDO RESCUE & RECOVER

Strumento di raccolta fondi creato per raccogliere le donazioni di tutti i collaboratori BNP Paribas nel mondo in caso d'emergenza umanitaria, ma anche per sostenere le popolazioni vittime di crisi che perdurano.

L'importo delle donazioni raccolte viene raddoppiato da BNP Paribas e destinato a tre associazioni: Medici Senza Frontiere, Croce Rossa e CARE.

Oltre **450.000** € raccolti tra dipendenti e i clienti per il terremoto di Amatrice con più di **9.000** donatori

Il Gruppo BNP Paribas ha attivato una raccolta dedicata con il Fondo Rescue & Recover donando 184.000 € alla Croce Rossa (92.000 € sono stati donati dai dipendenti BNP Paribas in tutto il mondo e poi raddoppiati dal Gruppo). BNL ha attivato la raccolta sul conto intestato a "CROCE ROSSA EMERGENZA TERREMOTO", cui hanno partecipato clienti e dipendenti. Fra gli altri, anche il Fondo Pensioni di BNL ha partecipato alla raccolta coinvolgendo i produttori locali in un evento dedicato.

COS'È IL VOLONTARIATO D'IMPRESA?

È un progetto in cui l'impresa supporta o organizza la partecipazione attiva e concreta del proprio personale alla vita della comunità locale o a sostegno di organizzazioni non profit durante l'orario di lavoro.

Oltre all'impegno per Telethon, nel 2016, 9 dipendenti hanno prestato il loro servizio per Protezione Civile, Soccorso Alpino e Cooperazione internazionale per 62 giorni lavorativi (465 h) nelle zone colpite dal terremoto. Dal 2017, la Banca, oltre a quanto previsto per queste figure specializzate, destinerà 1.000 ore per i dipendenti da dedicare al volontariato.



FONDAZIONE BNL

La Fondazione BNL testimonia da oltre 10 anni il suo impegno solidale e la sua presenza nel campo della solidarietà sociale.

Dalla sua costituzione nel 2006, ha approvato e sostenuto contributi per oltre 11mln di € in favore di più di 600 progetti promossi da diverse Associazioni di volontariato ed Onlus supportando iniziative meritevoli anche oltre i confini periferici dei Paesi in via di sviluppo.

Nata nel 2006, la Fondazione BNL ha come mission quella di sostenere, promuovere e sviluppare sul territorio iniziative nel campo dell'utilità sociale, in particolare della solidarietà e della sanità, attraverso interventi basati sulla fornitura di beni necessari all'attività solidale delle Onlus che sostiene.

Nel 2016 finanziati **19** progetti per **1 milione** di euro



A SOSTEGNO DEI PIÙ DEBOLI

Tra gli interventi più significativi ci sono quelli a favore di Save the Children per la riqualificazione del Laboratorio ZEN di Palermo come segnale di recupero dei ragazzi del quartiere, e a favore delle donne vittime di violenza e dei loro bambini con il contributo alla ristrutturazione de "La casa di Sara" (in ricordo di Sara Di Pietrantonio) promossa dal Centro Italiano di Solidarietà di Don Mario Picchi.

MANO AMICA

Il progetto "Mano Amica" sostiene ogni anno le iniziative promosse da Associazioni e Onlus alle quali i dipendenti BNL e del Gruppo BNP Paribas in Italia si dedicano attivamente come volontari, al di fuori della loro attività professionale. Da nove edizioni "Mano Amica" premia l'impegno dei dipendenti di BNL e del Gruppo con oltre 1.600.000 di euro distribuiti su 400 progetti approvati a testimonianza del successo dell'iniziativa.

FOCUS

MICROCREDITO

PerMicro è la più importante società di microcredito in Italia ed opera su tutto il territorio nazionale con una chiara mission di inclusione sociale.

Dal 2011, BNL è il principale azionista di PerMicro e suo partner industriale. L'obiettivo è quello di offrire una competenza specifica nella creazione di impresa ed auto-impiego, attraverso lo strumento del microcredito quale leva per rispondere alle esigenze di finanziamento di persone con ridotte possibilità di accesso al credito tradizionale per la mancanza di garanzie reali o per l'assenza di una "storia creditizia" (ad esempio neoimprenditori e loro start up, famiglie, giovani lavoratori atipici ed immigrati), promuovendo l'inclusione finanziaria e quindi l'inclusione sociale.

99,8Mln € totale microcrediti erogati di cui **23,8Mln €** nel **2016** a fronte di **3.012** finanziamenti.

5 PerMicro Point nelle agenzie BNL:
Bari, Brescia, Catania, Napoli, Roma.

QUAL È IL VALORE DI PERMICRO INSIEME A BNL?

Secondo un recente studio del Politecnico di Torino, il Microcredito rappresenta la vera inclusione finanziaria, poichè dopo 5 anni: l'81% dei clienti supportati è ancora attivo nel business, il 50% ha assunto almeno una persona e il 51% è diventato cliente di una banca tradizionale. Inoltre, la stima è che lo Stato Italiano abbia avuto un impatto netto positivo di oltre 15Mln di € in 3 anni grazie a maggiori entrate fiscali e ridotti costi sociali.

" PERMICRO E' STATO IDEALE PER NOI: CI HA DATO FIDUCIA ANCHE SENZA GARANZIE. "

ULRICA DE GEORGIO
Titolare MADE BAR

BNL, PerMicro, per te.
www.permicro.bnl.it

BNL GRUPPO BNP PARIBAS perXmicro il microcredito in Italia



**STOP AL
CARBONE**

**STOP A NUOVE CENTRALI ELETTRICHE
ALIMENTATE A CARBONE**

**100% ENERGIA
GREEN ACQUISTATA**

-4% DI CONSUMI ELETTRICI TOTALI

**-9% EMISSIONI
CO₂ PROCAPITE**

**-13% KM PERCORSI IN VIAGGI IN AEREO E
-3% VIAGGI TOTALI -4% TOTALE ENERGIA CONSUMATA**

**LEED GOLD
CERTIFICATO**

**LE NUOVI SEDI DIAMANTE A MILANO E TIBURTINA A ROMA
SONO AD ALTA EFFICIENZA ENERGETICA**

**91% CARTA
FONTI RESPONSABILI**

**-3% CONSUMO DI CARTA PER DIPENDENTE
RISPETTO AL 2015**

RESPONSABILITÀ AMBIENTALE



AGIRE CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO LA TRANSIZIONE ENERGETICA E LA STABILITÀ DEL CLIMA

L'accordo di Cop21 (Conferenza sul Clima - Parigi 2015) finalizzato a ridurre l'aumento della temperatura globale ha comportato per BNP Paribas e per BNL nuovi impegni per decarbonizzare l'economia e favorire le energie rinnovabili.

BNP Paribas ha internamente attivato un programma denominato "Carbon 2020", per tutte le società del Gruppo a livello mondiale. Il progetto mira ad intensificare le iniziative e gli strumenti per una migliore efficienza energetica e riduzione di sprechi. Esternamente, il Gruppo ha preso impegni concreti per incentivare e accompagnare i propri clienti verso la transazione energetica, finanziare progetti di energia rinnovabile e collaborare con stakeholder esterni per mettere in atto azioni collettive al fine di sviluppare soluzioni a basso contenuto di carbonio.

Dal 2017, BNP Paribas non finanzia più nuove centrali elettriche a carbone ovunque nel mondo, e finanzia solo progetti e aziende che rispettino i più alti standard ambientali.

SFIDE DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

In occasione della 21° Conferenza delle Parti di Parigi, più di 150 Paesi hanno presentato i loro impegni per il contenimento del rialzo della temperatura terrestre "ben al di sotto dei 2 gradi centigradi". Un ruolo importante nella lotta al cambiamento climatico passa per l'impegno degli attori non governativi. Numerosi studi registrano un crescente interesse da parte degli investitori nel valutare il modo in cui le imprese affrontano le sfide del cambiamento climatico. In Italia, oltre la metà delle banche interpellate presta attenzione al tema del climate change, ma solo il 10% considera prioritario quantificare le emissioni di CO₂ dei portafogli dei clienti e appena il 3% comunica il "rischio clima" agli stakeholder. Se da un lato il cambiamento climatico costituisce per le banche un inevitabile fattore di rischio legato agli effetti indiretti sui propri clienti, dall'altro lato può comportare interessanti opportunità per sviluppare prodotti e servizi che facilitino e supportino imprese e privati nell'adattamento ai fenomeni climatici. La costruzione di una solida reputazione in ambito ambientale può diventare un elemento di grande valore.

Fonte: Servizio Studi BNL 2016

MISURIAMO E RENDICONTIAMO I NOSTRI IMPATTI AMBIENTALI

EMISSIONI DI CO₂
 CONSUMI DI ENERGIA
 VIAGGI DI LAVORO
 CONSUMI DI CARTA
 RIFIUTI

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO CON GLI STAKEHOLDER AMBIENTE

1. DIPENDENTI

Sensibilizzazione e normativa interna

Formazione obbligatoria on line
 Newsletter sui temi ambientali
 Sezione intranet dedicata all'ambiente
 Recepimento Policy con impatti ambientali
 Progetti interni volti al risparmio energetico e gestione dei rifiuti

2. MEDIA

Rapporti con i giornalisti

350 Articoli su BNL, BNPP e società del Gruppo che riguardano tematiche ambientali usciti su testate nazionali, locali e estere
 13 Comunicati stampa su tematiche ambientali

3. ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E NETWORK

Tavoli di lavoro e pubblicazioni

Partecipazione a tavoli di lavoro ABI dedicati ai temi ambientali
 Case study del Gruppo BNPP all'interno della pubblicazione "Finanza Sostenibile e cambiamento climatico" dell'ABI
 Adesione a network italiani e internazionali di CSR
 Monitoraggio quotidiano dell'iter legislativo delle norme aventi riflessi sull'attività del Gruppo

Sponsorizzazioni

BNL sostiene il FAI (Fondo Ambiente Italiano)

4. CLIENTI

Sensibilizzazione

Condivisione politiche settoriali tramite BNL.it

Consulenza e analisi

Desk dedicati per la consulenza tecnica e finanziaria per realizzare nuovi modelli energetici

IMPATTI DIRETTI E INDIRETTI DELLA BANCA

BNL presta grande attenzione alle variabili ambientali della propria attività, da quelle quotidiane fatte anche di piccoli gesti responsabili dei dipendenti, fino ad arrivare alla valutazione dei finanziamenti e investimenti dei suoi clienti.

