

2001

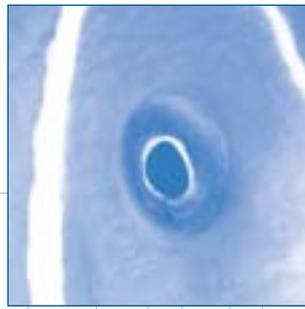


**BILANCIO DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE**



**Immagini di profondità marine evocano i sentimenti più sinceri. Lo sguardo volge dentro, alle sensibilità più vere. La vela di BNL respira l'aria e sfiora i mari infiniti, ma è nel silenzio delle acque blu e dei mondi sommersi che vive la nostra responsabilità più grande.**





I N D I C E

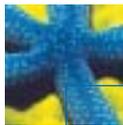
## BILANCIO DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE BNL SPA

al 31 dicembre 2001

---

|  |        |
|--|--------|
| LA RESPONSABILITÀ SOCIALE NELLE SCELTE OPERATIVE E STRATEGICHE           | PAG. 9 |
| TRASPARENZA E QUALITÀ DELL'IMPEGNO SOCIALE<br>PER COMPETERE CON SUCCESSO | » 10   |

---



### *Parte prima:* POLITICHE SOCIALI

13



#### CAPITOLO 1: I CLIENTI

|  |         |
|--|---------|
| 1. Customer care                               | Pag. 17 |
| 2. Codici di comportamento e di autodisciplina | » 24    |
| 3. Customer satisfaction                       | » 25    |

---



#### CAPITOLO 2: GLI INVESTITORI

|  |      |
|--|------|
| 1. Composizione del capitale sociale   | » 29 |
| 2. Assetto azionario   | » 29 |
| 3. Sindacato di voto   | » 30 |
| 4. Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze      | » 31 |
| 5. Il Codice di autodisciplina delle società quotate                             | » 32 |
| 6. Relazioni con gli investitori e importanza<br>della comunicazione finanziaria | » 33 |

---



# I N D I C E



## CAPITOLO 3: **IL BUSINESS**

|   |      |    |
|---|------|----|
| <b>1. Il Mezzogiorno</b>  | Pag. | 37 |
| <i>Storia sociale del business di BNL</i>                       | »    | 37 |
| <b>2. Piccole e medie imprese, artigianato e cooperative</b>    | »    | 39 |
| <b>3. Settore energetico, finanza locale e opere pubbliche</b>  | »    | 41 |
| <i>Storia sociale dell'intervento di BNL nella cooperazione</i> | »    | 42 |
| <b>4. Cinema</b>  | »    | 43 |
| <b>5. Policy sul commercio di armamenti</b>                     | »    | 47 |
| <i>Storia sociale dell'intervento di BNL nel cinema</i>         | »    | 47 |



## CAPITOLO 4: **LA COLLETTIVITÀ**

|   |   |    |
|---|---|----|
| <b>1. Sostenibilità</b>                                       | » | 51 |
| <b>2. Aiuti umanitari e sostegno al sociale</b>               | » | 52 |
| <i>Iniziative umanitarie di alcune aziende del Gruppo BNL</i> | » | 54 |
| <b>3. Sostegno alla cultura</b>                               | » | 56 |
| <i>Iniziative storiche di BNL nel campo culturale</i>         | » | 60 |
| <b>4. Sostegno allo sport</b>                                 | » | 61 |



## CAPITOLO 5: **IL PERSONALE**

|  |   |    |
|--|---|----|
| <b>1. Cura e sviluppo della professionalità</b>                            | » | 66 |
| <b>2. Una comunicazione per la diffusione di conoscenze e informazioni</b> | » | 67 |
| <i>Cenni storici sui rapporti con il personale</i>                         | » | 68 |
| <b>3. Attività di aggregazione sociale e facilitazioni al personale</b>    | » | 69 |



## CAPITOLO 6: **L'AMBIENTE, LA SICUREZZA E I RAPPORTI CON I FORNITORI**

|                    |   |    |
|--------------------|---|----|
| <b>1. Ambiente</b> | » | 73 |
|--------------------|---|----|



# I N D I C E

|  |      |    |
|--|------|----|
| 2. Sicurezza sul luogo di lavoro                         | Pag. | 74 |
| 3. Eliminazione delle barriere architettoniche           | »    | 76 |
| 4. Normativa antifumo                                    | »    | 76 |
| 5. Campagne sanitarie                                    | »    | 77 |
| 6. Politiche di mobilità casa-lavoro                     | »    | 78 |
| 7. Politiche di trasparenza nei rapporti con i fornitori | »    | 78 |



## *Parte seconda: OBIETTIVI E IMPEGNI PER IL 2002*

**81**



## *Parte terza: DATI DI BILANCIO*

**87**

|  |      |    |
|--|------|----|
| CAPITOLO 1: <b>DETERMINAZIONE E RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO</b> | Pag. | 89 |
|--|------|----|

### CAPITOLO 2: **I DATI STATISTICI**

|  |   |     |
|--|---|-----|
| 1. Struttura centrale, di rete e canali distributivi             | » | 92  |
| 2. Gli altri canali distributivi                                 | » | 97  |
| 3. Il canale Internet (e wireless banking)                       | » | 98  |
| 4. Impieghi e raccolta   | » | 99  |
| 5. Remunerazione del capitale investito e politica dei dividendi | » | 101 |
| 6. Risorse umane   | » | 104 |

|   |   |     |
|---|---|-----|
| <b>PARERE PROFESSIONALE SUL BILANCIO SOCIALE DI BNL SPA</b> | » | 110 |
|---|---|-----|





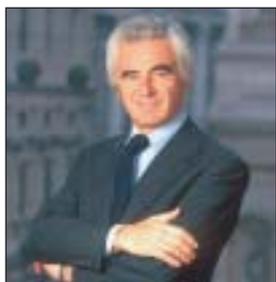
## La responsabilità sociale nelle scelte operative e strategiche

La globalizzazione va governata. Il 2001 ha dimostrato, drammaticamente, l'urgenza di innovazioni profonde nelle relazioni tra società, mercati e culture, per garantire la sostenibilità dello sviluppo. Ed è un compito cui le imprese sono chiamate a contribuire a fianco delle autorità sovranazionali, dei governi che lavorano per la pace e delle associazioni umanitarie. Il contributo delle imprese parte dalla presa di coscienza delle loro responsabilità nei confronti dei loro diretti stakeholder. I clienti, gli azionisti, il personale, le popolazioni che vivono nei territori dove esse operano chiedono trasparenza, qualità, riduzione delle disparità economiche, rispetto dell'ambiente, innovazione culturale, pari opportunità tra uomini e donne. E questi obiettivi si sono trasformati: da vincoli all'azione imprenditoriale, sono entrati a far parte integrante e costruttiva delle strategie aziendali.

Anche le imprese bancarie e finanziarie italiane, storico propellente dello sviluppo, hanno imboccato con decisione la strada del rinnovamento, partendo da una ridefinizione del loro rapporto con la clientela per riconoscerne il ruolo centrale nelle scelte operative e strategiche. In questo campo un contributo decisivo è venuto dall'innovazione tecnologica e dalla diffusione dell'utilizzo di Internet che ha moltiplicato i canali di collegamento con i clienti; conseguenza immediata, tangibile, è stata l'ampliamento nello spazio del dialogo tra le istituzioni finanziarie e la società.

L'arricchimento sociale e culturale che può derivare da questo nuovo quadro di mercato è vastissimo. Ma la tecnologia non è una soluzione, è solo un fattore abilitante. È un'opportunità che sarà colta costruttivamente solo dalle imprese che sapranno unire alla visione del futuro la consapevolezza della propria responsabilità. Questa consapevolezza è un elemento centrale dell'identità di BNL. Non è solo una scelta ma soprattutto un fatto semplice e reale. Perché le radici culturali della Banca sono nel suo ruolo storico di istituto di credito creato per essere utile alla società e recentemente trasformato in istituto appartenente alla società. Da Banca del Tesoro BNL è diventata la Banca del mercato, che è per la nostra azienda il territorio delle regole condivise, della trasparenza e della leale concorrenza. Questo primo Bilancio Sociale muove i suoi passi in questa direzione. BNL, attenta a quanto si chiede oggi alle imprese bancarie, intende crescere trascinando nello sviluppo, culturale e non solo economico, sociale e non solo finanziario, l'intera comunità di riferimento. BNL è pronta per questo a cogliere le sollecitazioni di quanti, azionisti, lavoratori, clienti e fornitori, si sentono coinvolti nel progetto di rendere la nostra impresa una banca fortemente incisiva nella realtà in cui opera.

*Presidente BNL*  
LUIGI ABETE



## Trasparenza e qualità dell'impegno sociale per competere con successo

Il compito di BNL è rispondere alla domanda del mercato. E il mercato non è un'astrazione: è fatto di persone, con esigenze, insieme, economiche, etiche, culturali, ambientali, sociali. Un'azienda che sappia tenere conto di tutte queste dimensioni catalizza consenso attorno a sé e si garantisce un futuro di prosperità. La trasparenza delle operazioni imprenditoriali, il coinvolgimento sociale, la qualità delle azioni di solidarietà, il rispetto dell'ambiente e delle relazioni umane sono parametri che contribuiscono in modo decisivo al giudizio sul successo delle aziende. Profitto, qualità del servizio, compatibilità ambientale, valorizzazione delle risorse umane, oggi, non sono più obiettivi alternativi. Sono parte di un unico obiettivo.

Da questo punto di vista, per BNL, il 2001 si è chiuso con un insieme di successi dei quali la Società può essere orgogliosa.

Avere posto al centro della nostra strategia il cliente in tutte le sue dimensioni, con la metafora della "Banca Cinque Stelle", ci ha condotto a portare a termine una serie di operazioni decisive. Abbiamo rilanciato il Customer care e instaurato la pratica di misurare il successo delle nostre attività anche con l'analisi della soddisfazione del cliente. Abbiamo aperto Call center tematici per l'informazione ai clienti, come quello, di successo, realizzato in occasione del passaggio all'euro. Abbiamo rafforzato i nuovi canali di relazione con i clienti, dal telefono a Internet. Abbiamo ripensato la gestione reclami, trasformandola in uno strumento per rafforzare la qualità della Banca.

Per i soci, abbiamo riformato la Corporate governance, per garantire la massima trasparenza e tutelare i diritti delle minoranze. Per la società italiana, abbiamo lavorato per lo sviluppo del Mezzogiorno, finanziando alcuni settori chiave come l'agroalimentare, l'high-tech, l'energia e il turismo. Abbiamo proseguito il nostro impegno nel cinema, un elemento storico del contributo della Banca alla cultura. Abbiamo rafforzato il nostro sostegno a molte iniziative non-profit, come la partecipazione a Telethon. E abbiamo proseguito nel sostegno attivo a diverse attività sociali, sportive e culturali.

