

Finanza. Nel 78% delle banche la Csr fa parte delle strategie

La trasparenza guadagna credito

Sara Dal Lago

Investimenti socialmente responsabili, trasparenza, rendiconto delle attività agli stakeholder, impegno per l'ambiente e la mobilità sostenibile, inclusione finanziaria e progetti di microcredito. Sono queste le azioni di Corporate social responsibility (Csr) che Abi, l'Associazione bancaria italiana, promuove affinché il business delle banche generi valore anche per soggetti che in essa hanno interesse: finanziatori, dipendenti, clienti,

GLI STRUMENTI

Sono stati sviluppati 29 fondi comuni retail di investimenti socialmente responsabili per un gestito di 3,16 miliardi di euro

IL MARCHIO

Il bollino Patti Chiari ulteriore garanzia nei rapporti istituti-clienti in materia di conti e per la documentazione

comunità locali, istituzioni, associazioni. L'81,4% degli istituti italiani partecipa al gruppo di lavoro interbancario costituito da Abi per il confronto sulla materia. Il 78% l'ha già inserita nei propri piani strategici.

Per le banche, la trasparenza degli investimenti è un punto irrinunciabile della Csr perché mette risparmiatori e finanziatori nella condizione di poter indirizzare i soldi verso aziende socialmente orientate, che soddisfano cioè alcuni requisiti - attenzione al benessere dei lavoratori, rispetto dell'ambiente, impegno sociale per il territorio di riferi-

mento - riconosciuti attraverso appositi certificati. Gli istituti italiani hanno sviluppato prodotti specifici a questo scopo come i fondi comuni retail di investimenti socialmente responsabili (Isr). Oggi in Italia sono attivi 29 fondi di questo tipo, per un ammontare gestito di circa 3,16 miliardi di euro, con una crescita del 23% nel 2007 rispetto al 2006.

Un ulteriore sforzo di chiarezza verso i correntisti - anche se nello specifico non rientra nelle strategie di Csr - è rappresentato dalle iniziative di alfabetizzazione finanziaria proposte da Abi ai clienti delle banche associate. Sono a disposizione, direttamente sul sito, chiarimenti sui mutui, o sulla riforma della previdenza complementare, o documenti come la guida al risparmio, per investire senza spiacevoli sorprese. C'è poi il marchio Patti Chiari: garanzia di trasparenza nel rapporto tra banca e cliente, grazie al quale è possibile confrontare e capire come funzionano i conti e gli strumenti finanziari più semplici.

Un altro atto di responsabilità delle banche nei confronti dei propri interlocutori è la pubblicazione annuale del bilancio sociale: una rendicontazione di ciò che è stato o meno realizzato rispetto agli impegni assunti con la comunità, soprattutto per quanto riguarda i temi socio-ambientali. Nel 2007 lo ha fatto l'81,8% degli istituti, grazie anche agli strumenti messi a disposizione da Abi: analisi, studi, consulenze e a una vasta rete di riferimento e sostegno. L'associazione infatti fa parte di alcuni circuiti europei come il Forum per la finanza sostenibile e l'Alleanza europea delle imprese per la Csr. Non solo: con il Wwf Abi sostiene un partnership per l'individuazione di modelli di sviluppo attenti all'am-

biente. Ha inoltre avviato lo studio di un programma di mobilità sostenibile per migliorare la qualità del territorio e della vita per i dipendenti delle banche interessate, attraverso una gestione oculata degli spostamenti casa-lavoro (si veda articolo accanto).