I tipi di impatti generati dalla propria attività sono due: impatti diretti e impatti indiretti. I primi, sono creati direttamente dai processi produttivi, distributivi o amministrativi della Banca, attraverso il consumo di risorse, la produzione di rifiuti e l'emissione di sostanze nocive.

Il presidio di questi impatti è associato a due figure istituzionali di BNL: l'Energy e il Mobility Manager con i compiti di monitoraggio, analisi e indirizzo di azioni di miglioramento.

Gli impatti indiretti invece, sono quelli associati ad attività, prodotti e servizi generati dalla propria attività di intermediario finanziario con i clienti e dalla scelta dei propri fornitori. Ne sono un esempio le policy settoriali, i prodotti green e i Fondi Socialmente Responsabili (SRI).

Nei paragrafi successivi, vengono rappresentati gli impatti diretti e indiretti della Banca e come sono gestiti e monitorati al nostro interno.



LA GREEN ECONOMY E LO SVILUPPO SOSTENIBILE

La green economy è un sistema economico a tutti gli effetti che non si preoccupa solo di adottare soluzioni a basso impatto ambientale, ma anche di vedere l'ambiente come una vera e propria opportunità di business.

Lo sviluppo sostenibile, invece, è un modello economico che si basa sullo sviluppo industriale e produttivo che sia rispettoso dell'ambiente.



SISTEMA DI GESTIONE DELL'ENERGIA CERTIFICAZIONE ISO 50001

Con la certificazione, ottenuta nel 2016, per il sito di Roma Aldobrandeschi, inizia per BNL un nuovo percorso finalizzato al miglioramento della propria efficienza e la diminuzione dell'impatto sull'ambiente. Lo standard ISO 50001 (Energy Management System) si propone di aiutare le organizzazioni a definire le strategie di guida verso la responsabilità energetica, a fissare obiettivi di performance nel breve, medio e lungo periodo e ad allocare le risorse necessarie per il conseguimento degli obiettivi secondo la metodologia PDCA (Plan, Do, Check, Act).

IMPATTI DIRETTI DELLA BANCA

RIDUZIONE DEI GAS AD EFFETTO SERRA

Il raggiungimento degli obiettivi di riduzione di CO₂ è fondamentale per tutta l'Unione Europea al fine di prevenire il degrado ambientale e tutelare il patrimonio naturale. BNP Paribas ha fissato un nuovo obiettivo: la riduzione del 25% dei gas ad effetto serra entro il 2020 nell'ambito del progetto di efficientamento energetico "Carbon 2020".



Per raggiungere l'obiettivo prefissato, BNP Paribas farà leva su 3 fattori: la gestione del patrimonio immobiliare, dei viaggi e delle infrastrutture IT. Ogni Entità del Gruppo monitora il proprio impatto diretto, rispetto all'anno precedente ed è responsabile di implementare azioni volte a migliorare le proprie performance.

BNL nel 2016 ha fatto un importante progresso riducendo le emissioni procapite del 9% portandole a 3,29 tonn. Eq CO₂/FTE. Questo grazie alla riduzione del 4% dei consumi elettrici e del 2% dei viaggi di lavoro.

La Banca predilige fornitori che mirano a ridurre al minimo l'impronta di carbonio dei propri prodotti e servizi, quali: carta da fonti sostenibili, apparecchiature IT a basso consumo, forniture per uffici riciclate, flotte aziendali a basse emissioni di carbonio.

VIAGGI DI LAVORO

In linea con gli obiettivi del "Carbon 2020", nel 2016, in BNL, i chilometri complessivamente percorsi per motivi di lavoro sono diminuiti del 3% di cui il 13% in aereo mentre il treno ha registrato una crescita del 3% rispetto al 2015.

I dipendenti sono stati sensibilizzati all'uso della videoconferenza in alternativa ai viaggi e questo ha comportato una riduzione dei chilometri percorsi.



AGENZIE SOSTENIBILI DI BNL

Nel 2016 è iniziato un progetto pilota sui sistemi di risparmio energetico in 16 agenzie del Territorio con l'installazione dei primi 20 dispositivi che controllano la tensione erogata e generano risparmio energetico del circa 10%.

Nel 2017, questo progetto verrà esteso ad altre 60 agenzie di tutto il Territorio.

INSTALLAZIONE PANNELLI FOTOVOLTAICI

921,60 kW

Nella sede di Roma a Pratica di Mare

198 kW

Nella sede di Roma Aldobrandeschi

11,04 kW

Agenzia di Venezia (Via Canal, 10)

10,08 kW

Agenzia di Roma (Via Colli Portuensi, 551)

9,90 kW

Agenzia di Alessandria (Corso Acqui, 73)

IMPIANTO DI TRIGENERAZIONE 2.000 kW NELLA SEDE DI ROMA ALDOBRANDESCHI

Il Trigeneratore, attivo ormai nella sede di Roma Aldobrandeschi dal 2014, genera energia elettrica e contemporaneamente acqua calda e fredda per la climatizzazione del sito (invernale ed estiva), riducendo drasticamente le emissioni inquinanti attraverso la combustione controllata di metano.

RIDUZIONE DELLA CARTA

Nell'ambito del progetto "Carbon 2020", BNL mira a ridurre fortemente la quantità di carta utilizzata per le attività quotidiane interne e con i propri clienti, con l'obiettivo di una riduzione del 30% nel consumo di carta per dipendente entro il 2020. In BNL viene utilizzata per il 91% la "carta responsabile" che comprende la carta riciclata al 100% e a marchio PEFC e FSC. Nel 2016 i consumi per dipendente sono passati da 107 kg a 105 kg (-2%).

Inoltre, con gli spostamenti nelle nuove sedi della Banca è nata l'esigenza per molti uffici di ridurre e razionalizzare gli archivi. La campagna Less Paper ha visto realizzare dei veri e propri archivi digitali facilitando la ricerca dati e informazioni.



PROGETTO "DIFFERENZIATI"

Si è conclusa a dicembre la prima fase test del progetto dedicato alla raccolta differenziata nella sede di Roma Ludovisi conseguendo già i primi risultati.

La raccolta indifferenziata ha avuto una forte riduzione passando al 32% rispetto al 92% dei due anni precedenti. I contenitori per la raccolta differenziata di carta, plastica e indifferenziata hanno sostituito i cestini in ogni piano.

Un passo aziendale importante per rendere l'ambiente più sostenibile secondo le normative indicate dall'AMA e per vivere l'ambiente di lavoro in modo più sostenibile. La raccolta differenziata giornaliera secondo le analisi condotte da AMA è stata in media di 385 kg: 52 % di carta, 32% indifferenziata, 16% plastica.



IMPATTI INDIRETTI DELLA BANCA

GREEN DESK DELLA BANCA DEDICATO A IMPRESE E FAMIGLIE

Grazie alla liberalizzazione, i gestori di energia elettrica possono offrire ad aziende e PMI contratti di fornitura elettrica o di gas da fonti rinnovabili a prezzi competitivi.

Ancora più interessante è la possibilità di prodursi "in proprio" l'energia (elettrica o anche sotto forma di calore) necessaria per gli usi interni aziendali, potendo sfruttare gli strumenti incentivanti di cui l'Italia, quale parte integrante di un processo politico comunitario, si è dotata negli ultimi anni per favorire la crescita della quota interna di energia prodotta da fonti rinnovabili.

Per sostenere le imprese in questo cambiamento, BNL ha pensato a un servizio innovativo dedicato alle PMI "Finanziamento BNL Green aziende": un Desk Energie che offre consulenza tecnica e finanziaria per realizzare al meglio il nuovo modello energetico, attraverso servizi di analisi (check-up e audit), la scelta degli strumenti giusti per produrre energia rinnovabile e gli interventi per migliorarne l'efficienza.

PRODOTTO "BNL GREEN"

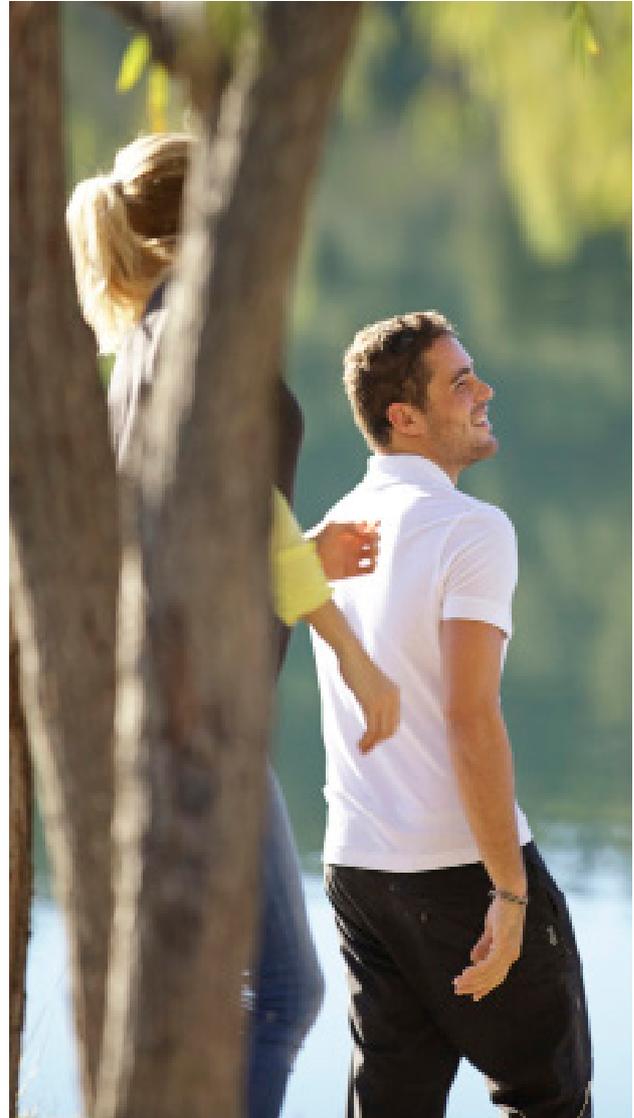
Prodotto BNL dedicato ai privati che consente di ridurre i consumi energetici e migliorare il comfort abitativo.

È possibile realizzare un programma di efficientamento energetico della propria abitazione, a condizioni vantaggiose usufruendo del beneficio delle agevolazioni fiscali esistenti.

Nel 2016, effettuate 278 operazioni.

