MK

La rivista ABI di marketing e comunicazione in banca

ESTRATTO

L'evoluzione dell'informativa ESG: la sfida del dato

La misurazione degli impatti sociali

Tanti i volti dell'inclusione

Il questionario MiFID II e la raccolta delle preferenze di sostenibilità

L'ESG un fattore di trasformazione chiave per banche e clienti

Bimestrale - Anno XXXI - Nuova serie n. 2 marzo-aprile 2023 - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1 comma 1, DCB Roma - Contiene IP

n. 2 - 2023
Anno XXXI - Nuova serie

ABISERVIZI
BANCARIA EDITRICE

Sommario

MK
La rivista ABI di marketing e comunicazione in banca
Bimestrale
dell'Associazione Bancaria Italiana
Nuova serie di
Lettera Marketing ABI
Rivista fondata nel 1981
N. 2 marzo-aprile 2023

Direttore Giovanni Sabatini
Direttore Responsabile Nicola Forti
Redazione Maria Luisa Parenti, Daniela Vitolo.
mk@abi.it

Ufficio pubblicità
Tel. 06.6767.297

Ufficio abbonamenti
Tel. 06.6767.391-2-3-4-5
Fax 06.6767.397
e-mail: abbonamenti@bancariaeditrice.it

Abbonamento annuo online (con archivio dal 2008)
6 numeri: 60 euro
Prezzo per numero: 12 euro

Editing
Didot.it - Gruppo Doc Creativity
e-mail: info@didot.it
www.doccreativity.it

Foto
Copertina: Depositphotos
Interno: Depositphotos

Bancaria Editrice
ABIServizi S.p.A.
Piazza del Gesù, 49
00186 Roma
www.bancariaeditrice.it

Registrazione
Tribunale di Roma
n. 337 del 14/10/1981

ISSN 1594-4840 (print)
ISSN 2499-5894 (online)

ABISERVIZI BANCARIA EDITRICE

L'evoluzione dell'informativa ESG: la sfida del dato 4
Marco Carminati, Luca Saprio

La misurazione degli impatti sociali 14
Elisa Bottoni, Mauro Marsella

Tanti i volti dell'inclusione 20
Rossella Dituri

Il questionario MiFID II e la raccolta delle preferenze di sostenibilità 28
Angela Maria Bracci

L'ESG un fattore di trasformazione chiave per banche e clienti 36
Pasquale Ambrosio

Rubriche

Economia rigenerativa e circolare per innovare al fianco delle imprese 44
A cura di CRIF

COMITATO SCIENTIFICO

Sergio Cherubini *Università Tor Vergata di Roma*, Fausto Colombo *Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano*, Umberto Filotto *Università Tor Vergata di Roma*, Enrico Finzi *AstraRicerche*, Luciano Munari *già Università di Parma*, Federico Rajola *Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano*, Michelangelo Tagliaferri *Accademia di Comunicazione*, Enrico Valdani *Università L. Bocconi di Milano*

Tanti i volti dell'inclusione

Rossella Dituri, BPPB

Banca Popolare di Puglia e Basilicata radicata alle sue origini, ma con uno sguardo al futuro e all'innovazione, prosegue nel suo percorso di crescita economica, ambientale, sociale, fino a progetti di inclusione culturale.

Quest'anno celebriamo 140 anni di storia e davanti a noi, si apre una nuova era in cui transizione ecologica, innovazione digitale, inclusione sociale e cultura continuano ad essere i pilastri essenziali per la crescita della nostra banca.

Un anno di straordinario successo che ha nel cambiamento il suo valore più grande mantenendo alta la sua tradizione. Con il nuovo modo di pensare e fare banca, oggi siamo ancora più solidi, più vicini, più concreti.

Sostenibilità e inclusione, punti di forza del nuovo business aziendale

Negli ultimi anni c'è stata una vera e propria rivoluzione che ha cambiato radicalmente il mondo bancario.

Per far fronte alle nuove esigenze, abbiamo ridefinito le nostre strategie rafforzando la nostra storia e le pratiche virtuose già esistenti. Il settore fintech, protagonista del cambiamento, ha permesso di sfruttare al meglio le nuove tecnologie aiutando i clienti a raggiungere i loro obiettivi finanziari e di vita, dando il via a una maggiore personalizzazione dei prodotti, dei servizi e delle esperienze attraverso la customer experience, strumento inclusivo che permette di operare in maniera più sostenibile.