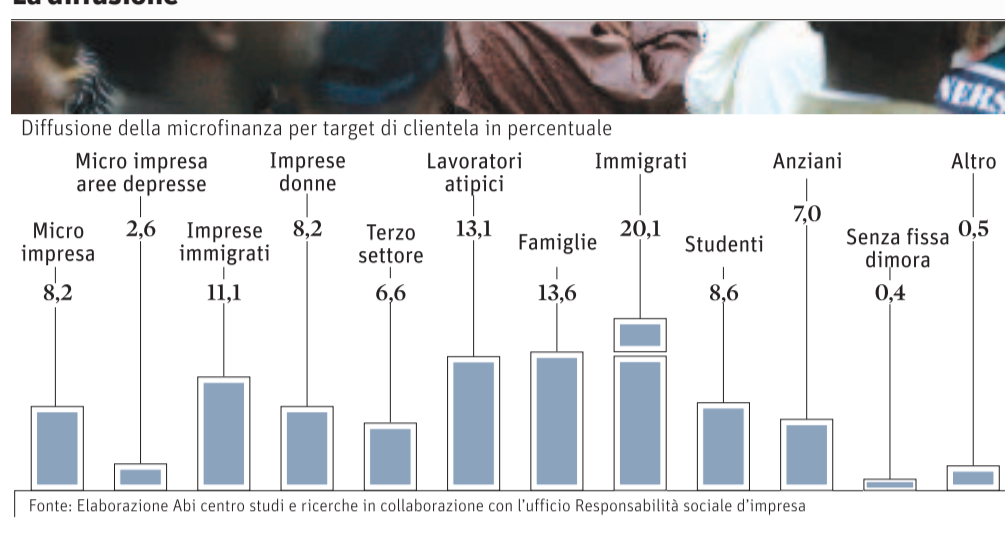
Per quanto riguarda l'inclusione finanziaria, attraverso il dialogo con alcuni interlocutori della società civile, le banche italiane sono riuscite a preparare strumenti adatti a includere nell'accesso ai servizi finanziari anche quelle fasce di popolazione che tradizionalmente non forniscono alte garanzie di solvibilità: precari, immigrati, soggetti del terzo settore, famiglie a basso reddito, micro imprese. Il 70% delle banche italiane offre servizi di microfinanza, soprattutto conti correnti e servizi di pagamento (49%), poi prodotti di credito (31%) e risparmio (20%). In Italia il 10% dei mutui erogati per l'acquisto della casa (350 mila euro su 35 milioni) fa ormai capo a immigrati, con il 36% degli enti eroganti che si avvale della collaborazione di associazioni del terzo settore e di organizzazioni dei lavoratori stranieri piuttosto che delle garanzie finanziarie classiche. Quasi il 70% degli immigrati ha un conto corrente per farsi versare lo stipendio, o ha una carta prepagata: due anni fa erano poco più di un milione (il 60% del totale delle persone provenienti da Paesi non Ocse), oggi sono 1,4 milioni, cioè il 67 per cento.

Per le banche l'incidenza della microfinanza sul totale dei ricavi provenienti dai servizi è risultata fino al 3%, ed è destinata ad aumentare di pari passo con la crescita e la diversificazione dell'offerta.

www.abi.it
www.pattichiari.it



La diffusione



INTERVISTA

Giuseppe Zadra

«Svolta per immigrati e micro-imprese»

«La microfinanza è entrata nei piani strategici delle banche», così Giuseppe Zadra, 67 anni, direttore generale di Abi, commenta il successo del metodo che, tarato su volumi di credito ridotti (non oltre 25 mila euro) e utilizzando supporti nella gestione del denaro, ha consentito l'accesso ai servizi finanziari a soggetti tradizionalmente esclusi: famiglie a basso reddito, micro imprese, lavoratori atipici, non profit, immigrati.

Quando c'è stata la svolta?
È iniziata nel 2005, con l'anno internazionale del microcredito.

Poi il fenomeno si è esteso, da noi e fuori. Dall'Italia partono campagne di vasta risonanza per l'Africa mentre il banchiere indiano Muhammad Yunus apre una sede nel Queens, zona povera di New York.

Gli immigrati sono i maggiori clienti. Ci sono prodotti ad hoc per loro?

Sì, ad esempio, le carte prepagate per l'invio di rimesse nei Paesi di provenienza. Ma il futuro è un'integrazione finanziaria senza sostanziali differenze tra i vari utenti.

Quale il ruolo degli stakeholder nella gestione della microfinanza?

Ci sono esperienze avanzate di collegamento e di ascolto dei portatori di interesse. Per quanto riguarda l'accesso al credito, il modello per risolvere il rischio di insolvenza è quello che vede, accanto alla banca o al fondo, la partecipazione di un'associazione del terzo settore che rappresenta chi chiede il fido. L'organizzazione si fa garante della capacità di rimborso del prestito e accompagna il cliente, che è suo associato, nelle procedure di richiesta del credito.