Sulla scorta di questi successi, il 2002 sarà un anno di ulteriori importanti passi avanti nella medesima direzione. Il nostro piano per quest'anno prevede, tra l'altro, la definizione di un codice etico e deontologico della Banca e la sottoscrizione della dichiarazione dell'United Nations Environment Program per gli istituti finanziari, la costituzione di un Comitato etico per la definizione delle linee guida e la valutazione delle

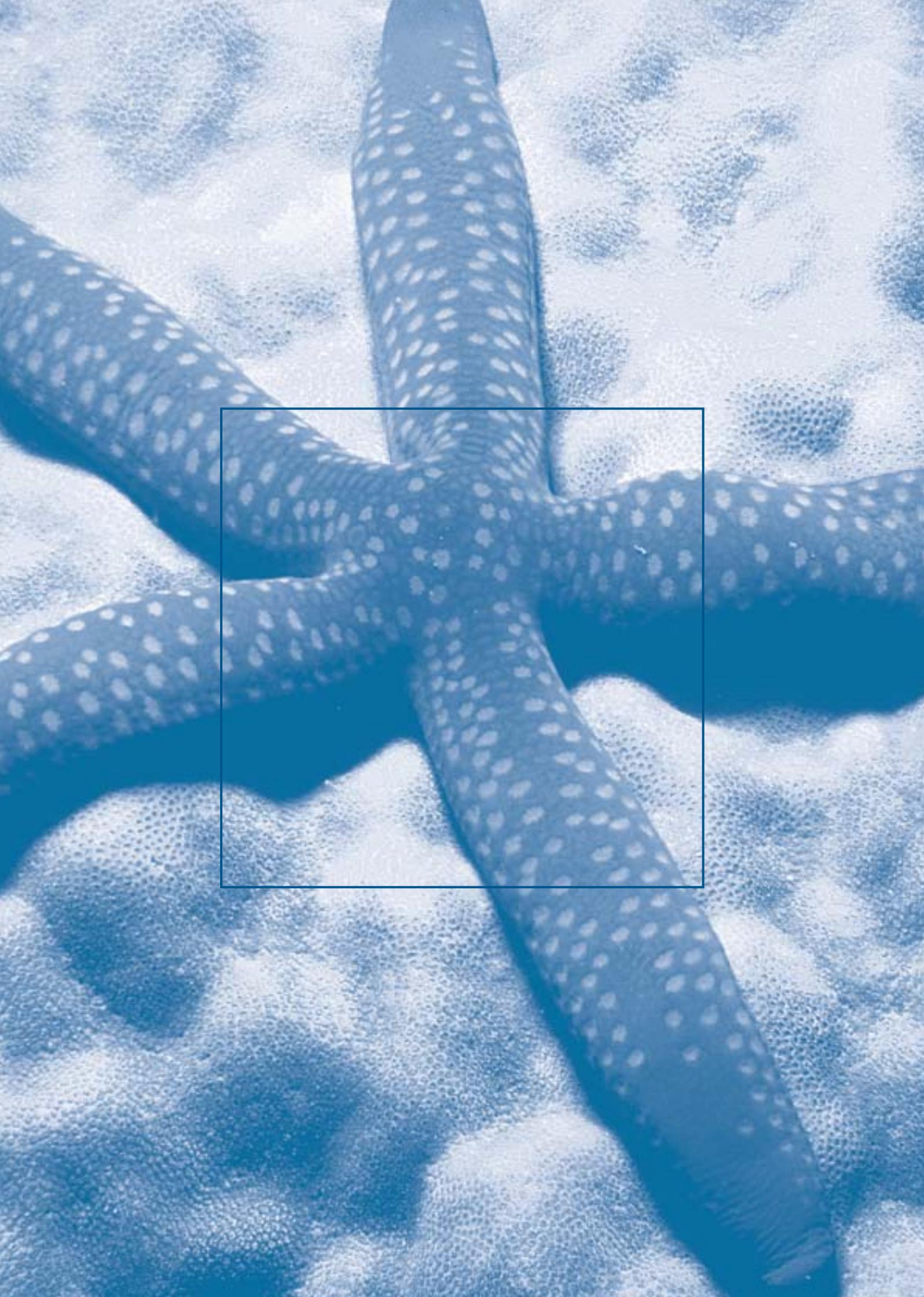
scelte strategiche di BNL in campo sociale, la creazione di una prassi di confronto con i principali stakeholder attraverso specifici focus group, l'approfondimento del programma Qualità per estendere la certificazione.

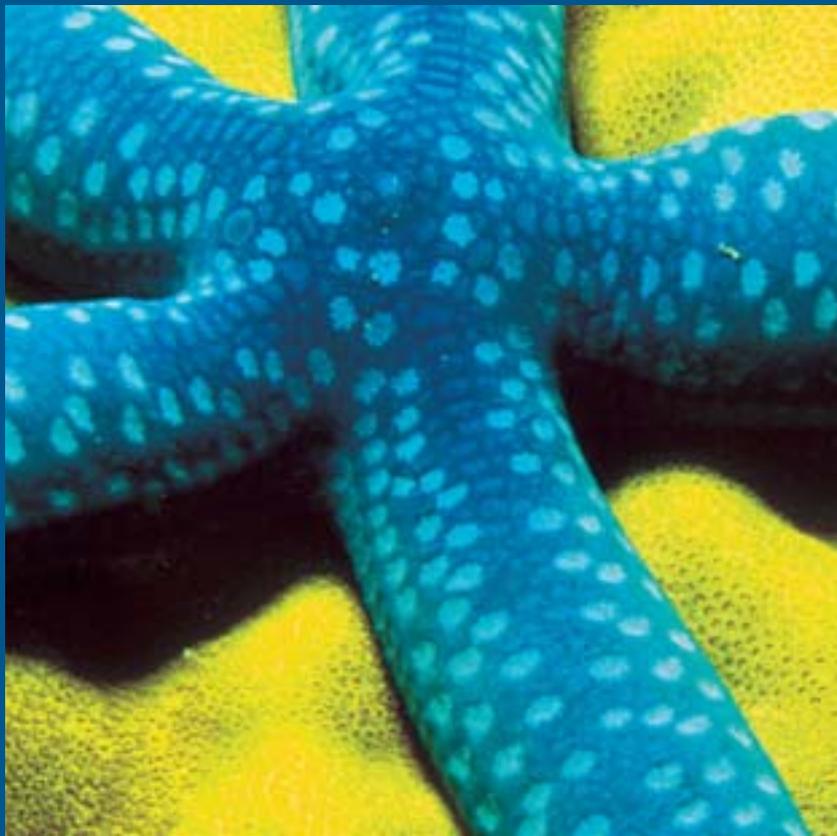
Proseguiremo l'impegno con la Fondazione Telethon e svilupperemo il progetto "Le radici del futuro". Adotteremo una politica delle risorse umane sempre più tesa a favorire lo sviluppo delle competenze tecnico-professionali e amplieremo ulteriormente i canali di informazione interna.

Rivisiteremo il ruolo di BNL nel commercio degli armamenti. Definiremo nuovi strumenti per sostenere lo sviluppo: dal mutuo etico al project financing etico.

La linea strategica è tracciata. Il compito e la responsabilità della Banca sono importanti. Ci conforta la consapevolezza delle nostre possibilità di successo. E soprattutto l'appoggio a tutti i livelli del personale della Banca, culturalmente, storicamente attento alle istanze sociali. Vogliamo attivare un processo di miglioramento continuo in questa direzione. E per descrivere i risultati che otteniamo e gli obiettivi che ci poniamo abbiamo scelto la strada della semplicità, della trasparenza e della chiarezza, come crediamo confermi il contenuto di questo Bilancio Sociale.

*Amministratore Delegato BNL*  
DAVIDE CROFF



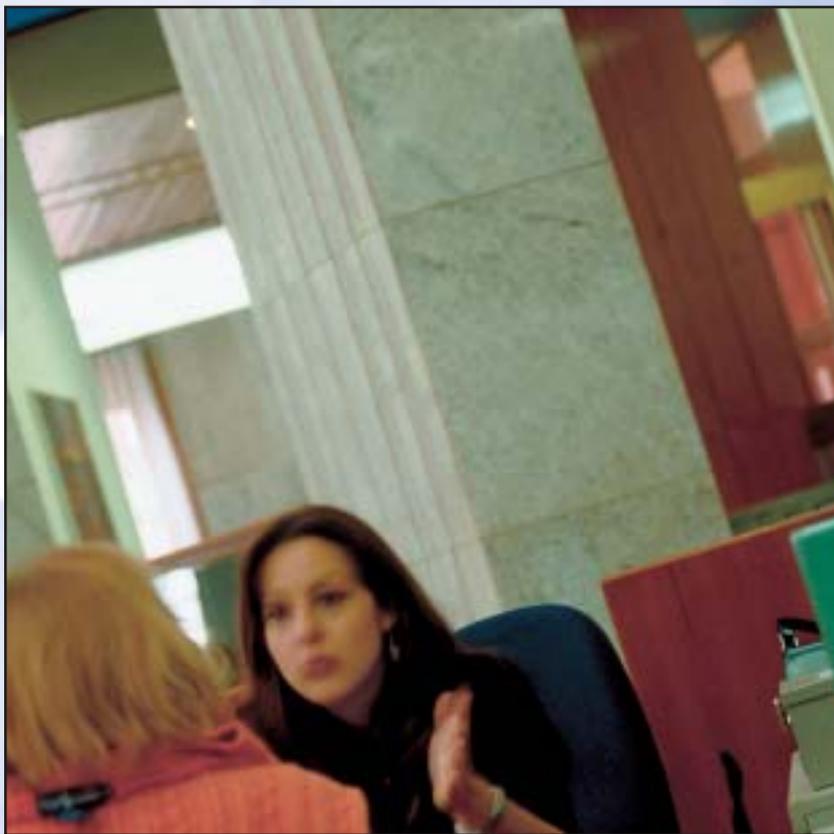


*Parte prima*

**Politiche sociali**



ORE



## *Capitolo 1*

### **I clienti**

ORE



**IL VALORE FONDAMENTALE IN BASE AL QUALE BNL DEFINISCE LE PROPRIE INIZIATIVE È LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI. IL MIGLIORAMENTO CONTINUO DELLA QUALITÀ DELL'ESPERIENZA CHE I CLIENTI VIVONO ENTRANDO IN BNL E UTILIZZANDONE IL SERVIZIO È L'OBIETTIVO DI OGNI AZIONE E DI TUTTA LA STRATEGIA. ED È IN FONDO QUESTO ANCHE IL PRIMO CONTRIBUTO CHE LA BANCA RITIENE, PER MESTIERE E PER MISSIONE, DI DOVER OFFRIRE ALLA SOCIETÀ.**

## 1 Customer care

### A. CONOSCERE I CLIENTI

Porre i clienti al centro della strategia aziendale significa per BNL partire dalla conoscenza delle esigenze della clientela per ripensare le infrastrutture, i sistemi e le procedure, il processo di ideazione e realizzazione dei prodotti, le azioni di marketing, l'organizzazione delle strutture commerciali e dei canali di vendita. È tutta una cultura aziendale che deve sviluppare nella stessa direzione, a partire dalla Front Line.