Sostenibilità e inclusione rappresentano, quindi, i punti di forza del nuovo modo di concepire il business aziendale, che pone un'attenzione particolare sulla centralità della persona, del suo valore e dei suoi bisogni.

Un'azione quotidiana improntata sulla lealtà ed equità, capace di garantire la crescita professionale e favorire un clima di lavoro basato sui principi di trasparenza e correttezza.

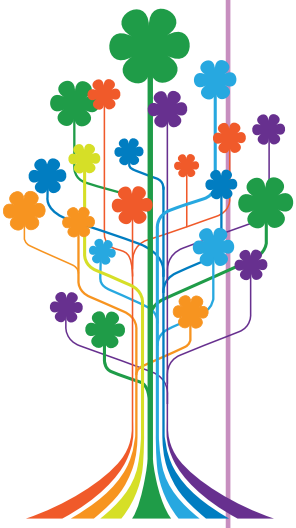
I **dipendenti** sono un anello di congiunzione con il **mondo esterno**, ambasciatori di progetti quali la **valorizzazione del talento femminile** o l'**inclusione delle disabilità**

Un focus sui bisogni del territorio

L'attenzione è anche puntata sui bisogni del territorio. Tutti i dipendenti sono un anello di congiunzione con il mondo esterno, sono in qualche modo ambasciatori dei diversi e tanti progetti che stiamo portando avanti: dalla valorizzazione del talento femminile fino alle iniziative dedicate alla inclusione delle disabilità.

A tal proposito, il nostro nuovo Piano Industriale contempla un pilastro importante sugli obiettivi ESG. Un percorso che si sta concretizzando in diverse forme, anche attraverso l'adesione alla Carta "Donne in Banca" e al Progetto "Diversity & Inclusion Finance", entrambi promossi dall'Associazione Bancaria Italiana con l'intento di accelerare il cambiamento culturale, che rappresenta una condizione essenziale per la crescita delle aziende. Non si può prescindere dall'attenzione alle singole persone e dalla valorizzazione delle diversità. A fronte di contesti lavorativi in continua evoluzione risulta fondamentale adeguare l'organizzazione e la cultura aziendale al fine di rendere il contesto lavorativo aperto a tutte le risorse. Buone pratiche in tal senso attraggono nuove risorse, clienti, istituzioni, facilitano processi innovativi e creativi, migliorando il clima interno e valorizzando il brand.

Per sensibilizzare l'importanza della salute femminile, continueremo a celebrare l'Ottobre Rosa con la Carovana di Komen Italia Onlus, iniziativa di grande valore sociale che offre esami diagnostici gratuiti alle socie e al tempo stesso promuove e incentiva le buone pratiche di prevenzione, attraverso l'adozione di uno stile di vita sano, una corretta alimentazione, una regolare pratica



dell'attività fisica, smettendo o limitando fumo e/o alcolici, piccole e semplici regole da seguire, in poche parole, salute, prevenzione, cura, ovunque.
Un altro aspetto importante è il miglioramento del clima aziendale e, in generale, il benessere di tutti i dipendenti. Lo scorso anno abbiamo infatti avviato un'analisi sul clima aziendale rivolta all'ascolto e al miglioramento continuo dell'ambiente di lavoro, proprio perché vogliamo creare un luogo sicuro, in cui non ci sia alcuna forma di discriminazione diretta o indiretta, superando ogni tipo di stereotipo.
Per sensibilizzare anche le generazioni future, collaboriamo, da tempo, con Feduf, Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio, e abbiamo realizzato diversi progetti di alfabetizzazione finanziaria in quanto, purtroppo, i giovani che vivono in Italia, e in particolar modo nel mezzogiorno, hanno un livello di competenza e conoscenza molto basso rispetto alla media europea.
Tra le varie tematiche, quali pagamenti digitali, la prevenzione dei giochi d'azzardo, la ludopatia, l'economia circolare, ultimamente, abbiamo trattato anche il programma "Abbasso gli Stereotipi!", un ciclo di incontri divertenti e istruttivi per stimolare una riflessione sulla parità di genere, anche tra i più piccoli.