Nel 2016 Retail Green Desk:

finanziamenti erogati per **53 Mln €**
+57% rispetto al 2015



FONDI SOCIALMENTE RESPONSABILI

Con i Fondi Socialmente Responsabili (SRI) ci si riferisce a una forma di investimento che, insieme alla ricerca di performance finanziaria, mira a generare un valore aggiunto sociale e/o ambientale. Per raggiungere questo obiettivo, la gestione SRI integra sistematicamente dei criteri ambientali, sociali e di governance (ESG – Environmental, Social and Governance) nella valutazione e selezione dei titoli. I settori di mercato e le imprese selezionate devono osservare tali criteri nelle loro strategie di sviluppo. Nel capitolo della responsabilità Economica del presente Report, i Fondi SRI sono rappresentati nel dettaglio.

IMPEGNI DI BNP PARIBAS E DEL GRUPPO BNL VERSO LA TRANSIZIONE ENERGETICA

BNP Paribas ha come riferimento l'obiettivo dell'accordo di COP 21 di contenere l'aumento del riscaldamento globale entro i 2° C. Per questo, ha delineato nuovi impegni, assunti anche dalle altre Entità del Gruppo, al fine di contribuire alla transizione verso un sistema energetico a basso contenuto di carbonio e in generale a preservare l'ambiente e lo sfruttamento delle risorse.

La Banca mira ad incentivare e accompagnare i propri clienti verso la transazione energetica, finanziare progetti di energia rinnovabile e collaborare con stakeholder esterni per mettere in atto azioni collettive al fine di sviluppare soluzioni a basso contenuto di carbonio.



LIMITARE IL RISCALDAMENTO GLOBALE A 2° C

IL GRUPPO BNP PARIBAS INTENSIFICA IL SUO IMPEGNO IN QUESTO AMBITO

- NON FINANZIARE PIU' **CENTRALI A CARBONE** NEL MONDO
- FINANZIARE **LE IMPRESE** CHE SI IMPEGNANO A RIDURRE LA COMPONENTE DEL CARBONE NELLA LORO PRODUZIONE
- NON FINANZIARE PIU' LE **MINIERE DI CARBONE**

RADDOPPIARE I FINANZIAMENTI NEL SETTORE DELLE ENERGIE RINNOVABILI
TARGET DI GRUPPO: 15 MLD € NEL 2020

SOSTENERE LE START-UP INNOVATIVE PER LO SVILUPPO DI TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA ASSOCIATE ALLA TRANSIZIONE ENERGETICA
INVESTIMENTO: 100 MLN € NEL 2020

ARTIGIANCASSA GESTISCE IL FONDO ENERGIA E MOBILITÀ DELLA REGIONE MARCHE

Dotazione finanziaria di 20 mln di € che permette di erogare finanziamenti a tasso zero per interventi di miglioramento dell'efficienza energetica in edifici pubblici, nella pubblica illuminazione, ma anche per rinnovare automezzi per il trasporto pubblico, per la riduzione di consumi energetici e delle emissioni di gas di imprese ed aree produttive.

PRESTITO "ENERGIA VERDE"

Prodotto di finanziamento, erogabile in un'unica soluzione o a stato avanzamento lavori, a tasso fisso o variabile destinato all'investimento in impianti di produzione energetica da fonti rinnovabili.

PRESTITO "RISTRUTTURAZIONE E RISPARMIO ENERGETICO"

Prodotto di finanziamento a tasso fisso o variabile destinato alle imprese che intendono ristrutturare i propri locali o realizzare interventi finalizzati al risparmio energetico.

FOCUS

PROGETTI SMART BANK



La Banca pone al centro della strategia aziendale la capacità di allinearsi con un contesto economico e lavorativo che è in continua trasformazione, soprattutto con il diffondersi del digitale. La Digital Transformation rappresenta un vero e proprio cambiamento culturale, che si declina secondo tre dimensioni: nuovi modi di “vivere” gli spazi, flessibilità e fiducia.

A tutto questo risponde il progetto “Smart Bank” creato con la volontà di conciliare sia la vita privata e lavorativa dei dipendenti sia di ridurre il nostro impatto ambientale.

GLI OBIETTIVI DELLO “SMART BANK”

Lo “Smart Bank” è la nuova iniziativa adottata da BNL e BPI che ha come obiettivo facilitare la diffusione di nuovi modi di lavorare in Banca, grazie alla tecnologia diffusa e alla dematerializzazione dei documenti, che consentono di lavorare in qualsiasi luogo, riducendo gli sprechi e le emissioni di CO₂.

SMART SPACE

Lo Smart Spaces riguarda sia gli spazi fisici delle nuove sedi sia quelli su cui si interverrà con progetti basati innanzitutto su logiche di differenziazione degli ambienti e di share desk. In particolare le variabili progettuali considerate sono: diversificazione e flessibilità delle tipologie di spazi per rispondere a esigenze di collaborazione, comunicazione e concentrazione.

SMART WORKING

Rientra in questa iniziativa il Flexible Working, attività lavorativa che può essere svolta da casa per un giorno a settimana. Ai dipendenti è richiesta solo la disponibilità di una connettività adeguata e il rispetto delle policy di sicurezza e riservatezza della Banca.

SMART TECH

Lo Smart Tech è la tecnologia usata per supportare la mobilità negli spazi e all'esterno (wi-fi diffuso, smart printing, virtual room). Inoltre viene usata per l'acustica e l'automazione degli edifici per regolare l'illuminazione e la temperatura in funzione del numero di persone presenti.





ALLEGATI TECNICI

INDICATORI DI GOVERNANCE

BNL + BPI

Composizione Organi Statutari per genere

	2015					2016				
	Uomini		Donne		Totale	Uomini		Donne		Totale
	N.	%	N.	%		N.	%	N.	%	
Consiglio di Amministrazione	15	88%	2	12%	17	14	93%	1	7%	15
Collegio Sindacale	6	100%	0	0%	6	6	100%	0	0%	6
Controllo Interno e Rischi	3	100%	0	0%	3	3	100%	0	0%	3
Comitato Remunerazioni	3	100%	0	0%	3	3	100%	0	0%	3
Comitato Nomine	2	67%	1	33%	3	3	100%	0	0%	3

Composizione Organi Statutari per fascia d'età

	2015							2016						
	<30		30-50		>50		Totale	<30		30-50		>50		Totale
	N.	%	N.	%	N.	%		N.	%	N.	%	N.	%	
Consiglio di Amministrazione	0	0%	2	12%	15	88%	17	0	0%	1	7%	14	93%	15
Collegio Sindacale	0	0%	1	17%	5	83%	6	0	0%	0	0%	6	100%	6
Controllo Interno e Rischi	0	0%	0	0%	3	100%	3	0	0%	0	0%	3	100%	3
Comitato Remunerazioni	0	0%	0	0%	3	100%	3	0	0%	0	0%	3	100%	3
Comitato Nomine	0	0%	1	33%	2	67%	3	0	0%	0	0%	3	100%	3

ARTIGIANCASSA

Composizione Organi Statutari per genere

	2015					2016				
	Uomini		Donne		Totale	Uomini		Donne		Totale
	N.	%	N.	%		N.	%	N.	%	
Consiglio di Amministrazione	9	100%	0	0%	9	9	100%	0	0%	9
Collegio Sindacale	3	100%	0	0%	3	3	100%	0	0%	3

Composizione Organi Statutari per fascia d'età

	2015							2016						
	<30		30-50		>50		Totale	<30		30-50		>50		Totale
	N.	%	N.	%	N.	%		N.	%	N.	%	N.	%	
Consiglio di Amministrazione	0	0%	2	22%	7	78%	9	0	0%	2	22%	7	78%	9
Collegio Sindacale	0	0%	1	33%	2	67%	3	0	0%	1	33%	2	67%	3

BNL FINANCE

Composizione Organi Statutari per genere

	2015					2016				
	Uomini		Donne		Totale	Uomini		Donne		Totale
	N.	%	N.	%		N.	%	N.	%	
Consiglio di Amministrazione	3	100%	0	0%	3	3	1	0	0%	3
Collegio Sindacale	5	100%	0	0%	5	5	1	0	0%	5

Composizione Organi Statutari per fascia d'età

	2015						2016							
	<30		30-50		>50		Totale	<30		30-50		>50		Totale
	N.	%	N.	%	N.	%		N.	%	N.	%	N.	%	
Consiglio di Amministrazione	0	0%	0	0%	3	100%	3	0	0%	0	0%	3	100%	3
Collegio Sindacale	0	0%	0	0%	5	100%	5	0	0%	0	0%	5	100%	5

BNL POSITIVITY

Composizione Organi Statutari per genere

	2015					2016				
	Uomini		Donne		Totale	Uomini		Donne		Totale
	N.	%	N.	%		N.	%	N.	%	
Consiglio di Amministrazione	5	100%	0	0%	5	4	100%	0	0%	4
Collegio Sindacale	5	100%	0	0%	5	5	100%	0	0%	5

Composizione Organi Statutari per fascia d'età

	2015						2016							
	<30		30-50		>50		Totale	<30		30-50		>50		Totale
	N.	%	N.	%	N.	%		N.	%	N.	%	N.	%	
Consiglio di Amministrazione	0	0%	3	60%	2	40%	5	0	0%	1	25%	3	75%	4
Collegio Sindacale	0	0%	1	20%	4	80%	5	0	0%	1	20%	4	80%	5

INDICATORI ECONOMICI

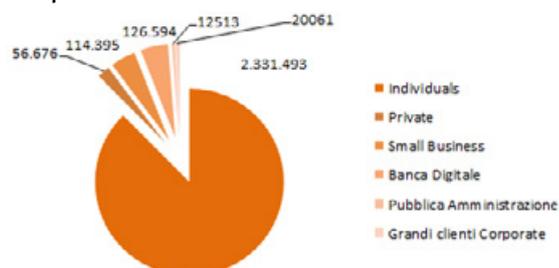
BNL + BPI

Valore economico generato e distribuito del Gruppo BNL

	2015		2016	
Valore economico direttamente generato	1.847	100,0%	1.979	100,0%
Valore economico distribuito	1.782	96%	1.697	85,8%
Ai dipendenti	1.038	56,2%	1.020	51,5%
Ai fornitori	548	29,7%	532	26,9%
Al settore pubblico centrale e periferico	180	9,7%	131	6,6%
Alla collettività	16	0,9%	14	0,7%
Valore economico trattenuto	65	4%	282	14,2%