Per conoscere le esigenze dei clienti e i criteri in base ai quali si sentono soddisfatti del servizio offerto, BNL ha costituito nell'ambito della Divisione Commercial Banking un'unità denominata Customer care e le ha affidato i compiti di:

- assicurare la corretta identificazione e misurazione degli indicatori di soddisfazione della clientela e il loro confronto con i livelli percepiti e/o attesi (anche con riferimento a benchmark esterni);
- definire il livello-obiettivo di soddisfazione della clientela, identificando e promuovendo le azioni necessarie al suo raggiungimento;
- gestire i reclami in un'ottica di fidelizzazione della clientela e di miglioramento continuo dei processi.

### B. SERVIRE I CLIENTI

Nel 2001 BNL ha lanciato il piano "Banca Cinque Stelle". Si tratta di un insieme di progetti tesi



a rafforzare la qualità della relazione tra i clienti e la Banca. La metafora è esplicita: in BNL ci si deve sentire accolti e serviti in modo tanto impeccabile da percepire in questo carattere esclusivo un valore distintivo della Banca. In questa ricerca dell'eccellenza, il "Progetto Servizio" ha assunto un particolare rilievo. Questo progetto ha come obiettivo il rafforzamento della cultura della "centralità del cliente" e del "gioco di squadra" nei punti vendita.

Il progetto ha realizzato nel corso del 2001 un'intensa attività di formazione mirata, che ha interessato sia la Direzione Centrale che il personale di 71 agenzie, scelte su tutto il territorio nazionale. Sono state coinvolte circa 800 persone, attivando, con l'ausilio di una primaria società di consulenza specializzata nel settore della comunicazione:

- seminari di sensibilizzazione sull'importanza



LA SALA DELLA COMUNICAZIONE ALLESTITA  
IN OCCASIONE DELLA CONVENTION DI PERUGIA,  
NEL SETTEMBRE DEL 2001.

della comunicazione interna, una leva strategica per attivare circuiti virtuosi di miglioramento nel servizio attraverso il “gioco di squadra”;

- seminari sulla comunicazione efficace, strumento per migliorare le relazioni verbali e non verbali con i clienti.

I clienti delle 71 agenzie coinvolte (circa 400 mila) sono stati invitati a esprimere un voto sulla propria agenzia, per valutare la qualità complessiva del servizio offerto.

I risultati ottenuti, sia in termini di partecipazione al voto dei clienti, sia in termini di apprezzamento dei servizi della Banca sono risultati positivi:

la valutazione media a livello nazionale espressa in voti da 1 a 5 è stata 4,309.

### C. PARLARE AI CLIENTI

Aver cura dei clienti significa anche investire tempo e risorse per informarli e sentire la loro voce anche quando non sono fisicamente in una filiale. I Call center tematici sono stati messi a punto proprio allo scopo di aggiornare e orientare i clienti su specifici argomenti di grande attualità.

Ecco alcuni esempi:

#### *ANATOCISMO E MUTUI*

In seguito alle sentenze della Corte di Cassazione sul tema anatocismo e mutui, BNL è stata la sola banca ad aver messo gratuitamente a disposizione dei cittadini, clienti e non clienti di BNL, un numero verde per fornire informazioni in materia. Allo scopo di far conoscere l'esistenza di questo servizio è stata anche realizzata una specifica campagna pubblicitaria. Il progetto, chiamato “Parliamone





I CALL CENTER TEMATICI SONO STATI MESSI A PUNTO  
 PROPRIO ALLO SCOPO DI AGGIORNARE E ORIENTARE  
 I CLIENTI SU SPECIFICI ARGOMENTI DI GRANDE ATTUALITÀ.

Insieme”, è stato attuato con l’obiettivo di:

- stabilire un colloquio diretto tra la Banca e la clientela sul tema anatocismo e mutui;
- spiegare in modo univoco e lineare la posizione di BNL;
- fornire un’immagine proattiva della Banca che fornisce informazioni e non si limita a fare da controparte passiva.

Per far funzionare il Call center è stato formato un gruppo di operatori in grado di fornire prontamente le risposte adeguate alle domande dei clienti. Il Call center è stato attivo per 16 settimane e ha soddisfatto 10 mila chiamate a settimana; circa il 40% delle domande riguardava i mutui, il 33% l’anatocismo.

Il servizio è stato molto apprezzato e non solo dalla clientela BNL: il 35% delle chiamate proveniva da clienti di altre banche. Per verificare il gradimento dell’iniziativa, è stato inoltre

condotto, da una società specializzata, un focus group su clienti di BNL e di altri istituti.

L’iniziativa è stata molto apprezzata perché è stata considerata come un’ulteriore dimostrazione di avvicinamento al privato da parte della Banca. I clienti, BNL e non, hanno sottolineato l’utilità anche per iniziative economico-finanziarie più ampie. L’istituzione del Call center è stata considerata come “un ottimo biglietto da visita e un messaggio di apertura nei confronti della clientela”.

#### EURO

In previsione dell’entrata in vigore dell’euro, BNL ha istituito un Call center, attivo dal 1° ottobre 2001 fino alla fine di marzo 2002, allo scopo di fornire agli interessati tutte le informazioni necessarie per adeguarsi al cambiamento. Dal momento dell’attivazione, il Call center, il cui orario di apertura è stato prolungato per rispondere

***Il Call center è stato attivo per 16 settimane e ha soddisfatto 10 mila chiamate a settimana. Circa il 40% delle domande riguardava i mutui, il 33% l’anatocismo.***

*In BNL è cambiato radicalmente l'approccio alla gestione dei reclami, che si trasforma in uno dei momenti qualificanti della relazione con i clienti. Nuove le modalità di comunicazione verso la clientela per costruire un'immagine rinnovata della Banca.*

alla grande quantità di telefonate, ha fornito una molteplicità di informazioni riguardanti tempi di cambio delle monete, conti correnti, estratto conto, bancomat e carta di credito, assegni e carnet, assegni circolari e mutui. L'iniziativa è stata molto apprezzata dal pubblico registrando complessivamente oltre 15.000 telefonate, di cui il 50% proveniente da clienti di altre banche.

**D. ASCOLTARE I CLIENTI**

Per raggiungere l'eccellenza nella gestione dei reclami sono stati individuati alcuni "Principi Guida":

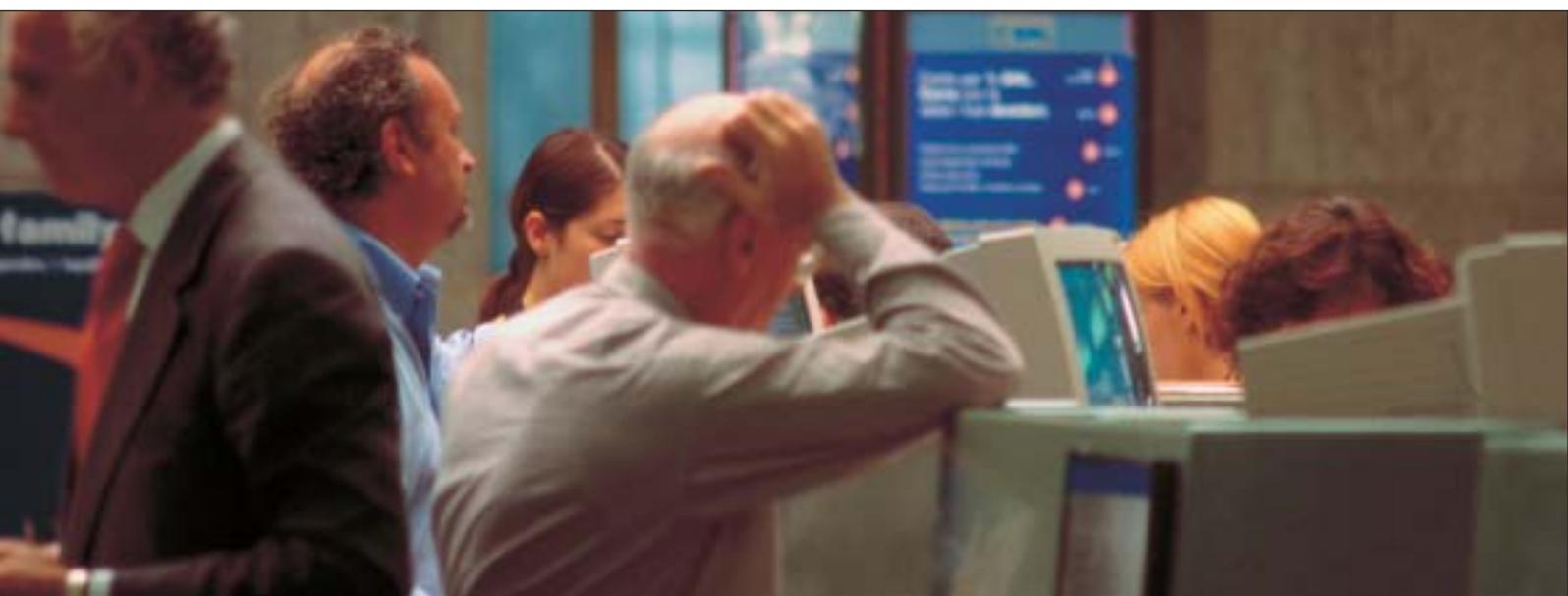
- chiarezza nella comunicazione (punti di contatto chiari e definiti per il cliente);
- individuazione delle responsabilità aziendali: processi di Customer care e Gestione dei reclami descritti e condivisi con le strutture di Rete;

- definizione di livelli di servizio e rispetto degli standard definiti;
- sviluppo di competenze di assistenza e problem solving del personale (capacità di identificare la migliore soluzione per il cliente in relazione alle sue esigenze);
- garanzia di trasparenza sullo stato di avanzamento e gestione del reclamo nei confronti del cliente.

Grazie a questa innovazione, in BNL, è cambiato radicalmente l'approccio alla gestione dei reclami, che si trasforma in uno dei momenti qualificanti della relazione con i clienti.