È un modello che funziona?

L'associazione affianca la banca nella valutazione dell'operazione e assiste chi chiede il credito. Così si fa un'istruttoria in meno tempo e in modo più efficace.

S.D.L.

L'Abi studia regole a misura di ambiente

Vademecum per la mobilità sostenibile

Alessandro Valdina

Avete mai pensato di andare in ufficio con uno scuolabus o una navetta aziendale? Oppure di condividere il tragitto con un compagno di turno che abita a 500 metri da voi? Potrebbe chiedervi di farlo la vostra azienda se decidesse di rivoluzionare il piano degli spostamenti casa-lavoro e rendere la riduzione delle emissioni di CO₂ uno degli obiettivi del bilancio sociale.

A fine gennaio, l'Abi ha promosso la pubblicazione di un vademecum per chiunque voglia rendere la propria azienda amobilità sostenibile. E parlando con chi lo sta scrivendo, si scopre che esistono attività che permetterebbero a molte società una riduzione delle emissioni senza grandi investimenti: si tratterebbe di collaborare con le aziende di trasporto pubblico per contrattare abbonamenti scontati per dipendenti e intervenire sui tragitti di autobus e tram quando il volume di passeggeri diventa importante; favorire il telelavoro; ridurre le trasferte interne e preferire le videoconferenze; stare attenti alle classi Euro quando si rinnova il parco auto.

Il manuale è stato costruito con Muoversi, società di consulenza fondata da Federico Isenburg, 29 anni e una laurea in Economia, e Federico Bianco, 27 anni e ingegnere gestionale. Nel 2006 è nata la loro avventura all'interno dell'acceleratore d'impresa del Politecnico di Milano e oggi lavorano per clienti quali Fiat, Banca Popolare di Milano e Allianz. «Entriamo in azienda, analizziamo la rete della mobilità (piano spostamenti casa-lavoro, gestione della flotta e business travel) e le riorganizziamo in modo integrato», spiega

Isenburg. Lo scopo è ottenere una riduzione dei costi della mobilità e più soddisfazione dei dipendenti, anche se all'inizio si incontra resistenza.

«La rivoluzione costa fatica - ammette Isenburg - Il car pooling per ottimizzare i trasferimenti casa-lavoro è possibile solo in società dove non ci sia orario flessibile e i dipendenti abbiano sincronismi quasi perfetti». Funzionerebbe bene in impianti come quello di Mirafiori, per il quale Muoversi ha

LE INIZIATIVE

Il gruppo Intesa Sanpaolo ha realizzato un piano di rottamazione delle auto dei dipendenti che integra i benefici governativi

analizzato i tragitti dei 17 mila addetti. Per realizzare questo cambio culturale, è necessario che il mobility manager lavori con la direzione generale e del personale, anche per superare prassi poco ecologiche diffuse nelle aziende, come per esempio, volare sulla tratta Roma-Milano, quando il treno è più veloce e conveniente», spiega Isenburg.

Si potrebbe seguire l'esempio di Banca Intesa Sanpaolo che ha realizzato un piano di rottamazione per le auto dei dipendenti per integrare gli incentivi governativi: a disposizione un breve catalogo di auto benzina Euro 5 a prezzi scontati, «acquistabili con un leasing ad alto valore residuo in modo da avvicinare l'acquisto al concetto di autonoleggio», ha detto Roberto Petrini, mobility manager del gruppo bancario.

www.muoversi.net

I nostri valori iniziano con la A.



Ascolto, Attenzione, Affidabilità. Questo è il Gruppo Autogrill.

A come ascolto delle esigenze dei consumatori, dei collaboratori e di tutti gli stakeholder. A come attenzione alle diversità culturali e normative nei Paesi in cui siamo presenti, senza dimenticare una politica di pari opportunità. A come affidabilità che nasce da una gestione efficace e dalla trasparenza dei comportamenti. A come Autogrill: un Gruppo che ha la sua forza nei suoi valori, da portare avanti e rispettare ogni giorno.