CLIENTI

Composizione della clientela



Ripartizione geografica clientela Pubblica Amministrazione

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	2.384	18%	2.318	19%
Nord-Est	2.221	17%	2.150	17%
Centro	5.126	38%	4.406	35%
Sud	3.637	27%	3.639	29%
TOTALE	13.368	100%	12.513	100%

Ripartizione Clienti Corporate e grandi suddivisi per area geografica e settore di attività

	AGRICOLTURA, CACCIA, PESCA E ALTRI SERVIZI		COMMERCIO		SERVIZI PUBBLICI E PRIVATI		INDUSTRIA		2015		2016	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	30%	26%	31%	35%	30%	30%	36%	42%	6.609	32%	7.048	35%
Nord-Est	25%	31%	21%	25%	20%	22%	35%	28%	5.211	26%	5.120	26%
Centro	32%	21%	28%	26%	35%	33%	21%	20%	5.849	29%	5.206	26%
Sud	14%	22%	20%	14%	14%	15%	8%	10%	2.674	13%	2.687	13%
TOTALE									20.343	100%	20.061	100%

CUSTOMER SATISFACTION

Retail

TIPOLOGIA DI RICERCA	CAMPIONE	METODOLOGIA	FREQUENZA
Clienti esterni Retail			
CS Agenzia	113.000 interviste a Clienti Individuals e Small Business che si sono recati nelle Agenzie BNL nella settimana precedente l'intervista	Interviste telefoniche	Settimanale
CS bnLit	8.479 interviste a clienti bnl individuals all'uscita dell'Area Protetta del sito bnLit	Interviste on-line	Giornaliero
CS HBI	5.721 interviste a clienti hbi all'uscita dell'Area Protetta del sito	Interviste on-line	Giornaliero
CS Reclami	1.200 interviste a clienti che hanno inviato un reclamo formale a BNL	Interviste telefoniche	Trimestrale
CS Reti Terze	1.000 interviste a clienti individuals che hanno sottoscritto un mutuo BNL tramite la commercializzazione di Reti di Intermediari ("Reti Terze")	Interviste telefoniche	Annuale
CS Private	2.000 interviste a clienti Private	Interviste telefoniche	Semestrale
CS Imprese	4.000 Interviste ad Aziende Retail	Interviste telefoniche	Quadrimestrale
CS CPI	1.600 interviste a clienti individuals che hanno sottoscritto un finanziamento (mutuo o prestito) con BNL con la sottoscrizione di una polizza associata	Interviste telefoniche	Annuale
CS Life Banker	300 interviste a clienti Life Banker acquisiti nel corso del 2016	Interviste telefoniche	Annuale
Clienti interni Retail			
Cliente Interno	Intero universo dei Ruoli di Rete Retail e Private	Interviste on-line	Semestrale

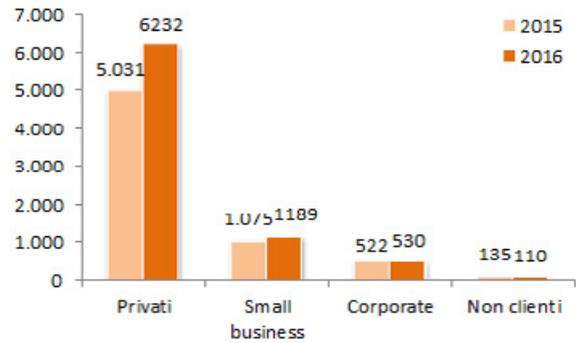
Corporate

TIPOLOGIA DI RICERCA	CAMPIONE	METODOLOGIA	FREQUENZA
Indagini ascolto clienti esterni			
Customer Satisfaction Corporate	1.512 imprese Corporate	Interviste telefoniche (CATI)	Annuale, quarto trimestre
Customer Satisfaction Pubblica Amministrazione	830 enti della PPAA	Interviste telefoniche (CATI)	Annuale, quarto trimestre
Indagini di Customer Satisfaction SAC			
Customer Satisfaction SAC	1.000 interviste	Interviste telefoniche (CATI)	Annuale, quarto trimestre
Indagini Ascolto clienti interni			
CS Rete Corporate	360 risorse commerciali	Questionario su web autocompilato anonimo (CAWI)	Annuale

CONTESTAZIONI**Ripartizione contestazioni per prodotto**

	2015		2016*	
	N.	%	N.	%
CC/DR e servizi correlati	3.116	46%	2.973	37%
Monetaria	495	7%	707	9%
Finanziamenti	2.409	36%	3.193	40%
Intermediazione finanziaria e polizze ramo vita	406	6%	1.046	13%
Altro	337	5%	142	2%
TOTALE	6.763	100%	8.061	100%

* Nel 2016 sono state considerate tutte le tipologie di contestazioni /reclami/ repliche/esposti/ricorsi/mediazioni), relative alla clientela in bonis.

Ripartizione contestazioni* per area di business

* Nel 2016 sono state considerate tutte le tipologie di contestazioni /reclami/ repliche/esposti/ricorsi/mediazioni), relative alla clientela in bonis.

Principali motivi di contestazione

	2015		2016*	
	N.	%	N.	%
Esecuzione operazioni	2.553	38%	3082	38%
Comunicazione ed informazione al cliente	849	13%	1188	15%
Applicazione delle condizioni	759	11%	402	5%
Anatocismo	449	7%	657	8%
Personale	379	6%	150	2%
Condizioni	421	6%	736	9%
Merito di credito	263	4%	291	4%
Altro	1.090	16%	791	10%
Segnalazione a centrale rischi	n_r	n_r	354	4%
Frodi e smarrimenti	n_r	n_r	336	4%
Disfunzioni apparecchiature	n_r	n_r	60	1%
Aspetti organizzativi	n_r	n_r	14	0%
TOTALE	6.763	100%	8061	100%

* Nel 2016 sono state considerate tutte le tipologie di contestazioni /reclami/ repliche/esposti/ricorsi/mediazioni), relative alla clientela in bonis.

FORNITORI**Numero di fornitori suddivisi per fatturato e tipologia di fornitura**

TIPOLOGIA	2015		2016	
	N. fornitori	Fatturato Mln	N. fornitori	Fatturato Mln
Spese immobiliari	2.438	195.871.068	2.305	173.989.111
Tecnologie	93	91.806.498	112	91.844.697
Altri Servizi	4.586	357.665.522	4.672	375.780.792
Altro	4.205	189.747.038	4.341	197.790.079
TOTALE	11322	835.090.126	11.430	839.404.678

Numero di fornitori suddivisi per area geografica

	2015		2016	
	N.	% sul totale	N.	% sul totale
Fornitori locali	9.488	98%	11.260	99%
Fornitori esteri	145	2%	170	1%
TOTALE	9.633	100%	11.430	100%

INDICATORI ECONOMICI

ARTIGIANCASSA

CLIENTI

Composizione della clientela



■ Pubblica amministrazione
■ Corporate e Grandi Clienti

Ripartizione geografica clientela
Corporate e Grandi Clienti

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	4	57%	3	14%
Nord-Est	2	29%	3	14%
Centro	4	57%	9	41%
Sud	7	100%	7	32%
TOTALE	17	243%	22	100%

Ripartizione geografica clientela
Pubblica Amministrazione

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	3	14%	3	14%
Nord-Est	3	14%	3	14%
Centro	9	41%	9	41%
Sud	7	32%	7	32%
TOTALE	22	100%	22	100%

FORNITORI

Numero di fornitori suddivisi per fatturato e tipologia di fornitura

TIPOLOGIA	2015		2016	
	N. fornitori	Fatturato Mln	N. fornitori	Fatturato Mln
Spese immobiliari	43	0,33	43	1,23
Tecnologie	19	0,26	19	1,52
Altri Servizi	142	5,33	144	5,42
TOTALE	204	5,92	206	8,17

Numero di fornitori suddivisi per area geografica

	2015		2016	
	N.	% sul totale	N.	% sul totale
Fornitori locali	203	99,5%	205	99,5%
Fornitori esteri	1	0,5%	1	0,5%
TOTALE	204	100%	206	100%

BNL FINANCE

CLIENTI

Composizione della clientela

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Individuals	121.111	100%	126.977	100%

CUSTOMER SATISFACTION

Customer satisfaction Retail

Tipologia di ricerca	Campione	Metodologia	Frequenza
CS Clienti BNL Finance	1000 interviste quote proporzionali per numerosità clienti finanziati dai singoli Agenti	Interviste telefoniche di durata media 7' verso Clienti contrattualizzati nei 4 mesi precedenti l'intervista; si escludono i clienti che non hanno dato il consenso privacy per interviste telefoniche	Quadrimestrale

CONTESTAZIONI

Ripartizione contestazioni per prodotto

	2015		2016*	
	N.	%	N.	%
Finanziamenti	388	100%	671	100%
TOTALE	388	100%	671	100%

*Nel 2016 sono state considerate tutte le tipologie di contestazioni (reclami/repliche/esposti/ricorsi/mediazioni), relative alla clientela in bonis.

Principali motivi di contestazione

	2015		2016*	
	N.	%	N.	%
Esecuzione operazioni	322	83%	614	92%
Comunicazione ed informazione al cliente	3	1%	5	1%
Applicazione delle condizioni	1	0%	3	0%
Anatocismo	2	1%	4	1%
Personale	0	0%	0	0%
Condizioni	12	3%	13	2%
Merito di credito	1	0%	2	0%
Altro	47	12%	30	4%
TOTALE	388	100%	671	100%

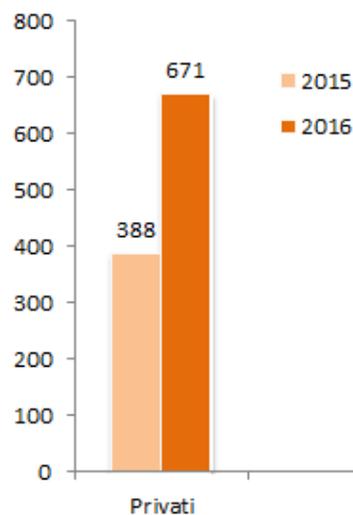
*Nel 2016 sono state considerate tutte le tipologie di contestazioni (reclami/repliche/esposti/ricorsi/mediazioni), relative alla clientela in bonis.

FORNITORI

Numero di fornitori suddivisi per fatturato e tipologia di fornitura

TIPOLOGIA	2015		2016	
	N. fornitori	Fatturato Min	N. fornitori	Fatturato Min
Spese Immobiliari	1	0,300	1	0,230
Tecnologie	19	0,700	16	1,600
Altri Servizi	93	4,100	107	5,300
Altro				
TOTALE	113	5,100	124	7,130

Ripartizione contestazioni* per area di business



*Nel 2016 sono state considerate tutte le tipologie di contestazioni (reclami/repliche/esposti/ricorsi/mediazioni), relative alla clientela in bonis.