Si osserva, infatti, che:

- il reclamo è una fonte di informazioni sulle inefficienze operative e procedurali della Banca;
- il reclamo è una fonte di informazioni sulle esigenze e priorità del cliente;



- il cliente che reclama è un'occasione per la Banca per identificare le aree di miglioramento e gli interventi possibili;
- la Banca deve fornire linee guida per garantire al cliente standard di qualità definiti a livello centrale (nel rispetto delle particolarità locali);
- il cliente che reclama è un cliente le cui esigenze e i segnali di disaffezione non erano stati preliminarmente individuati.

In tale ottica, è stato avviato un progetto operativo che prevede:

- revisione e ridisegno del processo "Gestione dei reclami" con l'obiettivo di ridurre i tempi e la manualità di evasione;
- intervento sulle modalità di comunicazione verso la clientela per costruire un'immagine della Banca rinnovata, più vicina alle esigenze del cliente e nello stesso tempo più efficiente;
- standardizzazione dei reclami per facilitare la produzione di statistiche sui reclami pervenuti.

I risultati ottenuti possono essere considerati molto positivi:

- innanzitutto, il tempo medio di evasione dei reclami è passato nel 2001 a 25 giorni, con un effetto di dimezzamento rispetto all'esercizio precedente, e per il 2002 l'obiettivo è di 20 giorni;
- inoltre, la Banca ha verificato quale sia in concreto lo sforzo da fare per ridurre sensibilmente i tempi di risposta ai clienti e non clienti, che sempre più spesso utilizzano mezzi informatici per inoltrare reclami o chiedere informazioni.

#### **E. GARANTIRE I CLIENTI**

L'interesse che i vertici di BNL annettono al Sistema Qualità trova riscontro negli sforzi profusi per l'ottimizzazione dei processi e dei servizi per cercare di migliorare costantemente il gradimento da parte della clientela. Il Comitato Qualità di BNL ha definito un primo Master Plan della Qualità che con la fine del 2001

ha visto una positiva conclusione attraverso l'ottenimento delle seguenti certificazioni secondo le norme ISO 9002-94.

BNL ha intrapreso il suo cammino nella Certificazione di Qualità dal 1999 facendo certificare 57 agenzie di interesse turistico per il servizio di cambi e valuta al fine di offrire, ai pellegrini giubilari, un punto di riferimento qualitativamente valido. Si è proseguito poi con la certificazione del Call center di Telebanca e con i pagamenti sull'estero, i cosiddetti Cross Border. Dopo aver certificato il Servizio Anticipo Missione dello Sportello di Ispra si è provveduto, nel Laboratorio sperimentale di Malpensa, a certificare i prestiti personali destinati al consumo e i mutui fondiari sino a 250 milioni.

Ottenuta la Certificazione delle Proposte di Fido e delle Politiche del Credito della Direzione Centrale, l'attenzione della Banca si è rivolta alla gestione dei fondi pubblici facendo certificare il Servizio di Tesoreria e/o Cassa presso tutte le dipendenze interessate. Procedendo sulla linea sopra descritta, è in corso lo studio per l'ottenimento della certificazione relativa alla gestione dei fondi pubblici nel mondo dello spettacolo. Tutta questa attività, che ha coinvolto circa duemila persone addestrate sul sistema qualità, non è altro che l'inizio di un lungo cammino finalizzato alla soddisfazione del cliente. Alla fine del 2001, BNL, prima grande Banca italiana, ha ottenuto dalla Det Norske Veritas la certificazione di conformità alle norme ISO 9002-94 del Sistema Qualità applicato all'erogazione dei Servizi di Tesoreria e di Cassa.

Questo riconoscimento, voluto e ottenuto per migliorare la Customer satisfaction (da intendersi riferita, nel caso di specie, non solo ai soggetti direttamente in rapporto con la Banca ma anche a tutte le categorie coinvolte nei processi di introito

e di spesa che vengono conseguentemente attivati), consente agli enti che affidano i propri servizi a BNL di avere garanzie circa una gestione conforme a rigorosi standard operativi, tenuta costantemente e tempestivamente al passo con la produzione normativa e con l'evoluzione tecnologica che riguardano il comparto.

Nel corso dell'anno, per la seconda volta consecutiva, il Gruppo BNL ha partecipato all'Expoqualità di Parma, unica manifestazione a livello nazionale sulla Qualità, testimoniando il percorso virtuoso intrapreso con la presenza anche delle Società del Gruppo: Artigiancassa SpA e BNL Multiservizi SpA.

I sistemi Qualità certificati secondo le norme ISO 9000 si stanno diffondendo anche nel settore bancario come un'opportunità per distinguersi dai competitori in un contesto di accentuata e crescente concorrenza globale. La Qualità certificata rappresenta in proposito una soluzione credibile, in quanto prende a riferimento la soddisfazione dei bisogni della clientela quale percorso obbligato per conseguire redditività e guadagnare quote di mercato, creando così, effettivamente, valore per gli stakeholder.

Nel corso del 2001, al fine di accrescere le professionalità in materia, è stato erogato uno specifico corso che ha visto il conseguimento, da parte di un significativo numero di risorse della Banca, della qualifica di "Quality Assessor".

#### **F. INTERAGIRE CON I CLIENTI**

BNL considera il telefono e Internet come tecnologie dalle potenzialità importanti

per migliorare le relazioni con i clienti e servirli nei tempi e nei luoghi che essi ritengono più comodi.

#### *TELEBANCA*

Fin dal 1997 BNL ha avviato un servizio di Banca Telefonica che consente al cliente di compiere tutte le transazioni dispositive (pagamento utenze, compra-vendita di titoli, bonifici) e informative (estratto conto) tramite un numero verde. Al 31 dicembre 2001 Telebanca gestiva 261.446 clienti.

#### *BANCA ON LINE*

E-FAMILY è il nuovo portale elettronico della famiglia italiana nato in BNL. Non è soltanto Internet banking, ma consente all'utente di avere a disposizione servizi personalizzati per molte esigenze della famiglia. Fornisce consulenze legali, fiscali e assicurative on line. Il cliente può acquistare prodotti e servizi a prezzi concorrenziali, inviare posta elettronica e usufruire di un'agenda per appuntamenti e scadenze. Tramite il computer di casa o dell'ufficio si possono fare bonifici e giroconti, pagamenti utenze (MAV, RID) e pagamenti per mezzo di bollettini postali. Al 31 dicembre 2001 risultano in essere 95.761 rapporti.

BBTOPTRADE è un portale che garantisce efficacia assoluta negli scambi commerciali e consente al cliente di ottenere il massimo risultato dalla gestione automatizzata del circuito d'acquisto, attraverso la riduzione dei costi e l'ottimizzazione del prodotto.

TRADING ON LINE BNL è il sistema offerto ai clienti per accedere direttamente al mercato

***BNL considera il telefono e Internet come tecnologie dalle grandi potenzialità per migliorare le relazioni con i clienti e servirli senza vincoli di tempo e di spazio.***

ed effettuare tutte le operazioni di Borsa e per avere tutte le informazioni più utili e aggiornate sui mercati finanziari.

BNL EDIWAY consente alle aziende di effettuare in via telematica vari servizi bancari per ottimizzare la gestione amministrativa, l'attività commerciale e la tesoreria attraverso quattro tipi di servizi:

- informativi
- dispositivi
- di cash management internazionale
- di utilità.

Al 31 dicembre 2001 risultano attivi 18.672 contratti Ediway. Businessway è il servizio di Internet banking per professionisti e piccole e medie imprese. Ha circa 1.670 utenti al 31 dicembre 2001. Sempre al fine di migliorare la relazione banca-clientela sono decollati due programmi di accoglienza alla clientela (Welcome programme):

- per nuovi contraenti Ediway: il cliente che sottoscrive questo prodotto riceve un kit di autoinstallazione. La Welcome call dà il benvenuto ai nuovi clienti e sonda le loro prime impressioni sia sui tempi di fruibilità che sulle caratteristiche del servizio, favorendo il continuo miglioramento del servizio;
- per i nuovi sottoscrittori Businessway: consente di accedere a servizi bancari e non bancari tramite la firma di un contratto e la fornitura di una smart card più un cd rom. Anche in questo caso è stato previsto un programma di accoglienza che consentirà di vagliare le impressioni della clientela e fornire alla stessa alcune informazioni sulle caratteristiche delle attrezzature tecniche necessarie per l'utilizzo del servizio.

#### *PROGETTO BNL FOCUS IMPRESA*

Nell'ambito del Piano di Rilevazione Customer Satisfaction per il Mercato Corporate 2001-2002 ha preso avvio il progetto denominato "BNL Focus



Impresa". Tale ricerca, attraverso la costituzione di un gruppo di circa 800 aziende, appartenenti ai segmenti alto, medio e basso del Mercato corporate, è un innovativo canale di dialogo tra BNL e le aziende, che mira a sintonizzare le nuove iniziative sulle reali esigenze delle imprese. Per interpretare al meglio i loro bisogni, BNL sceglie come partner le aziende più dinamiche, competitive e al passo coi tempi, instaurando con loro un rapporto continuativo e privilegiato.

Le aziende che parteciperanno al progetto dovranno garantire la propria collaborazione rispondendo a quattro questionari on line, nel corso di 12 mesi, che verteranno su diverse tematiche:

- conoscenza delle aziende e strategie di comunicazione;
- offerta di prodotti e servizi BNL;

- posizionamento competitivo di BNL;
- BNL e il suo orientamento al cliente.

Nei questionari verrà richiesto ai clienti di esprimere giudizi e opinioni e fornire suggerimenti per una crescita di BNL che sia in linea con le loro aspettative.

## 2 Codici di comportamento e di autodisciplina

Fin dal giugno del 1996 la Banca ha aderito al Codice di comportamento nel settore finanziario, elaborato dall'Associazione Bancaria Italiana ed entrato in vigore nell'aprile dello stesso anno.

L'adesione volontaria al Codice è stata resa operativa attraverso un'opera di capillare diffusione dello stesso tra i dipendenti, in particolare tra le figure professionali a diretto contatto con la clientela. A tal fine, oltre alla diffusione del manuale contenente i principi del Codice di comportamento, per una migliore sensibilizzazione delle risorse della Banca, l'argomento è stato inserito nei corsi di formazione per neo-assunti.

È stato inoltre distribuito a tutte le filiali presenti sul territorio nazionale un prodotto autoformativo multimediale su cd rom edito dall'ABI.

L'adesione e la divulgazione tra i dipendenti del Codice di comportamento si colloca nel complesso di iniziative finalizzate al miglioramento del servizio. In particolare, il Codice vincola l'aderente a comportamenti volti a rendere più soddisfacente la relazione con i clienti e, nel dettaglio, ad agevolare la comprensione delle condizioni economiche e negoziali e delle modalità di offerta e di utilizzo dei prodotti e servizi.

Il Codice fa infine espresso richiamo all'osservanza delle norme in materia di trasparenza delle operazioni bancarie/finanziarie (d.l. n. 385/93

- Titolo VI) e alla cosiddetta normativa antiriciclaggio (legge n. 197/91).