Per sensibilizzare anche le **generazioni future**, la lunga collaborazione con **Feduf** ha permesso di realizzare diversi **progetti di alfabetizzazione finanziaria**

Un focus sui bisogni del territorio e sulle tematiche sociali

Importanti traguardi raggiunti anche in tema sociale grazie a un costante e prezioso lavoro realizzato in collaborazione con la Lega del Filo d'Oro, Onlus che si occupa dell'attività di riabilitazione, educazione, assistenza e reinserimento di persone con disabilità plurime, di tipo sensoriale, fisico e mentale, e l'Associazione H-BARI 2003, società primaria di basket in carrozzina.

Un percorso innovativo con l'arte

Con i riflettori puntati sempre sul green che permea le fondamenta e il nostro agire, abbiamo proseguito il percorso di ammodernamento degli ambienti con nuovi spazi e un nuovo layout per gli uffici della Direzione Generale, e per alcune dipendenze. Un nuovo concept più accogliente, moderno e funzionale, dotato di sistemi digitali avanzati e con l'esclusivo utilizzo di luci a led.

In questo contesto si inserisce l'arte che, da sempre, è un mezzo preferenziale per oltrepassare il velo di preconcetti ed esplorare l'ignoto. Non solo la pittura, ma l'arte in generale, ci permette di scoprire e aprirci ai tanti modi nei quali si possono esprimere le diversità. E quando l'inclusione passa dall'arte e dalla cultura, nascono progetti creativi e all'avanguardia.

Uno tra tutti, in particolare, Art Revolution, una mostra interattiva e itinerante di quadri parlanti, in cui arte e tecnologia si fondono, in un contesto insolito come quello bancario. Abbiamo, infatti, trasformato alcune filiali in aree espositive facendo "parlare" le opere d'arte con i visitatori.

Art Revolution, sviluppata in collaborazione con l'agenzia barese Cube Comunicazione, ha fatto tappa in cinque città: partendo da Chieti è giunta ad Altamura, Gravina in Puglia, Taranto e Bari. I quadri, di alcune tra le opere d'arte più famose del mondo, sono riprodotti su schermi ad alta risoluzione dotati di uno speciale software di realtà aumentata. Un vero e proprio viaggio, che inizia dal Rinascimento con Leonardo da Vinci e culmina con la Pop Art di Andy Warhol.

Nell'ultima giornata di esposizione abbiamo accolto nella filiale di Bari uno dei personaggi più amati dai bambini di tutto il mondo: Shrek, l'orco simbolo dell'inclusione e dell'amore oltre le apparenze. Il gigante buono della DreamWorks, ha trascorso una giornata per visitare la mostra insieme a tantissimi bambini.

Nella **mostra interattiva Art Revolution**, alcune tra le **opere d'arte più famose al mondo** sono riprodotte su **schermi ad alta risoluzione** dotati di uno speciale **software di realtà aumentata**

I protagonisti di Art Revolution

Più di 5.000 visitatori di cui oltre 100 scolaresche

Nascita di Venere	Botticelli
Monna Lisa	Leonardo Da Vinci
Bacco	Caravaggio
Autoritratto	Vincent Van Gogh
Un Bar aux Folies Bergere	Edouard Manet
L'urlo	Edvard Munch
Jeanne Hebouterne	Amedeo Modigliani
Ritratto di Adele Block Bauer	Gustav Klimt
American Gothic	Grant Wood
Four Marilyns	Andy Warhol

Un progetto ambizioso grazie al quale abbiamo ricevuto una menzione speciale nell'ambito del Premio ABI per l'innovazione nei servizi bancari edizione 2022, per aver incentivato l'arte e la cultura nei territori serviti con l'utilizzo di moderne tecnologie.