Numero di fornitori suddivisi per area geografica

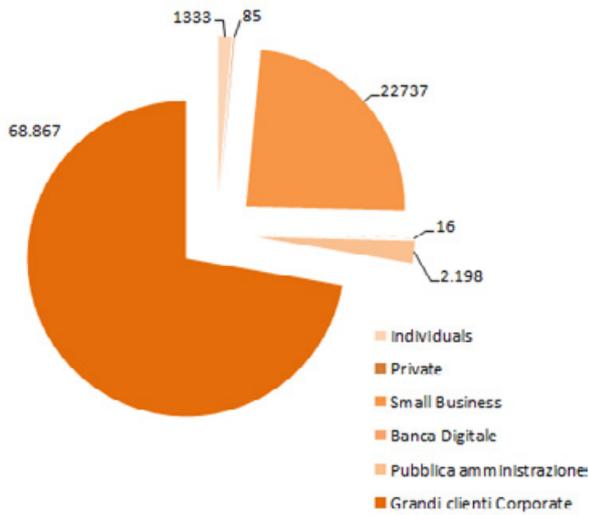
	2015		2016	
	N.	% sul totale	N.	% sul totale
Fornitori locali	113	100%	124	100%
Fornitori esteri	0	0%	0	0%
TOTALE	113	100%	124	100%

INDICATORI ECONOMICI

BNL POSITIVITY

CLIENTI

Composizione della clientela



Ripartizione geografica Clienti Corporate e grandi

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	51.093	92%	62.232	90%
Nord-Est	1.633	3%	1.967	3%
Centro	1.993	4%	3.048	4%
Sud	996	2%	1.620	2%
TOTALE	55.715	100%	68867	100%

Ripartizione geografica clientela Pubblica Amministrazione

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Nord-Ovest	337	17%	312	14%
Nord-Est	287	15%	290	13%
Centro	728	37%	936	43%
Sud	603	31%	660	30%
TOTALE	1.955	100%	2198	100%

CUSTOMER SATISFACTION

Customer satisfaction Retail

Clienti esterni Retail:

Tipologia di Ricerca	Campione	Metodologia	Frequenza
Customer satisfaction Servizio POS BNL POSitivity Benchmark	400 interviste	Interviste telefoniche (CATI)	Annuale

Clienti interni Retail:

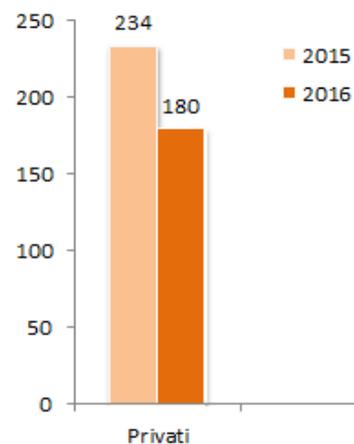
Tipologia di Ricerca	Campione	Metodologia	Frequenza
Customer satisfaction Servizio POS BNL POSitivity Benchmark	800 interviste	Interviste telefoniche (CATI)	Annuale

CONTESTAZIONI*

Principali motivi di contestazioni

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Esecuzione operazioni	19	8%	12	7%
Comunicazione ed informazione al cliente	68	29%	6	3%
Applicazione delle condizioni	97	41%	74	41%
Anatocismo	0	0%	0	0%
Personale	1	0%	2	1%
Condizioni	22	9%	18	10%
Merito di credito	0	0%	0	0%
Altro	27	12%	68	38%
TOTALE	234	100%	180	100%

Ripartizione contestazioni per area di business



Ripartizione contestazioni per prodotto

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Monetica	234	100%	180	100%
TOTALE	234	100%	180	100%

* Nel 2016 sono state considerate tutte le tipologie di contestazioni /reclami/ repliche/esposti/ricorsi/mediazioni), relative alla clientela in bonis.

INDICATORI COME DATORE DI LAVORO

BNL + BPI

COMPOSIZIONE ORGANICO

Quadro d'insieme composizione organico

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	7.452	56%	7.218	55%
Uomini Manager*	316	84%	315	85%
Uomini Part Time	82	1%	88	1%
Uomini assunti	148	43%	179	48%
Uomini Turnover		32%		55%
Uomini età media	50		51	
Donne	5.975	44%	5.826	45%
Donne Manager*	59	16%	55	15%
Donne Part Time	1133	8%	1103	8%
Donne assunte	194	57%	196	52%
Donne Turnover		55%		64%
Donne età media	45		46	
Totale**	13.427		13.044	
Totale Manager*	375		370	
Totale Part Time	1.215		1.191	
Totale assunti	342		375	
Totale Turnover	40%		60%	
Totale età media	48		49	

* Manager: Dirigenti e Top Manager

** Il personale comandato presso le controllate consolidate è conteggiato nella società distaccante

Personale diversamente abile*

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	370	4,97%	361	5,00%
Donne	265	4,44%	275	4,72%
Totale	635	4,73%	636	4,88%

* Sono esclusi dal conteggio orfani, vedove e profughi. Il dato del 2015 è stato ricalcolato escludendo 14 profughi e nel 2016 18 profughi.

Ripartizione del personale per anzianità di servizio e genere

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
0-10 anni	2.344	2103	2.567	2238	4.911	4341
11-20 anni	1.289	1471	1.272	1532	2.561	3003
21-30 anni	1.286	1112	937	826	2.223	1938
>30 anni	2.533	2532	1.199	1230	3.732	3762
Totale	7.452	7.218	5.975	5.826	13.427	13.044

Ripartizione del personale per titolo di studio e genere

	UOMINI		DONNE	
	2015	2016	2015	2016
Totale post laurea	92	99	113	118
Laurea specialistica	2.938	2897	2.735	2698
Laurea triennale	142	142	214	212
Diploma	3.574	3411	2.607	2518
Licenza media inferiore	698	661	305	279
Altro	8	8	1	1
Totale	7.452	7.218	5.975	5.826

Ripartizione del personale per inquadramento, età e genere

	2016		<30		30-50		>50		Totale
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	
Uomini	77	1%	3084	43%	4057	56%	7218		
Top Manager*		0%	4	31%	9	69%	13		
Dirigenti		0%	124	41%	178	59%	302		
Quadri	1	0%	1.711	43%	2.232	57%	3.944		
Aree Professionali	76	3%	1.245	42%	1.638	55%	2.959		
Donne	148	3%	3676	63%	2002	34%	5826		
Top Manager*		0%	3	100%	0%	0%	3		
Dirigenti		0%	29	56%	23	44%	52		
Quadri	1	0%	1.196	58%	850	42%	2.047		
Aree Professionali	147	4%	2.448	66%	1.129	30%	3.724		
TOTALE	225	2%	6760	52%	6059	46%	13044		

*Top Manager: rientrano i partecipanti al Comitato di Direzione e l'AD

Numero totale di dipendenti* suddiviso per tipologia professionale, contrattuale e genere

	UOMINI			DONNE			TOTALE
	Full Time	Part Time	Tot. Uomini	Full Time	Part Time	Tot. Donne	
Tempo indeterminato	7.257	82	7.339	4.637	1.133	5.770	13.109
Tempo determinato	6974	87	7061	4457	1102	5559	12.620
Apprendistato	55	55	110	89	89	178	144
Contratto Inserimento	53	53	106	67	67	134	120
Collaboratori**	58	58	116	116	116	232	174
Totale 2015***	12	12	24	34	34	68	46
Totale 2016	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
Totale 2015***	91	1	92	165	1	166	258
Totale 2016	108	0	108	60	0	60	168
Totale 2015***	83	0	83	55	0	55	138
Totale 2016	7.478	82	7.560	4.842	1.133	6.035	13.595
Totale 2016	7213	88	7301	4778	1103	5881	13182

*Per dipendenti si intende il personale + i collaboratori.

**Collaboratori: contratto di somministrazione, a progetto, Stage e rapporti di agenzia, Rappresentanza commerciale (Promotori)

***Il dato 2015 è stato ricalcolato includendo nei collaboratori i promotori esterni.

Ripartizione del personale per genere e area geografica

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Nord-Ovest	1.406	1376	1.276	1252	2.682	2628
Nord-Est	1.046	866	822	716	1.868	1582
Centro	3.754	3433	3.021	2759	6.775	6192
Sud	1.246	1525	856	1089	2.102	2614
TOTALE	7.452	7.200	5.975	5.816	13.427	13016

Il numero del personale nel 2016 è minore del totale delle altre tabelle in quanto 28 persone c/o sedi estere

Distribuzione dei neolaureati inseriti per funzione e disciplina di studi per anzianità di servizio e genere

Area Aziendale	Discipline economico-giuridiche		Discipline Umanistiche		Ingegneria		Discipline Scientifiche		Totale	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Amm. Finanza e Controllo	7	2	2	1	1				10	3
Legale	1	1							1	1
Marketing	18				3				21	0
Risorse Umane	1	4	1	6		1		1	2	12
Sistemi Informativi	3	6	1	3	3	14		3	7	23
Vendite	78	155	2	9	6	2			86	166
Altro/Organizzazione e Compliance	21	18		3	3	9		10	24	40
Rischi										
Totale	129	186	6	19	16	26	0	14	151	245

ASSENTEISMO

Tasso medio d'infortunio e indice di gravità

	2015	2016
Tasso di infortunio*	1,36%	2,21%
Indice di gravità**	0,12%	0,15%
Totale infortuni	200	215

*Rapporto tra il numero di infortuni registrati nell'anno e il totale delle ore lavorate nell'anno

**Rapporto tra il totale dei giorni di lavoro persi a causa di infortunio e il totale delle ore lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000

INCIDENTI MORTALI 2015 E 2016 PARI A ZERO

Tasso assenteismo, malattia, micro-malattia

	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Tasso di assenteismo(%) 2016	2,01%	2,44%	2,13%	2,58%	2,36%	2,82%	2,72%	2,14%
Tasso di assenteismo(%) 2015	2,09%	2,54%	2,59%	2,94%	2,57%	3,14%	2,65%	2,69%
Tasso di malattia (frequenza) 2016	1,54%	2,06%	0,86%	1,08%	5,39%	5,95%	1,90%	1,80%
Tasso di malattia (frequenza) 2015	1,52%	2,01%	0,88%	1,01%	5,69%	6,21%	1,65%	1,51%
Tasso di micro-malattia(%) 2016	0,77%	1,17%	0,69%	1,00%	1,08%	1,52%	1,03%	1,45%
Tasso di micro-malattia(%) 2015	0,60%	0,90%	0,53%	0,76%	0,85%	1,21%	0,77%	1,07%

FORMAZIONE

Ore medie di formazione procapite per categoria professionale e genere

	2015		2016	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Dirigenti	25	28	27	32
Quadri	31	33	38	40
Aree Professionali	27	36	35	45
Totale	29	35	37	44
Media totale	32		40	

VALUTAZIONE

Numero e percentuale dei dipendenti che hanno ricevuto una valutazione formale delle proprie performance, rispetto al totale per inquadramento*

	2016	
	N.	%
Dirigenti	322	91%
Quadri	5.777	96%
Aree Professionali	6.326	95%
Totale	12425	95%

*289 persone non valutabili (contratti a tempo determinato, assenze, malattie, distacco, ecc)

RETRIBUZIONE

Salario lordo*

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Donne/Uomini	Uomini	Donne	Donne/Uomini
Dirigenti**	129.020	120.703	94%	135.033	122.242	91%
Quadri	60.529	52.511	87%	60.883	52.780	87%
Aree Professionali	38.205	34.356	90%	38.438	34.810	91%

* Importo annuale lordo fisso, pagato al dipendente sulla base della propria mansione o per incarichi specifici.