BNL inoltre ha aderito nel marzo del 2001 al Codice di autodisciplina delle società quotate, assumendone i principi come regole di comportamento della Banca, dei suoi organi e dei suoi dipendenti. Nell'ambito delle attività dettate dal Codice, nel dicembre 2001, sono state emanate norme interne, indirizzate a tutto il personale della Banca, predisposte per regolamentare, attraverso apposita procedura, il trattamento delle "informazioni riservate".

La Divisione Wholesale Banking ha emanato un proprio Codice deontologico, sottoscritto da tutte le risorse operative sui desk delle contrattazioni, al fine di uniformare tutti i comportamenti a norme comuni di etica e deontologia professionale. In particolare, ferme restando le regole previste:

1. dai Codici di comportamento:
  - del settore bancario e finanziario;
  - degli intermediari finanziari (Codice di autodisciplina ABI);
  - delle associazioni professionali di settore (ATIC FOREX-AIAF-AIAT) – se aderente.
2. da altra normativa della Banca in materia, che stabilisce che i dipendenti addetti all'operatività della Divisione Wholesale Banking si impegnano:
  - a non utilizzare in alcun modo, nell'interesse

personale o di terzi e a non divulgare ad altri la conoscenza di notizie e/o dati riservati relativi o comunque connessi ad attività e operazioni finanziarie del Gruppo BNL;

- a comunicare, in presenza di operazioni finanziarie nelle quali BNL assuma un ruolo rilevante (per esempio Global Coordinator, Book Runner Advisor, ecc.), le sottoscrizioni a tali operazioni effettuate a titolo personale o dai familiari conviventi e a comunicare successivamente l'esito dell'assegnazione;
- a prendere atto che, in quanto chiamati a svolgere attività professionale di analista tecnico e/o finanziario (o attività a essa correlate), è assolutamente vietato comprare o vendere titoli che, in ragione della predetta funzione, ricadano sotto indagini finanziarie della Banca e che tale divieto si estende

anche ai familiari conviventi;

- a richiedere, in quanto chiamati a svolgere attività in prodotti derivati strutturati, a una "rosa" di almeno tre controparti le condizioni di termsheet indicative per la definizione del miglior trattamento da applicare alle transazioni in interesse.

La violazione del Codice di comportamento potrà assumere rilevanza ai fini della valutazione del corretto adempimento degli obblighi inerenti al rapporto di lavoro. Dato, infine, lo specifico contesto nel quale opera, la Filiale di New York di BNL ha introdotto un codice di autoregolamentazione nelle attività di business che definisce gli impegni etici e deontologici della Banca nei confronti della clientela.

### 3 Customer satisfaction

BNL ha sviluppato un modello di Customer satisfaction basato sul miglioramento continuo e sul coinvolgimento di tutte le strutture aziendali.

Il processo di gestione della Customer satisfaction prevede le seguenti fasi:

- rilevazione della soddisfazione della clientela;
- elaborazione dei dati e delle analisi;
- individuazione delle aree intervento;
- attivazione di piani di intervento.

Il processo tiene conto:

- del segmento di clientela;
- del prodotto;
- del canale utilizzato;
- della maturità del rapporto (clienti potenziali, clienti nuovi, clienti attuali e clienti persi);
- del momento dell'interazione con la Banca: pre-vendita, vendita, post-vendita.

Per ciascuno dei momenti di interazione con la clientela, in particolare sono stati identificati

i principali driver che ne caratterizzano il rapporto e per ciascuno di essi sono stati determinati gli indicatori chiave che consentono di fornire gli elementi necessari per la misurazione della qualità percepita e della soddisfazione della clientela.

Nel corso del 2001 la Banca ha partecipato alla quinta edizione del "Customer Satisfaction Award" promosso da Andersen e da *Il Sole 24 Ore*, che costituisce il più autorevole premio sul tema di attenzione e impegno delle aziende italiane sul fronte della soddisfazione del cliente. La giuria ha deliberato di conferire a BNL un attestato di eccellenza nella Customer satisfaction.

All'edizione 2001 del premio hanno partecipato circa 100 aziende. Tra i finalisti non era stata selezionata alcuna altra banca oltre a BNL.





## *Capitolo 2*

### **Gli investitori**



BANCA NAZIONALE DEL LAVORO

**PUNTO QUALIFICANTE DELLA STRATEGIA AZIENDALE DI BNL È MANTENERE IL DIALOGO CON GLI INVESTITORI IN UN'OTTICA DI TRASPARENZA E DI COMPLETEZZA. IN QUESTO QUADRO ASSUME PARTICOLARE RILEVANZA LA SIMMETRIA DI INFORMAZIONE NEI CONFRONTI DI TUTTI GLI OPERATORI FINANZIARI.**

## 1 Composizione del capitale sociale

Il capitale sociale di BNL SpA è rappresentato da azioni ordinarie e da azioni di risparmio. Le azioni ordinarie attribuiscono diritto di voto nelle assemblee della Banca.

Le azioni di risparmio attribuiscono il diritto di intervento e di voto esclusivamente nell'assemblea speciale dei possessori di azioni di risparmio.

L'ammontare nominale complessivo delle azioni di risparmio, in concorso con eventuali azioni privilegiate, non può superare quello corrispondente delle azioni ordinarie.

Al 31 dicembre 2001 il capitale sociale è di 1.073.945.889,50 euro (circa unmiliardosettantatremilioni euro) e risulta così suddiviso:

COMPOSIZIONE CAPITALE SOCIALE AL 31/12/2001

|                     | NUMERO               | VALORE<br>NOMINALE<br>(EURO) | %<br>CAPITALE<br>SOCIALE |
|---------------------|----------------------|------------------------------|--------------------------|
| Azioni ordinarie    | 2.124.693.448        | 0,50                         | 99%                      |
| Azioni di risparmio | 23.198.331           | 0,50                         | 1%                       |
| <b>TOTALE</b>       | <b>2.147.891.779</b> |                              | <b>100%</b>              |

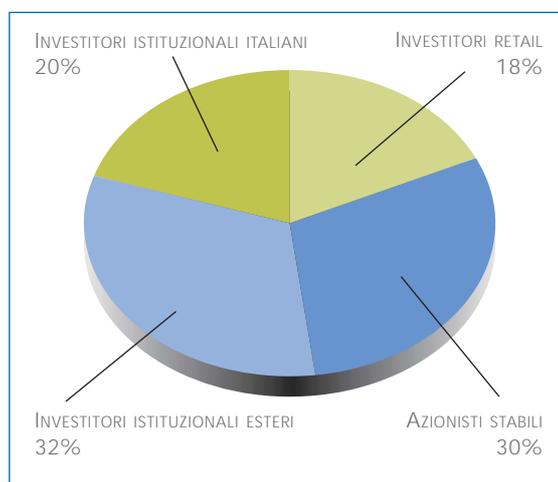
## 2 Assetto azionario

Alla data del 31 dicembre 2001 il capitale ordinario risulta detenuto, oltre che da primari gruppi bancari italiani ed esteri, da oltre 300.000 piccoli azionisti (il cosiddetto retail) e numerosi investitori istituzionali italiani ed esteri.

La base azionaria di BNL si rivela dunque ampiamente diffusa, essendo l'azionariato distribuito sul mercato per il 70% circa del totale. Questa caratteristica assomiglia BNL a una Public Company.

Da stime interne effettuate nel corso dell'anno, emerge la seguente suddivisione della base azionaria:

SCOMPOSIZIONE CAPITALE ORDINARIO

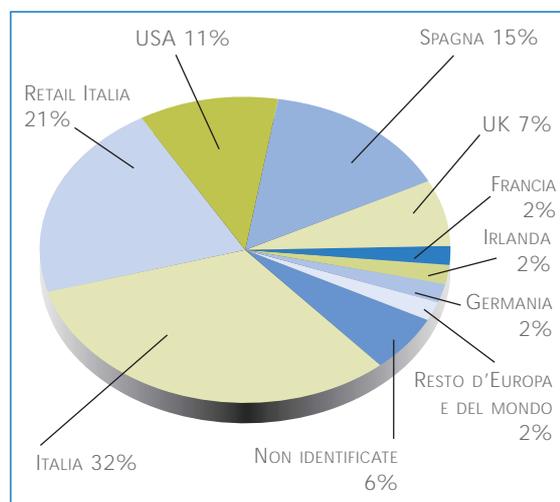


**BREAKDOWN INVESTITORI PER AREE GEOGRAFICHE**

| AREA GEOGRAFICA        | %<br>SUL CAPITALE | % SUGLI AZIONISTI<br>ITALIANI |
|------------------------|-------------------|-------------------------------|
| <b>Italia</b>          | <b>53</b>         |                               |
| - di cui istituzionali |                   | 49,8                          |
| - di cui retail        |                   | 41,7                          |
| - di cui confirmed     |                   | 8,5                           |
| <b>Internazionali</b>  | <b>40,5</b>       |                               |
| Non identificati       | 6,5               |                               |
| <b>TOTALE</b>          | <b>100</b>        | <b>100</b>                    |

Fonte: STIME INTERNE

Secondo le comunicazioni ricevute fino al 31 dicembre 2001 risultano le seguenti partecipazioni:

**SCOMPOSIZIONE PER AREA GEOGRAFICA****AZIONISTI DI RILIEVO AL 31/12/2001**

| AZIONISTI GRUPPI                | NAZIONE | NUMERO<br>AZIONI POSSEDUTE | PARTECIPAZIONE %<br>AL CAPITALE ORDINARIO DI EURO<br>1.062.346.724,00 |
|---------------------------------|---------|----------------------------|---|
| Banco Bilbao Vizcaya Argentaria | Spagna  | 317.879.585                | 14,96%  |
| Gruppo Assicurazioni Generali   | Italia  | 160.942.378                | 7,57%   |
| Monte dei Paschi di Siena       | Italia  | 101.428.574                | 4,77%   |
| Franklin Resources Inc.         | USA     | 90.573.275                 | 4,26%   |
| Banca Popolare di Vicenza       | Italia  | 72.976.266                 | 3,43%   |
| Schroder Investment Manag. Ltd. | UK      | 51.774.265                 | 2,44%   |
| Fidelity Investments            | USA     | 46.268.676                 | 2,18%   |

Non risultano altri azionisti, al di fuori di quelli sopra evidenziati, con una partecipazione al capitale superiore al 2% che abbiano dato comunicazione alla Consob e a BNL ai sensi della normativa contenuta nel "Testo Unico" delle disposizioni

in materia di intermediazione finanziaria, art. 120 (Obblighi di comunicazione delle partecipazioni rilevanti). Al 31 dicembre 2001 48.179.750 azioni ordinarie, pari al 2,27% del capitale ordinario, sono in carico al Gruppo BNL.