Un'iniziativa che si colloca nel più ampio progetto "PopolArte", nato nel 2018 da un'intuizione del Presidente Leonardo Patroni Griffi, che ha voluto che l'arte entrasse in banca promuovendo opere di artisti internazionali e locali. Un nuovo modo coinvolgente di fare comunicazione, un nuovo modo per contribuire alla qualità della vita del proprio territorio, che ha entusiasmato e stupisce ancora tutti coloro che entrano quotidianamente nelle nostre dipendenze. Si dà luce all'arte di un tempo che ha lasciato un segno nella storia, e alla nuova arte con opere di talenti nascosti anche all'interno della rete commerciale. Siamo certi che il più ampio progetto PopolArte continuerà a realizzare risultati per dare valore alla crescita di una comunità che si apre all'arte e alla bellezza.

Il progetto ha ricevuto una **menzione speciale** nell'ambito del **Premio ABI 2022**, per aver **incentivato l'arte e la cultura** nei territori serviti con l'**utilizzo di moderne tecnologie**

Komen

Nel 2022, per la prima volta, abbiamo celebrato l'Ottobre Rosa, il mese della Prevenzione del tumore al seno. Sostenendo la Carovana della Prevenzione, organizzata da Susan G. Komen Italia Onlus - Comitato Regionale Puglia, offrendo esami diagnostici gratuiti di senologia per le donne al di fuori della fascia di età prevista dallo screening regionale.

La Carovana della Prevenzione è il Programma Nazionale Itinerante di Promozione della Salute Femminile di Komen Italia che offre attività gratuite di sensibilizzazione e prevenzione delle principali patologie oncologiche di genere, grazie a Unità Mobili ad alta tecnologia.

Siamo orgogliosi di aver dato un **importante contributo** nella **lotta** e nella **prevenzione** del **tumore al seno**, aiutando le donne che hanno **meno opportunità di fare prevenzione**

Siamo orgogliosi di aver dato un importante contributo nella lotta e nella prevenzione del tumore al seno. Siamo una banca del territorio e soprattutto per il Territorio. Abbiamo voluto aiutare le donne che hanno meno opportunità di fare prevenzione, offrendo loro esami diagnostici spesso costosissimi. È un periodo in cui, purtroppo, sono sempre di più le donne che, anche a causa della pandemia, trascurano la prevenzione. Siamo, quindi, scesi in prima linea in maniera concreta per contribuire ad essere sempre più forti nella lotta contro i tumori.

Feduf

Dal 2014, promuoviamo con Feduf, la cultura finanziaria, per sviluppare competenze e accrescere maggiore consapevolezza nei giovani, attraverso iniziative, rivolte agli studenti degli istituti di ogni ordine e grado, sui principali temi dell'economia e della finanza, della sostenibilità economica, sociale e ambientale.

Costituita su iniziativa dell'Associazione Bancaria Italiana, FEduF si impegna a divulgare l'educazione finanziaria e la cittadinanza economica attraverso la creazione di contenuti originali, la realizzazione di strumenti innovativi, l'organizzazione di eventi e lo sviluppo di collaborazioni con le Istituzioni e il territorio.

Oltre 8.000 studenti coinvolti

FEduF Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio

Abbiamo anche celebrato l'Ottobre Edufin, dedicato all'Educazione Finanziaria promosso, in tutta Italia, con una serie di progetti di sensibilizzazione e sviluppo della cultura economica, assicurativa e previdenziale. Il contesto sociale nel quale viviamo è caratterizzato da una crescente attenzione su sostenibilità, economia circolare, parità di genere e pagamenti digitali: questi sono i leitmotiv di una nuova economia, possibile solo se alla transizione tecnologica si accompagna un profondo cambiamento culturale, che non può prescindere dalle nozioni base di economia e da un corretto approccio all'educazione finanziaria.

Dal **2014** promuoviamo la **cultura finanziaria** per sviluppare **competenze** e maggiore **consapevolezza nei giovani**, attraverso **iniziative** rivolte agli studenti degli **istituti di ogni ordine e grado**