** Con i Dirigenti è stata inclusa la categoria Top Manager, AD escluso

Giorni di assenza scomposti per motivazione (dipendenti e collaboratori)

	2015							
	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia	9633	11350	7092	6808	34160	34142	10715	7825
Infortunio	395	199	1564	571	367	143	1310	459
Totale	10028	11549	8656	7379	34527	34284	12025	8284

	2016							
	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia	9636	11548	6015	6579	31236	32053	12881	8556
Infortunio	394	371	338	254	1505	1516	497	387
Totale	10030	11919	6353	6832	32741	33569	13378	8943

Ritorno al lavoro dopo il congedo parentale per genere

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Totale Gruppo	Uomini	Donne	Totale Gruppo
N. dipendenti che godevano del diritto al congedo parentale	2356	2220	4576	1992	2115	4107
N. dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	61	726	787	70	744	814
N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo	43	431	474	66	631	697
N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo e che erano ancora impiegati 12 mesi dopo il loro ritorno	42	555	597	65	624	689

Per conteggio del N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo, BNL ha effettuato l'estrazione a 1 mese di distanza dal termine del congedo stesso, tenendo in considerazione lo stato attivo del dipendente (a prescindere dal fatto che il dipendente abbia richiesto nello stesso periodo ferie, banca ore, aspettativa, ecc.)

% di formazione per tipologia

	Aula	Training on the job	E-learning	Virtual Room
2016	38%	5%	56%	1%

Numero e percentuale di promozioni scomposto per genere

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	551	42%	553	43%
Donne	752	58%	745	57%
Totale	1303		1298	

Retribuzione complessiva**

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Donne/Uomini	Uomini	Donne	Donne/Uomini
Dirigenti***	162.375	149.912	92%	160.113	143.319	90%
Quadri	62.978	54.587	87%	63.507	54.940	87%
Aree Professionali	38.498	34.682	90%	38.764	35.219	91%

** Salario lordo al quale vengono aggiunti importi variabili annualmente, ad esempio bonus in denaro ed azioni disponibili legati alla performance individuale e/o alla produttività aziendale e tutti gli elementi addizionali al salario aventi carattere di non estemporaneità.

*** Con i Dirigenti è stata inclusa la categoria Top Manager, AD escluso

Il rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative rispetta la disposizione normativa in materia.

INDICATORI COME DATORE DI LAVORO

ARTIGIANCASSA

COMPOSIZIONE ORGANICO

Quadro d'insieme composizione organico

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	70	64%	67	62%
Uomini Manager*	2	100%	1	100%
Uomini Part Time	0		0	
Uomini assunti	8	50%	3	27%
Uomini Turnover		267%		50%
Donne	39	36%	41	38%
Donne Manager*	0		0	
Donne Part Time	6	6%	7	6%
Donne assunte	8	50%	8	73%
Donne Turnover		400%		133%
Totale	109		108	
Totale Manager*	2		1	
Totale Part Time	6		7	
Totale assunti	16		11	
Totale Turnover	320%		92%	

* Manager: Dirigenti e Top Manager

Personale diversamente abile

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	4	5,71%	4	5,97%
Donne	2	5,13%	4	9,76%
Totale	6	5,50%	8	7,41%

Ripartizione del personale per inquadramento, età e genere

2016	<30		30-50		>50		Totale
	N.	%	N.	%	N.	%	
Uomini	4	6%	18	27%	45	67%	67
Dirigenti					1	100%	1
Quadri			10	25%	30	75%	40
Aree Professionali	4	15%	8	31%	14	54%	26
Donne	13	32%	10	24%	18	44%	41
Dirigenti							0
Quadri			3	19%	13	81%	16
Aree Professionali	13	52%	7	28%	5	20%	25
TOTALE	17	16%	28	26%	63	58%	108

Numero totale di dipendenti* suddiviso per tipologia professionale, contrattuale e genere

	UOMINI			DONNE			TOTALE
	Full Time	Part Time	Tot. Uomini	Full Time	Part Time	Tot. Donne	
Tempo indeterminato	62		62	26	6	32	94
Tempo determinato	67		67	31	7	38	105
Apprendistato	5		5	3		3	8
Contratto Inserimento			0	3		3	3
Collaboratori**			0			0	0
	3		3	4		4	7
			0			0	0
	5		5	1		1	6
	3		3	2		2	5
TOTALE 2015	75	0	75	34	6	40	115
TOTALE 2016	70	0	70	36	7	43	113

*Per dipendenti si intende il personale + i collaboratori.

**Contratto di somministrazione, Contratto a progetto, Stage e rapporti di agenzia, Rappresentanza commerciale (Promotori)

Ripartizione del personale per anzianità di servizio e genere

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
0-10 anni	14	12	10	14	24	26
11-20 anni	11	11	6	6	17	17
21-30 anni	9	9	7	6	16	15
>30 anni	36	35	16	15	52	50
Totale	70	67	39	41	109	108

Ripartizione del personale per genere e area geografica

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Nord-Ovest	9	9	4	4	13	13
Nord Est	7	7	1	1	8	8
Centro	42	39	31	33	73	72
Sud	12	12	3	3	15	15
TOTALE	70	67	39	41	109	108

Ripartizione del personale per titolo di studio e genere

	UOMINI		DONNE	
	2015	2016	2015	2016
Titolo post laurea				
Laurea specialistica	30	28	19	23
Laurea triennale				
Diploma	36	35	16	15
Licenza media inferiore	4	4	4	3
Altro				
Totale	70	67	39	41

Distribuzione dei neolaureati inseriti per funzione e disciplina di studi per anzianità di servizio e genere

Area Aziendale	Discipline economico-giuridiche		Discipline Scientifiche		Totale	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Marketing	15			9	15	9
Risorse Umane				1	0	1
Altro/Organizzazioni, Compliance, Rischi	1			1	1	1
Totale	16	0	0	11	16	11

ASSENTEISMO

Tasso assenteismo, malattia, micro-malattia

	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Tasso di assenteismo(%) 2016	1,10%	4,07%	0,11%	6,35%	4,19%	2,36%	2,46%	14,29%
Tasso di assenteismo(%) 2015	2,87%	2%	1%	7,49%	2,04%	5,08%	2,70%	2,51%

Giorni di assenza scomposti per motivazione (dipendenti e collaboratori)

	2015							
	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia	9	4	4	1	47	31	10	3
Infortunio								
Totale	9	4	4	1	47	31	10	3

	2016							
	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia	25	41	2	16	432	183	62	108
Infortunio								
Totale	25	41	2	16	432	183	62	108

FORMAZIONE

Ore medie di formazione procapite per categoria professionale e genere

	2015		2016	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Dirigenti	10	0	13	0
Quadri	10	12	15	16
Aree Professionali	10	10	20	32
Totale	10	11	17	26
Media totale	10		20	

RETRIBUZIONE

Salario lordo*

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Donne/ Uomini	Uomini	Donne	Donne/ Uomini
Dirigenti	98.206		0%	107.411		0%
Quadri	59.606	50.149	84%	59.229	50.701	86%
Aree Professionali	36.707	36.707	100%	35.818	31.296	87%

* Importo annuale lordo fisso, pagato al dipendente sulla base della propria mansione o per incarichi specifici.

Numero e percentuale di promozioni scomposto per genere

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	5	50%	3	100%
Donne	5	50%	0	0%
Totale	10		3	

Ritorno al lavoro dopo il congedo parentale per genere

	2016		Totale Gruppo
	Uomini	Donne	
N. dipendenti che godevano del diritto al congedo parentale	0	3	3
N. dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	0	3	3
N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo	0	3	3
N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo e che erano ancora impiegati 12 mesi dopo il loro ritorno	0	3	3

Tasso medio d'infortunio e indice di gravità

INFORTUNI 2015 E 2016 PARI A ZERO.**INCIDENTI MORTALI 2015 E 2016 PARI A ZERO.****VALUTAZIONE**

Numero e percentuale dei dipendenti che hanno ricevuto una valutazione formale delle proprie performance, rispetto al totale per inquadramento

	2016	
	N.	%
Dirigenti	1	100%
Quadri	55	98%
Aree Professionali	46	90%
Totale	102	94%

Retribuzione complessiva**

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Donne/ Uomini	Uomini	Donne	Donne/ Uomini
Dirigenti	105.166		0%	115.559		0%
Quadri	65.983	51.491	78%	65.060	50.627	78%
Aree Professionali	39.657	34.374	87%	39.292	31.751	81%

** Salario lordo al quale vengono aggiunti importi variabili annualmente, ad esempio bonus in denaro ed azioni disponibili legati alla performance individuale e/o alla produttività aziendale e tutti gli elementi aggiuntivi al salario aventi carattere di non estemporaneità.

Il rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative rispetta la disposizione normativa in materia.