### 3 Sindacato di voto

Il 29 settembre 1998 fu costituito un nucleo di azionisti di riferimento composto da Banco Bilbao Vizcaya, Banca Popolare di Vicenza e INA, che sottoscrisse un accordo parasociale dalla natura di Patto di sindacato di voto e di blocco. Tale accordo è stato sciolto il 29 giugno 2000.

La Banca Monte dei Paschi di Siena SpA (BMPS), la Banca Popolare di Vicenza Scparl (BPV) e BPV Finance (International) PLC hanno sottoscritto in data 13 marzo 2001 un contratto di compravendita di complessive 100.284.374 azioni ordinarie della Banca

Nazionale del Lavoro SpA (BNL), pari a circa il 4,75% del capitale sociale, nonché un Patto parasociale contenente patti di consultazione e, limitatamente ad alcune materie, patti di voto riferiti alle partecipazioni in BNL che BMPS e BPV verranno rispettivamente a detenere in forza del suddetto contratto di compravendita. Il Patto ha durata fino al 30 novembre 2002.

#### **FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO:**

##### *PATTO PARASOCIALE PER IL RINNOVO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE E DEL COLLEGIO SINDACALE*

Nel mese di aprile 2002, i soci Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A., Assicurazioni Generali SpA, Banca Monte dei Paschi di Siena SpA e Banca Popolare di Vicenza Scparl hanno stretto un Patto parasociale finalizzato a presentare congiuntamente e votare, all'assemblea del 30 aprile 2002, una lista di 13 consiglieri, tra i quali nominare un Presidente e un Amministratore Delegato di indicazione congiunta e due Vice

Presidenti, uno scelto tra gli Amministratori eletti di indicazione di BBVA e l'altro tra quelli eletti di indicazione di BMPS.

Oggetto del Patto è il 30,782% del capitale ordinario; tuttavia, al fine di rendere applicabile l'esenzione dall'obbligo di OPA totalitaria prevista dal Testo Unico della Finanza e dal Regolamento Consob, le Parti si sono impegnate a partecipare e a esercitare il diritto di voto complessivamente per 29,703%.

Tale Patto comporta per le Parti l'impegno a cedere ciascuna, entro un termine massimo di 3 mesi dalla stipula dell'accordo, una quota di azioni per una percentuale della propria partecipazione non inferiore al 3,5%, fermo restando l'impegno al rispetto massimo di dodici mesi previsto dal Regolamento Consob. Il Patto ha durata sino al verificarsi del primo in ordine temporale dei seguenti eventi: decorrenza di dodici mesi dalla data di stipula del Patto; adempimento di tutti gli obblighi previsti dal Patto.

## 4 Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze

La salvaguardia degli interessi dell'investitore e la tutela dei suoi diritti di socio azionista sono il fondamento dei principi di Corporate governance di BNL.

Particolare attenzione viene rivolta alla salvaguardia della più completa partecipazione dei soci al governo della Banca e alla tutela delle minoranze azionarie, nel fermo convincimento dell'importanza del coinvolgimento degli azionisti di minoranza nella vita della Società.

Alcuni principi fondamentali in tal senso sono:

- l'istituzione della regola del voto di lista, fissata nell'articolo 19 dello Statuto di BNL

SpA, che garantisce la rappresentanza delle minoranze azionarie nel Consiglio di Amministrazione (attualmente le liste di minoranza sono rappresentate nel CdA da 3 Amministratori su 13, equivalenti al 23% del totale);

- l'applicazione della regola "one vote one right", che permette la più ampia trasparenza per quanto riguarda la comprensione della struttura di potere e dei rapporti di forza nell'ambito dell'azionariato;
- la separazione tra i ruoli del Presidente e dell'Amministratore Delegato;
- l'assenza di meccanismi e misure strutturali o relative applicabili in caso di takeover.

## 5 Il Codice di autodisciplina delle società quotate

A conferma del proprio impegno in tal senso, in data 15 marzo 2001, BNL SpA ha comunicato al mercato di avere aderito al Codice di autodisciplina delle società quotate, predisposto dal Comitato per la Corporate governance delle società quotate della Borsa Italiana SpA. Al fine di rendere il quadro complessivo del governo societario di BNL SpA pienamente adeguato alle raccomandazioni contenute nel Codice, sono state assunte alcune deliberazioni, riguardanti in particolare:

- la costituzione di un Comitato per la remunerazione;
- la costituzione di un Comitato per il controllo interno;
- la definizione di una procedura interna per la comunicazione all'esterno di documenti, informazioni e notizie riguardanti la Banca, con particolare riferimento a informazioni price sensitive;
- l'approvazione di un regolamento disciplinante l'ordinato e funzionale svolgimento delle assemblee degli azionisti della Banca.

Il sistema di Corporate governance attuato in BNL SpA risulta fondato su una serie di regole in linea con i principi stabiliti dal Codice, fra le quali si segnalano:

1. il Consiglio di Amministrazione svolge una funzione di guida, attraverso l'assunzione di delibere in materie statutariamente non delegabili: e infatti, determina, tra gli altri, l'indirizzo strategico della Banca, l'assetto organizzativo generale, i criteri per il coordinamento e la direzione delle società del Gruppo, l'assunzione e la cessazione di partecipazioni, esamina e approva il Piano Industriale. Il Consiglio si riunisce con regolare cadenza;
2. il Consiglio di Amministrazione è attualmente composto da tredici membri, di cui solo l'Amministratore Delegato è attributario di deleghe conferite dal Consiglio, mentre al Presidente sono statutariamente riconosciuti poteri deliberativi per provvedimenti di urgenza;
3. il Presidente del Consiglio di Amministrazione ha

un ruolo di coordinamento delle attività del Consiglio e di guida nello svolgimento delle relative riunioni;

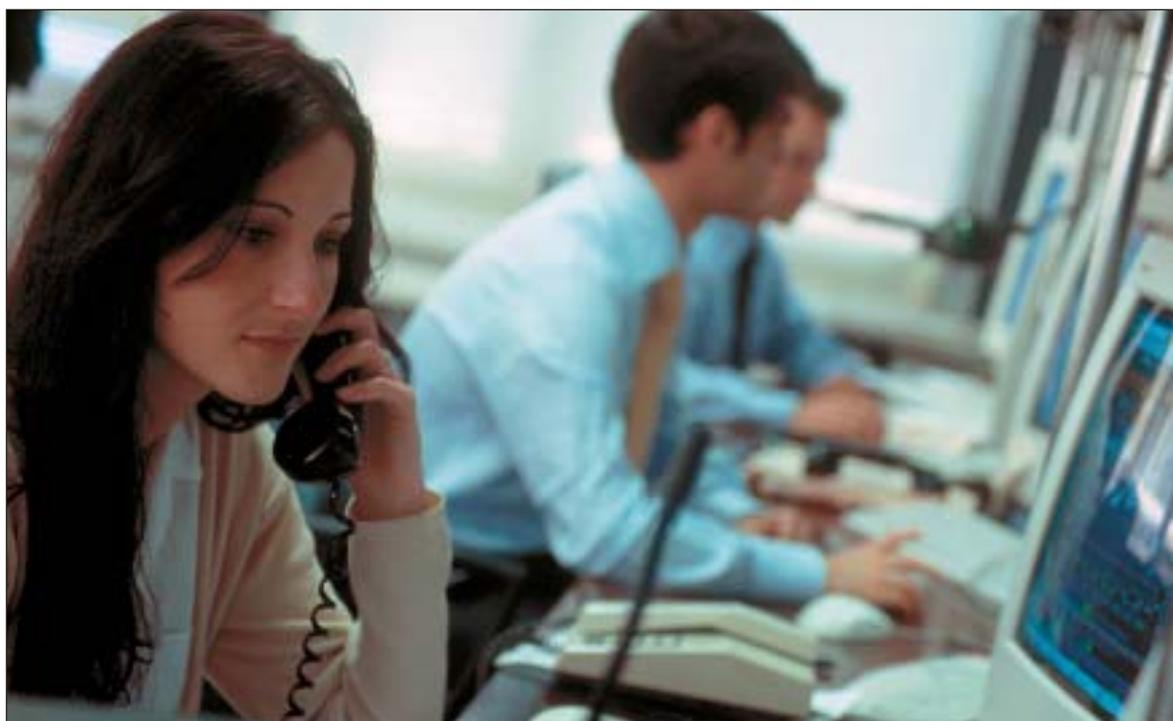
4. il Consiglio di Amministrazione, fatte salve le attribuzioni non delegabili a norma di legge e di statuto, delega al Comitato esecutivo e all'Amministratore Delegato proprie attribuzioni, determinando i limiti della delega. Gli organi delegati riferiscono periodicamente al Consiglio di Amministrazione e al Collegio sindacale circa l'attività svolta nell'esercizio delle deleghe;
5. la nomina degli Amministratori ha luogo, secondo le previsioni statutarie, con il meccanismo del "voto di lista", al fine di garantire una procedura trasparente anche a tutela delle minoranze;
6. come per la nomina degli Amministratori, anche i Sindaci, in conformità ai principi codicistici, sono eletti, in base allo Statuto, con una procedura trasparente, rappresentata dal meccanismo del voto di lista;
7. in materia di controllo interno, la Banca rispetta la specifica normativa di vigilanza dettata dalla Banca d'Italia, attraverso un'autonoma funzione di auditing, per cui non si pone un problema di adeguamento al sistema delineato dal Codice; di converso, l'istituzione di un Comitato in materia deliberata dal Consiglio di Amministrazione prevede compiti consultivi e propositivi non in sovrapposizione con il Collegio sindacale e compatibili con l'attuale sistema di controllo interno;
8. per i rapporti con gli investitori è istituita all'interno della Banca un'apposita struttura centrale dedicata a tale funzione, per assicurare presso i mercati finanziari nazionali e internazionali adeguati livelli di conoscenza delle strategie e dell'andamento gestionale della Banca e del Gruppo. Un recente studio di Deminor, primaria agenzia indipendente di consulenza, ricerche e rating in Europa specializzata in Corporate governance, ha incluso la BNL nella lista dei Top European Performers per la categoria di Corporate governance. BNL è stata inclusa tra le principali società in Italia per quanto riguarda la Corporate governance e il livello relativamente basso di difese verso i takeover.