Report PISA, OCSE maggio 2020: Il report ha indagato, tra le altre cose, le competenze finanziarie dei giovani (l'età degli intervistati è di 15 anni). Ebbene, l'Italia si colloca al 13° posto, su una lista di 20 Paesi (di cui 13 Ocse e 7 non-Ocse), per alfabetizzazione finanziaria dei suoi studenti della scuola secondaria con un punteggio medio di 476 contro una media Ocse di 505. Ma c'è anche un'altra evidenza preoccupante, e riguarda l'ultimo posto del nostro Paese sulla "esperienza finanziaria" quotidiana degli studenti che rileva il tasso più basso tra i Paesi analizzati sulla stessa lista di giovani che hanno "interesse a parlare di denaro", si tratta di una percentuale del 36,1 a fronte di una media Ocse del 51,5%. Un altro dato degno di nota riguarda il "gender-gap" delle competenze finanziarie: in media, i ragazzi hanno realizzato un 2% di punteggio in più rispetto alle ragazze, ma la forbice si allarga in Italia dove raggiunge una differenza del 15%. Diverso il risultato dal punto di vista delle differenze socio-economiche, in Italia lo scarto è del 7,9% a fronte di una media Ocse del 10,2%. Il risultato, in questo caso, è in parte spiegabile con una maggiore possibilità, per gli studenti di scuole o zone "svantaggiate" di incontrare "compiti o attività" che abbiano a che fare con il denaro rispetto alle controparti che frequentano scuole "avvantaggiate" (secondo quanto hanno indicato gli studenti stessi in riferimento ai 12 mesi precedenti all'indagine).

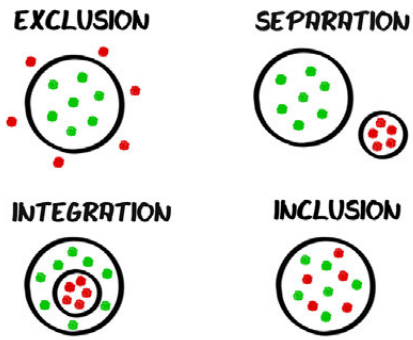
Sociale

Da oltre 10 anni siamo insieme alla Lega del Filo d'Oro, costituita nel 1964 e che ha come obiettivo principale la riabilitazione, educazione e assistenza delle persone sordocieche e pluriminorate psicosensoriali e che, dal 2008, opera anche in Puglia con un centro a Molfetta.

La mission dell'Ente è quella del reinserimento nella famiglia e nella società attraverso un impegno costante che ha come finalità il miglioramento della qualità della loro vita.

Nel 2011 abbiamo creato un conto corrente omonimo. Trimestralmente, sul costo delle operazioni eseguite e pagate dai titolari, devolviamo il 10% alla Lega del Filo D'oro.

Diversi i progetti che abbiamo sostenuto in favore dell'associazione: il completamento di una piscina con attrezzature per cure dell'idroterapia e la donazione di un pulmino per il trasporto dei disabili; l'apposizione sugli infissi di speciali pellicole adesive che limitano i disturbi visivi agli utenti ipovedenti, garantendo così una maggiore privacy e un notevole risparmio di energia; l'esecuzione di lavori di trivellazione e approvvigionamento idrico del centro con l'obiettivo di emungere l'acqua necessaria per la gestione della piscina e della zona verde; la realizzazione, del progetto "Spazio all'accoglienza" per i lavori di adeguamento e manutenzione straordinaria volti a rendere più fruibili gli spazi esterni del centro di Molfetta; il Progetto "aula polifunzionale" con la riqualificazione di uno spazio in una "aula delle arti", dove svolgere attività di teatroterapia, musicoterapia, danzaterapia, e con la dotazione di un sistema di amplificazione interna che consentirà di percepire le forti vibrazioni emesse e, quindi, sentire la musica. Ancora, l'adeguamento della sala mensa con uno spazio dedicato alle famiglie e attrezzato per ospitare e trascorrere intere giornate in compagnia dei loro figli; il Progetto: "Autonomia abitativa" – nato dalla necessità, causa pandemia, di suddividere in modo più netto il Servizio Residenziale e il Servizio Diurno, e rendere quindi "compartimentati" i due servizi in caso di necessità.



Da **oltre 10 anni** siamo insieme alla **Lega del Filo d'Oro**, che ha come obiettivi la **riabilitazione**, l'**educazione** e l'**assistenza** delle persone **sordocieche** e **pluriminorate psicosensoriali**

lega del filo d'oro

Rossella Dituri, Responsabile Comunicazione - BPPB