INDICATORI COME DATORE DI LAVORO

BNL FINANCE

COMPOSIZIONE ORGANICO

Quadro d'insieme composizione organico

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	22	41%	27	38%
Uomini Part Time	0		0	
Uomini assunti	5	42%	4	36%
Uomini Turnover		125%		100%
Donne	32	59%	44	62%
Donne Part Time	0		1	1%
Donne assunte	7	58%	7	64%
Donne Turnover		140%		700%
Totale	54		71	
Totale Part Time	0		1	
Totale assunti	12		11	
Totale Turnover	133%		275%	

Personale diversamente abile

IN BNL FINANCE NON È PRESENTE PERSONALE DIVERSAMENTE ABILE

Ripartizione del personale per anzianità di servizio e genere

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
0-10 anni	22	27	32	44	54	71
Totale	22	27	32	44	54	71

Ripartizione del personale per titolo di studio e genere

	UOMINI		DONNE	
	2015	2016	2015	2016
Titolo post laurea	2	2	3	3
Laurea specialistica	11	17	20	29
Laurea triennale	1	0	2	5
Diploma	8	8	7	7
Totale	22	27	32	44

Ripartizione del personale per inquadramento, età e genere

	2016		<30		30-50		>50		Totale
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	
Uomini	9	33%	18	67%					27
Quadri			6	100%					6
Aree Professionali	9	43%	12	57%					21
Donne	9	20%	35	80%					44
Quadri			8	100%					8
Aree Professionali	9	25%	27	75%					36
TOTALE	18	25%	53	75%					71

Numero totale di dipendenti* suddiviso per tipologia professionale, contrattuale e genere

	UOMINI			DONNE			TOTALE
	Full Time	Part Time	Tot. Uomini	Full Time	Part Time	Tot. Donne	
Tempo indeterminato	21	23	21	27	1	27	48
			23	35		36	59
			0			0	0
Tempo determinato	4	4	4	7		7	11
Apprendistato	1	1	1	5		5	6
			0	1		1	1
Contratto Inserimento			0			0	0
			0			0	0
Collaboratori**	59	62	59	35		35	94
			62	34		34	96
TOTALE 2015	81	0	81	67	0	67	148
TOTALE 2016	89	0	89	77	1	78	167

*Per dipendenti si intende il personale + i collaboratori.

**Contratto di somministrazione, Contratto a progetto, Stage e rapporti di agenzia, Rappresentanza commerciale (Promotori)

Ripartizione del personale per genere e area geografica

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Centro	22	27	32	44	54	71
TOTALE	22	27	32	44	54	71

Distribuzione dei neolaureati inseriti per funzione e disciplina di studi per anzianità di servizio e genere

Area Aziendale	Discipline economico-giuridiche		Ingegneria		Discipline Scientifiche		Totale	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Amm. Finanza e Controllo	1	1	0	0	0	0	1	1
Legale	0	1	0	0	0	0	0	1
Marketing	0	0	0	0	0	0	0	0
Risorse Umane	1	1	0	0	0	0	1	1
Sistemi Informativi	0	0	0	0	0	0	0	0
Vendite	0	4	0	0	0	1	0	5
Altro/Organizzazione, Compliance, Rischi	4	1	0	1	0	1	4	3
Totale	6	8	0	1	0	2	6	11

ASSENTEISMO

Tasso assenteismo, malattia, micro-malattia

	Centro	
	Uomini	Donne
Tasso di assenteismo(%) 2016	1,23%	2,14%
Tasso di assenteismo(%) 2015	1%	3%
Tasso di malattia (frequenza) 2016	2,00%	3,00%
Tasso di malattia (frequenza) 2015	1%	3%
Tasso di micro-malattia(%) 2016	0,51%	0,48%
Tasso di micro-malattia(%) 2015	1%	1%

Tasso medio d'infortunio e indice di gravità

INFORTUNI 2015 E 2016 PARI A ZERO.**INCIDENTI MORTALI 2015 E 2016 PARI A ZERO.****FORMAZIONE**

Ore medie di formazione procapite per categoria professionale e genere

	2015		2016	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Quadri	23	18	53	54
Aree Professionali	43	39	44	35
Totale	39	21	46	38
Media totale	29		41	

RETRIBUZIONE

Salario lordo*

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Donne/Uomini	Uomini	Donne	Donne/Uomini
Quadri	58.200	47.200	81%	49.155	47.900	97%
Aree Professionali	29.300	28.600	98%	30.900	30.500	99%

* Importo annuale lordo fisso, pagato al dipendente sulla base della propria mansione o per incarichi specifici.

Numero e percentuale di promozioni scomposto per genere

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	7	35%	4	31%
Donne	13	65%	9	69%
Totale	20		13	

Giorni di assenza scomposti per motivazione (dipendenti e collaboratori)

	2015		2016	
	Centro		Centro	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia	66	255	125	269
Infortunio	0	0	0	0
Totale	66	255	125	269

Ritorno al lavoro dopo il congedo parentale per genere

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Totale Gruppo	Uomini	Donne	Totale Gruppo
N. dipendenti che godevano del diritto al congedo parentale	0	8	8	8	10	18
N. dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	0	1	1	0	1	1
N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo	0	1	1	0	1	1
N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo e che erano ancora impiegati 12 mesi dopo il loro ritorno	0	1	1	0	1	1

VALUTAZIONE

Numero e percentuale dei dipendenti che hanno ricevuto una valutazione formale delle proprie performance, rispetto al totale per inquadramento

	2016	
	N.	%
Quadri	10	71%
Aree Professionali	34	60%
Totale	44	62%

Retribuzione complessiva**

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Donne/Uomini	Uomini	Donne	Donne/Uomini
Quadri	65.000	53.000	82%	44.598	48.011	108%
Aree Professionali	31.000	30.000	97%	29.271	29.272	100%

** Salario lordo al quale vengono aggiunti importi variabili annualmente, ad esempio bonus in denaro ed azioni disponibili legati alla performance individuale e/o alla produttività aziendale e tutti gli elementi addizionali al salario aventi carattere di non estemporaneità.

Il rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative rispetta la disposizione normativa in materia.

INDICATORI COME DATORE DI LAVORO

BNL POSITIVITY

COMPOSIZIONE ORGANICO

Quadro d'insieme composizione organico

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	32	58%	31	57%
Uomini Manager*	3	100%	3	100%
Uomini Part Time	0		0	
Uomini assunti	5	63%	4	33%
Uomini Turnover		167%		80%
Donne	23	42%	23	43%
Donne Manager*	0	0%	0	0%
Donne Part Time	0		0	
Donne assunte	3	38%	8	67%
Donne Turnover		100%		133%
Totale	55		54	
Totale Manager*	3		3	
Totale Part Time	0		0	
Totale assunti	8		12	
Totale Turnover	133%		109%	

*Manager: Dirigenti e Top Manager

Personale diversamente abile

IN BNL POSITIVITY NON È PRESENTE PERSONALE DIVERSAMENTE ABILE

Ripartizione del personale per anzianità di servizio e genere

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
	0-10 anni	32	31	23	23	55
Totale	32	31	23	23	55	54

Ripartizione del personale per titolo di studio e genere

	UOMINI		DONNE	
	2015	2016	2015	2016
Titolo post laurea	0	0	0	0
Laurea specialistica	16	16	19	20
Laurea triennale	2	2	0	0
Diploma	14	13	4	3
Totale	32	31	23	23

Ripartizione del personale per inquadramento, età e genere

2016	<30		30-50		>50		Totale
	N.	%	N.	%	N.	%	
Uomini	6	19%	17	55%	8	26%	31
Dirigenti					3	100%	3
Quadri			9	64%	5	36%	14
Aree Professionali	6	43%	8	57%			14
Donne	1	4%	20	87%	2	9%	23
Dirigenti							0
Quadri	1	9%	8	73%	2	18%	11
Aree Professionali			12	100%		0%	12
TOTALE	7	13%	37	69%	10	19%	54

Numero totale di dipendenti* suddiviso per tipologia professionale, contrattuale e genere

	UOMINI			DONNE			TOTALE
	Full Time	Part Time	Tot.	Full Time	Part Time	Tot.	
Tempo indeterminato	28		28	20		20	48
Tempo determinato	31		31	22		22	53
Apprendistato		0	0	1		1	1
Contratto Inserimento		0	0	1		1	1
Collaboratori**	3		3	2		2	5
		0	0		0	0	0
	1		1		0	0	1
		0	0		0	0	0
	10		10	6		6	16
	10		10	8		8	18
TOTALE 2015	42	0	42	29	0	29	71
TOTALE 2016	41	0	41	31	0	31	72

*Per dipendenti si intende il personale + i collaboratori.

**Contratto di somministrazione, Contratto a progetto, Stage e rapporti di agenzia, Rappresentanza commerciale (Promotori)

Ripartizione del personale per genere e area geografica

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Nord-Ovest	9	9	5	4	14	13
Nord-Est	0	0	1	1	1	1
Centro	22	21	17	18	39	39
Sud	1	1	0	0	1	1
TOTALE	32	31	23	23	55	54

Distribuzione dei neolaureati inseriti per funzione e disciplina di studi per anzianità di servizio e genere

Arca Aziendale	Discipline economico-giuridiche		Totale	
	2015	2016	2015	2016
Amm. Finanza e Controllo	1	0	1	0
Legale	0	0	0	0
Marketing	0	0	0	0
Risorse Umane	0	0	0	0
Informativi	0	1	0	1
Vendite	1	1	1	1
Altro Organizzazioni, Compliance, Rischi	2	0	2	0
Totale	4	2	4	2

ASSENTEISMO

Tasso assenteismo, malattia, micro-malattia

	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Tasso di assenteismo(%) 2016	0,26%	3,47%	-	0,00%	1,93%	1,98%	1,19%	-
Tasso di assenteismo(%) 2015	0,70%	0,70%	0,00%	4,30%	1,40%	1,70%	0,70%	0,00%
Tasso di malattia (frequenza) 2016	0,09%	2,78%	-	0,00%	1,57%	1,43%	0,79%	-
Tasso di malattia (frequenza) 2015	0,67%	0,72%	0,00%	4,35%	1,44%	1,71%	1,98%	
Tasso di micro-malattia(%) 2016	0,18%	0,69%	-	0,00%	0,36%	0,55%	0,40%	-
Tasso di micro-malattia(%) 2015	0,30%	0,20%	0,00%	0,40%	0,10%	0,50%	0,00%	0,00%

Tasso medio d'infortunio e indice di gravità

INFORTUNI 2015 E 2016 PARI A ZERO.**INCIDENTI MORTALI 2015 E 2016 PARI A ZERO.****FORMAZIONE**

Ore medie di formazione procapite per categoria professionale e genere

	2015		2016	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Dirigenti	15		39	
Quadri	18	14	67	76
Aree Professionali	15	16	61	33
Totale	16	15	61	54
Media totale	16		58	

RETRIBUZIONE

Salario lordo*

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Donne/Uomini	Uomini	Donne	Donne/Uomini
Dirigenti***	161.328		0%	161.328		0%
Quadri	58.200	47.200	81%	57.826	48.462	84%
Aree Professionali	29.300	28.600	98%	30.951	29.681	96%

* Importo annuale lordo fisso, pagato al dipendente sulla base della propria mansione o per incarichi specifici.