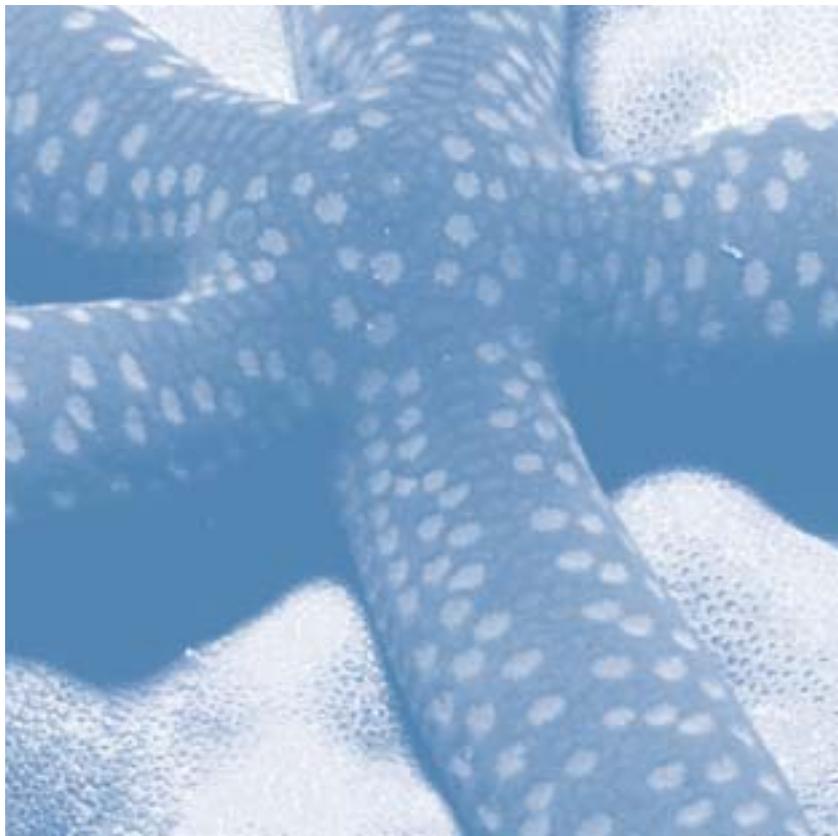
## 6 Relazioni con gli investitori e importanza della comunicazione finanziaria

La presenza da luglio 1998 nella struttura organizzativa di BNL di un'Unità per le Relazioni con gli Investitori riflette la rilevanza del valore della trasparenza per una società con le caratteristiche della public company come BNL. Principio basilare è che la trasparenza nella comunicazione è fondamentale per assicurare una corretta percezione delle strategie di business, delle prospettive e dei valori finanziari presenti nella Società e nel Gruppo da parte di tutti gli operatori finanziari (investitori istituzionali, agenzie di rating, società di brokerage, banche d'affari, azionisti retail, ecc.).

Il ruolo dell'Unità per le Relazioni con gli Investitori è quello di assicurare una comunicazione regolare e qualificata con tutti gli operatori finanziari, al fine di presentarsi ai mercati e agli investitori con un flusso informativo univoco e coerente, improntato ai principi di trasparenza, veridicità e correttezza,

e finalizzato ad assicurare una corretta valutazione da parte del mercato stesso. L'azione di collegamento tra management e mercato è duplice, e si esplica anche attraverso il monitoraggio della base azionaria per un'appropriata azione di feedback verso il management, volta a garantire la consapevolezza da parte di quest'ultimo delle percezioni, preoccupazioni e preferenze del mercato. In presenza di una base di azionariato altamente diversificata, la missione dell'Unità per le Relazioni con gli Investitori è, inoltre, quella di garantire la simmetria di informazione verso tutti gli operatori del mercato, rappresentando una controparte sensibile e disponibile anche per gli investitori retail. Nei confronti di questi ultimi viene assicurata una comunicazione accurata ed esauriente tramite l'uso estensivo e tempestivo di comunicati stampa e di Internet, con l'aggiornamento costante del sito [www.bnlinvestor.it](http://www.bnlinvestor.it).







*Capitolo 3*

**Il business**



## NELL'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ ORDINARIA DI EROGAZIONE DEL CREDITO, BNL HA SEMPRE OPERATO TENENDO CONTO DEI RIFLESSI SOCIALI DEL SUO CORE BUSINESS: DALLO SVILUPPO DELL'OCCUPAZIONE ALL'INCREMENTO DELLA PRODUTTIVITÀ, DALLA TUTELA DEL TERRITORIO ALLO SVILUPPO DELLA CULTURA.

Tradizionalmente BNL ha mostrato particolare impegno e attenzione soprattutto a quelle aree geografiche in cui si registra, su questi temi, un maggiore divario rispetto al resto del Paese: le grandi linee di questa tradizione si trovano nei box pubblicati in queste pagine, che ripercorrono sinteticamente la storia di BNL dal punto di vista sociale. Per quanto riguarda l'attualità, riteniamo

che meritino un approfondimento alcune iniziative che meglio di altre sintetizzano l'impegno e la strategia della Banca dal punto di vista sociale:

- il Mezzogiorno;
- piccole/medie imprese, artigianato e cooperative;
- settore energetico, finanza locale e opere pubbliche;
- cinema;
- policy sul commercio delle armi.

### 1 Il Mezzogiorno

L'economia meridionale negli ultimi anni ha dato forti segnali di ripresa: più imprese (per il quinto anno consecutivo il Mezzogiorno ha fatto registrare il primato della crescita di nuove imprese con oltre 45.000 unità, cifra molto superiore alle altre aree geografiche), più esportazioni e più lavoro, sebbene



#### STORIA SOCIALE DEL BUSINESS DI BNL

Il Bilancio Sociale di BNL è una novità per la sua forma. Non per il suo spirito. Non solo perché già nell'immediato dopoguerra i dirigenti esponevano al Consiglio di Amministrazione il consuntivo delle attività sociali della Banca, come dimostrano i verbali del CdA.

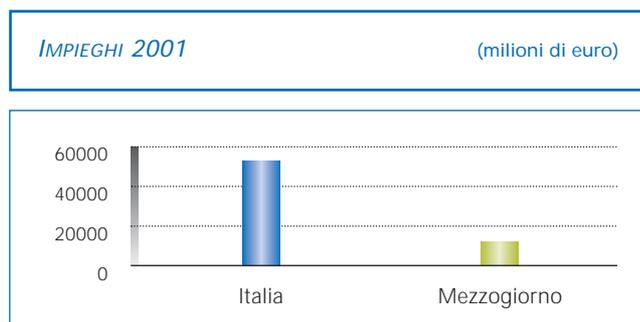
Ma anche perché la coscienza dei riflessi sociali dell'azione imprenditoriale della Banca appare come una costante nel corso dell'intera storia di BNL, tanto da indirizzarne le strategie di business.

Il finanziamento alla costruzione di case popolari e il sostegno all'attività dei pescatori sono state, per esempio, due tra le più importanti missioni affidate alla Banca ai suoi esordi, quasi novant'anni fa.

Nel 1910 fu scritto il disegno di legge che diede forma a BNL e che diceva: "È costituito un istituto con carattere di Ente morale autonomo denominato Banca Nazionale del Lavoro e della Cooperazione". Le sue missioni prioritarie erano il credito per le cooperative industriali e agricole di produzione e lavoro.

questi dati non siano ancora sufficienti a fare del Mezzogiorno una destinazione attraente per gli investimenti, soprattutto a causa dell'antica carenza di infrastrutture.

Questo trend dà conferma all'originaria intuizione di BNL di considerare il Mezzogiorno come una grande opportunità su cui convogliare fondi ed energie. BNL, da sempre presente nel Sud Italia e nelle isole con le sue filiali e agenzie in ogni capoluogo di regione e di provincia, nel corso del 2001 ha destinato il 18% dei suoi impieghi complessivi a quest'area geografica: su 52.110 milioni di euro di impieghi complessivi in Italia, 9.397 milioni di euro sono stati investiti nel Mezzogiorno.



Agroalimentare, hi-tech, energia e turismo sono alcuni dei settori chiave per lo sviluppo del Sud finanziati da BNL, a partire dalle produzioni tipiche che possono essere il motore per far crescere i distretti alimentari da integrare con il turismo.

Dalla Basilicata alla Sardegna le iniziative di BNL hanno riguardato inoltre l'erogazione dei fondi previsti dalla Legislazione di Sostegno: Fondi strutturali, Patti territoriali, Contratti d'area, Contratti di programma, legge n. 488/92, ricerca, e così via.

Nel 2001 a valere sulla legge n. 488/92, sono state erogate 848 agevolazioni per circa 169 milioni di euro di cui 4,14 milioni di euro per la ricerca. Il 70% circa degli stanziamenti è stato destinato al Mezzogiorno.

Per quanto riguarda i Patti territoriali, espressione della collaborazione sociale per l'individuazione di processi idonei allo sviluppo economico e occupazionale di un determinato territorio, nel 2001, su un totale di 930 milioni di euro di fondi gestiti da BNL (per 710 iniziative imprenditoriali di cui 91 infrastrutturali),

#### STORIA SOCIALE DEL BUSINESS DI BNL

Dal 1917, e per un decennio, l'Istituto fu costretto a richiedere al governo una crescente assistenza finanziaria; di conseguenza furono effettuati aumenti di capitale, cui partecipò direttamente lo Stato, e vennero concesse alla Banca nuove funzioni, codificate nello Statuto.

Dal marzo 1929 la Banca, dichiarata Istituto di Credito di Diritto Pubblico, poté esercitare il credito a favore di: "a) enti costituiti o riconosciuti dallo Stato che abbiano per iscopo l'assistenza economica e sociale dei produttori e dei lavoratori; b) istituzioni cooperative e loro consorzi; c) enti autarchici e

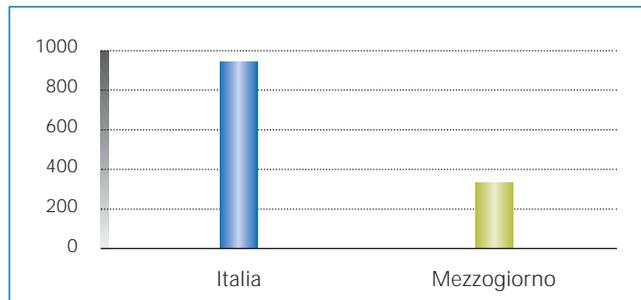
aziende dipendenti, enti pubblici, consorzi di bonifica, di irrigazione e simili; d) società, imprese e privati che svolgano attività produttiva nell'interesse dell'economia nazionale", come recitava il nuovo Statuto approvato nell'autunno dello stesso anno. A tutto ciò si aggiungeva la possibilità del credito agrario e del credito immobiliare per mezzo della relativa Sezione autonoma.

La dirigenza di BNL seppe condurre a termine tutta una serie di operazioni che furono di giovamento al Paese. In sintesi: salvataggi di banche ormai ridotte allo stremo (un esempio eclatante fu il comples-

310 milioni di euro sono stati destinati al Mezzogiorno (per un totale di 296 iniziative imprenditoriali di cui 28 infrastrutturali).