*** Con i Dirigenti è stata inclusa la categoria Top Manager

Numero e percentuale di promozioni scomposto per genere

	2015		2016	
	N.	%	N.	%
Uomini	4	40%	3	30%
Donne	6	60%	7	70%
Totale	10		10	

Giorni di assenza scomposti per motivazione (dipendenti e collaboratori)

	2015							
	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia Infortunio	18	11		11	95	91	5	
Totale	18	11	0	11	95	91	5	0
	2016							
	Nord - Ovest		Nord - Est		Centro		Sud	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Malattia Infortunio	6	35			102	90	3	
Totale	6	35	0	0	102	90	3	0

Ritorno al lavoro dopo il congedo parentale per genere

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Totale Gruppo	Uomini	Donne	Totale Gruppo
N. dipendenti che godevano del diritto al congedo parentale	1	1	2	3	2	5
N. dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	0	0	0	0	1	1
N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo	0	0	0	0	1	1
N. dipendenti tornati a lavoro alla conclusione del congedo e che erano ancora impiegati 12 mesi dopo il loro ritorno	0	0	0	0	1	1

VALUTAZIONE

Numero e percentuale dei dipendenti che hanno ricevuto una valutazione formale delle proprie performance, rispetto al totale per inquadramento

	2016	
	N.	%
Dirigenti	2	67%
Quadri	25	100%
Aree Professionali	23	88%
Totale	50	93%

Retribuzione complessiva**

	2015			2016		
	Uomini	Donne	Donne/Uomini	Uomini	Donne	Donne/Uomini
Dirigenti***	199.999		0%	200.272		0%
Quadri	65.000	53.000	82%	65.567	55.886	85%
Aree Professionali	31.000	30.000	97%	33.350	32.213	97%

** Salario lordo al quale vengono aggiunti importi variabili annualmente, ad esempio bonus in denaro ed azioni disponibili legati alla performance individuale e/o alla produttività aziendale e tutti gli elementi addizionali al salario aventi carattere di non estemporaneità.

*** Con i Dirigenti è stata inclusa la categoria Top Manager

Il rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative rispetta la disposizione normativa in materia.

INDICATORI AMBIENTALI

Le sedi operative delle società del Gruppo BNL sono allocate all'interno degli stabili BNL per questo i dati sulle emissioni sono rappresentativi di tutto il Gruppo BNL, mentre vengono riportati i dati delle singole società per i consumi diretti di carta e toner in quanto hanno dei contratti indipendenti con i propri fornitori.

EMISSIONI

Consumi energetici per tipologia di fonte*

	2015	2016	Variazione %
Totale Energia consumata (KWh)	141.564.943	136.574.466	-4%
Totale Energia rinnovabile consumata (KWh)	76.646.095	77.589.549	1%
Energia rinnovabile acquistata con Certificati Verdi (KWh)	75.975.670	75.904.323	0%
Energia elettrica autoprodotta e direttamente consumata (KWh)	1.299.144	1.149.989	-11%
Energia elettrica autoprodotta e venduta alla rete (KWh)	220.595	2.495.964	1031%
Consumo di gas naturale per riscaldamento (KWh)	21.370.440	20.652.091	-3%
Consumo di gas naturale per cogenerazione (KWh)	38.657.267	36.912.213	-5%

* I valori riportati nella tabella sono riferiti al periodo 1/10/2015-30/09/2016. Fonte: Bilancio Gruppo BNP Paribas, Tool Enablon. Dati certificati da PWC.

Emissioni dei principali combustibili usati per il riscaldamento**

CONSUMI	2015	2016	Variazione %
CO2 da Gasolio (t)	651,2*	593	-9%
CH4 da Gasolio (t)	0,06*	0,0555	-8%
N2O da Gasolio (t)	0,02*	0,0158	-21%
CO2 da Gas Naturale per riscaldamento (t)	4.308	4.210	-2%
CH4 da Gas Naturale per riscaldamento (t)	0,20	0,1924	-4%
N2O da Gas Naturale per riscaldamento (t)	0,08	0,0770	-4%
CO2 da Gas Naturale per trigenerazione (t)	7.876,00	7.146	-9%
CH4 da Gas Naturale per trigenerazione (t)	0,36	0,3265	-9%
N2O da Gas Naturale per trigenerazione (t)	0,14	0,1306	-7%

* Valore che comprende riscaldamento e in una piccola parte i gruppi elettrogeni.

** I valori riportati nella tabella sopra riportata sono riferiti al periodo gennaio-dicembre 2016 e sono rendicontati secondo le linee guida del Global Reporting Initiative (GRI-G4)

Emissioni totali dirette di Gas Serra e CO₂*

	2015	2016	Variazione %
Emissioni tot. Dirette di Gas ad effetto serra (t eq CO ₂)	46.769	41.911	-10%
Emissioni Gas ad effetto serra per dipendente (tonn. Eq CO ₂ /FTE)	3,64	3,29	-9%

* I valori riportati nella tabella sono riferiti al periodo 1/10/2015-30/09/2016. Fonte: Bilancio Gruppo BNP Paribas, Tool Enablon. Dati certificati da PWC.

VIAGGI

BNL + BPI

KM percorsi*

	2015	2016	Variazione %
Treno (km)	11.271.107	11.563.753	3%
Aereo (km)	9.541.640	8.348.760	-13%
Automobile (km)	14.245.774	14.043.130	-1%
Totale	35.058.521	33.955.643	-3%

	2015	2016	Variazione %
Totale Km percorsi/FTE	2.726	2.667	-2%

* I valori riportati nella tabella sono riferiti al periodo 1/10/2015-30/09/2016. Fonte: Bilancio Gruppo BNP Paribas, Tool Enablon. Dati certificati da PWC.

CARTA

Consumi di carta totale

BNL + BPI*

	2015	2016	Variazione %
Carta totale (Kg)	1.376.000	1.336.000	-3%
Carta per dipendente (Kg)	107	105	-2%
% di cui carta responsabile (kg)	91%	91%	0%

* I valori riportati nella tabella sono riferiti al periodo 1/10/2015-30/09/2016. Fonte: Bilancio Gruppo BNP Paribas, Tool Enablon. Dati certificati da PWC. Carta responsabile: riciclata + fonti responsabili (PEFC/FSC)

ARTIGIANCASSA**

	2015	2016	Variazione %
Carta totale (Kg)	5.300	7.636	44%
Carta per dipendente (Kg)	44	59	
Carta PEFC (Kg)		7.636	
Carta PEFC (% sul totale)		100%	

BNL FINANCE**

	2015	2016	Variazione %
Carta totale (Kg)	540	1.080	100%
Carta per dipendente (Kg)	10,00	15,21	

BNL POSITIVITY**

	2016
Carta totale (Kg)	1193
Carta per dipendente (Kg)	18
Carta PEFC (Kg)	1193
Carta PEFC (% sul totale)	100%

** I valori riportati nelle tabelle sopra riportata sono riferiti al periodo gennaio-dicembre 2016 e sono rendicontati secondo le linee guida del Global Reporting Initiative (GRI-G4)

MATERIE PRIME UTILIZZATE**

** I valori riportati nella tabelle seguenti sono riferiti al periodo gennaio-dicembre 2016 e sono rendicontati secondo le linee guida del Global Reporting Initiative (GRI-G4)

BNL + BPI

Consumi di toner*

	2015	2016	Variazione
Q.tà totale toner (Kg)	12.191	9.632	-21%
Q.tà toner per dipendente (kg)	0,91	0,74	-19%
Q.tà toner utilizzati dagli outsourcer (Kg)	9.069	8.351	-8%

*La riduzione fa riferimento ai minori consumi dovuti a monitoraggio della spesa, campagne di GREEN PRINTING tramite canali di comunicazione interna, sostituzione di stampanti individuali con multifunzioni in uso condiviso

Consumi di toner rigenerati*

	2015	2016	Variazione
Quantità toner rigenerati acquistati(kg)	7.557	3.798	-50%
Q.tà toner rigenerati per dipendente (Kg)	0,56	0,29	48%
%sul totale toner acquistati	61,99%	39%	-36%

*La riduzione dei consumi di toner rigenerati è dovuta alla sostituzione delle vecchie stampanti che utilizzavano toner rigenerati con il nuovo modello più efficiente e veloce il cui toner non è rigenerato

ARTIGIANCASSA*

Consumi di toner

	2015	2016	Variazione %
Q.tà totale toner (Kg)	6	150	144 2400%
Q.tà toner per dipendente (kg)	0,05	1,15	1,10 2200%

*I consumi di toner sono in aumento rispetto al 2015 in quanto non più in uso le cartucce

BNL FINANCE

Consumi di toner

	2015	2016	Variazione
Q.tà totale toner (Kg)	50	36	-39%
Q.tà toner per dipendente (kg)	0,63	0,40	-58%

PRODOTTI GREEN**BNL + BPI**

Acquisti prodotti green*

	2015	2016	Variazione%
Toner e altri prodotti informatici rigenerati (kg)	7.557	3.798	-50%
Cancelleria (kg)	99.202	73.257	-26%
Modulistica (kg)	36.084	28.637	-21%
Totale "GREEN"	142.843	105.692	26%

*I valori non includono la carta green

Percentuale di prodotti Green consumati

	2015	2016
Carta fotocopie green	98%	99%
Toner e altri prodotti informatici rigenerati	62%	39%

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

- ➔ **BNL**
- ➔ **CSR in BNL**
- ➔ **Rendicontazioni e bilanci di sostenibilità**

- ➔ **BNP Paribas in Italia**
- ➔ **BNP Paribas nel mondo**
- ➔ **CSR in BNP Paribas**
- ➔ **Bilanci di sostenibilità di gruppo**

per info: responsabilitasociale@bnlmail.com

Banca Nazionale del Lavoro SpA
Sede Legale e Direzione Generale
Via V. Veneto, 119 • 00187 Roma
bnl.it

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY



BNL

GRUPPO BNP PARIBAS

La banca
per un mondo
che cambia