La Banca è risultata inoltre attiva nel finanziamento degli impianti di energia eolica localizzati in cinque regioni del Sud: Campania, Puglia, Basilicata, Molise e Sardegna. I finanziamenti sono stati realizzati con il ricorso allo strumento del project financing. Rammentiamo in proposito che l'Unione Europea si è proposta di installare sul territorio nazionale 40 mila MW di potenza eolica entro il 2010 per produrre il 12% della domanda di energia da fonte rinnovabile e in Italia a fine 2000 l'eolico installato aveva raggiunto solo 424 MW. BNL

PATTI TERRITORIALI FONDI GESTITI 2001 (milioni di euro)



ha allo studio il finanziamento in Calabria, sempre con il ricorso al project financing, di un impianto per la produzione di energia da smaltimento rifiuti.

## 2 Piccole e medie imprese, artigianato e cooperative

La peculiarità degli interessi e delle modalità di sviluppo dell'impresa piccola e media è una ricchezza del nostro sistema produttivo e BNL ha contribuito al suo sviluppo supportando le imprese in tutte le scelte dettate dal mutare degli orizzonti economici. In particolare la politica creditizia seguita da BNL nel comparto artigiano ha continuato

a concretizzare gli accordi di collaborazione con le principali associazioni di categoria (Confartigianato, CNA, CASA, Fedart), nell'intento di trovare forme sinergiche a sostegno dei bisogni non solo finanziari dell'impresa artigiana, e in particolare:

- BNL ha sottoscritto circa 400 convenzioni con le locali istituzioni espressioni dell'associazionismo

so processo, prima, di mantenimento operativo della Banca delle Marche e degli Abruzzi e, poi, di incorporazione in BNL); finanziamenti a numerose amministrazioni comunali oppresse da debiti di ogni genere; sistemazione dell'industria marmifera di Carrara e Fivizzano, prossima al fallimento; progetti di bonifica nelle Paludi pontine; partecipazione al capitale di società di pubblica utilità (per esempio, alla costruzione e conseguente gestione di centrali del latte e di mercati ittici); collocamento di obbligazioni di importanti enti e società (per esempio: l'Ente Autonomo Forze Idrauliche e la Società Anonima Nazionale "Cogne").



e i relativi Consorzi di Garanzia Collettiva Mutualistica Fidi che, anche attraverso il contenimento del pricing applicato all'impresa, mirano a sviluppare e migliorare l'accesso alle fonti di finanziamento a breve e medio-lungo termine dell'impresa artigiana;

- nel Gruppo BNL opera Artigiancassa SpA, da considerare la banca di riferimento a esclusivo sostegno dell'intero settore artigiano.

#### ARTIGIANATO

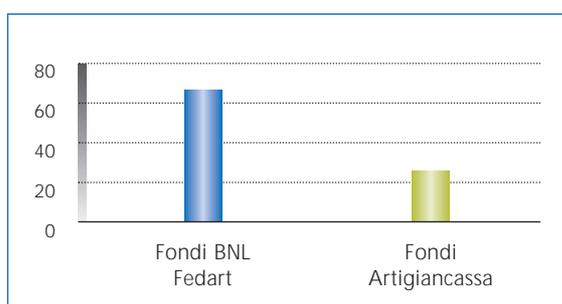
##### EROGAZIONI BNL 2001

Fondi BNL Fedart: 67 milioni di euro

Fondi Artigiancassa: 29,6 milioni di euro

EROGAZIONI 2001  
SETTORE ARTIGIANATO

(milioni di euro)



#### COOPERATIVE

La Banca nella sua attività creditizia ha continuato, in particolare, a tener conto, oltre che degli indicatori tipici dell'andamento economico e della situazione patrimoniale dei propri clienti, anche dei risultati di tipo mutualistico e del clima dei rapporti socio-cooperativi, quali segnalatori dello stato di salute degli organismi e del loro ruolo socio-economico.

La Sezione Coopercredito, struttura di riferimento del mondo cooperativo italiano, ha profuso particolare impegno nell'affiancare lo sviluppo della cooperazione gestendo l'incentivo recato dal Titolo I della legge n. 49/85, che ha istituito, presso la stessa Coopercredito, un apposito fondo di rotazione, denominato Foncooper, per l'erogazione di finanziamenti a tasso agevolato a fronte di investimenti produttivi attuati dalle PMI cooperative. Tale incentivo è stato decentrato dal luglio 2000 alle regioni e nel corso dell'esercizio sono state portate avanti le attività necessarie alla stipula degli appositi patti convenzionali per il riavvio dell'operatività e, inoltre, sono state concluse le istruttorie relative a richieste antecedenti il trasferimento stesso.

#### STORIA SOCIALE DEL BUSINESS DI BNL

Al termine della seconda guerra mondiale, BNL fu commissariata. La politica seguita dai commissari fu rivolta a riprendere specialmente i rapporti con enti pubblici e con le cooperative che puntavano a iniziative di ricostruzione post-bellica e, inoltre, a impegnarsi in servizi di carattere sociale e assistenziale.

Perciò il Collegio commissariale fondò la sua strategia su quattro punti: riconferma del carattere pubblico della Banca; mantenimento e, ove possibile, ulteriore sviluppo delle numerose Sezioni di credito speciale anche se in regime di concorrenza; gestione pri-

vaticistica; impegno specialmente a favore delle imprese destinate a operare nella ricostruzione. Così BNL divenne effettivamente la Banca del Tesoro (azionista di maggioranza per una quota pari all'85%) e, in quanto Istituto di Credito di Diritto Pubblico, fu soggetta a direttive di carattere generale da parte del ministero stesso. Questa rappresentazione di Banca del Tesoro ha caratterizzato la storia di BNL fino alla privatizzazione avvenuta nel 1998.

Quando, dopo la svolta deflazionistica del 1947, il Governo optò per un graduale mutamento della politica economica, furono varati, nel biennio 1949-50,

*I VOLUMI DI ATTIVITÀ DELLA BANCA  
PER IL 2001* (migliaia di euro)

|                                      |         |
|--------------------------------------|---------|
| Impieghi complessivi medi            | 466.171 |
| Erogazioni di finanziamenti a m/l t. | 95.036  |
| - di cui Foncooper                   | 14.911  |

Sono rappresentati nel Consiglio di Amministrazione della sezione gli esponenti delle principali associazioni nazionali cooperative legalmente riconosciute (Associazione Generale delle Cooperative Italiane, Confederazione Cooperative Italiane e Lega nazionale delle Cooperative e Mutue).

### 3 Settore energetico, finanza locale e opere pubbliche

L'esigenza di perseguire uno sviluppo sostenibile sta determinando profondi cambiamenti nella realtà economica e nel mondo imprenditoriale. L'ascesa nella considerazione collettiva dell'importanza dei servizi pubblici si è accresciuta con lo sviluppo della società dei servizi e del settore terziario, oltre che con il divenire sempre più pressante delle emergenze di natura ambientale, legate allo sfruttamento delle risorse naturali da parte delle nazioni più evolute.

Le problematiche connesse alla produzione di rifiuti e agli esiti dei processi produttivi e di consumo hanno assunto negli ultimi decenni proporzioni sempre maggiori. Tutto questo

è sintomo del progresso economico e dell'aumento dei consumi. La diversificazione dei processi produttivi ha, inoltre, generato la moltiplicazione della tipologia dei rifiuti e delle emergenze ambientali quali l'inquinamento idrico e atmosferico con effetti sempre più nocivi per l'ambiente.

Per far fronte a queste nuove esigenze del mercato e alle sfide poste dalla tutela dell'ambiente, sono oggi necessarie appropriate politiche del credito e strumenti come il project financing, che favoriscano investimenti specifici nelle tecnologie da parte delle

provvedimenti per opere pubbliche e case per i lavoratori; la riforma agraria e la creazione della Casa per il Mezzogiorno.

Sempre nel campo delle attività che hanno un profondo riflesso sociale, la Banca operò nel settore dell'emigrazione attraverso le intese con le banche estere e, mercé un'attrezzatura sempre più completa data all'apposito servizio, essa è intervenuta in 274.949 rimesse degli emigranti che hanno fatto affluire in patria un importo di oltre 11.500 milioni, quale controvalore della valuta estera che è stata naturalmente ceduta agli organi valutari dello Stato.



## STORIA SOCIALE DELL'INTERVENTO DI BNL NELLA COOPERAZIONE

Il settore della cooperazione, nel 1915, comprendeva circa settemila organismi – con un milione di soci – ma con potenzialità economiche limitate. Le cooperative di produzione e lavoro furono le prime a rivolgersi all'Istituto Nazionale di Credito per la Cooperazione appena costituito, che poi sarebbe divenuto Banca Nazionale del Lavoro.

I dirigenti dell'Istituto, nell'impossibilità di accontentare tutte le richieste, seguirono una linea di condotta che prevedeva di favorire: per le cooperative di lavoro, le iniziative che garantissero il contenimento del costo degli appalti; per le cooperative di consumo, quelle che alleviassero il rincaro dei prezzi; per le cooperative agricole quelle che concorressero alla produzione di generi alimentari di prima necessità. Ancora a guerra in corso, venne progettato un "Consorzio per le scuole pratiche di cooperazione e previdenza" cui parteciparono oltre l'Istituto, la Lega Nazionale delle Cooperative, la Società Umanitaria e la Fondazione P.M. Loria. Alla fine del conflitto vennero istituiti corsi, di vario livello, per operatori che l'Istituto finanziò per diversi anni.

Nella difficile fase di transizione dalla guerra alla pace, la Direzione dell'Istituto si adoperò per agevolare la concentrazione delle cooperative della produzione e del lavoro al fine di operare più facilmente nel settore delle opere pubbliche in Italia ed, eventualmente, all'estero. Il primo tentativo, a livello nazionale, di organizzare insieme varie cooperative portò alla costituzione nel settembre 1919 del Consorzio Operaio Metallurgico Italiano, con sede a Genova, in cui confluirono diciassette cooperative, quasi tutte dell'Italia settentrionale. L'Istituto spese la sua influenza per far assegnare al Consorzio commesse dalle Ferrovie dello Stato. Nello stesso anno prese l'iniziativa, insieme alla

*Per far fronte a queste nuove esigenze del mercato e alle sfide poste dalla tutela dell'ambiente, sono oggi necessarie appropriate politiche del credito e strumenti come il project financing*

imprese per ridurre il loro impatto ambientale e per favorire l'operatività in settori quali l'igiene urbana e quello idrico, la produzione di energia da fonti alternative, lo sviluppo infrastrutturale di recupero delle aree industriali dismesse con relativa bonifica.

In questo ambito BNL da tempo ha introdotto un servizio all'avanguardia nel monitoraggio e nell'intervento creditizio nei settori delle commodity e delle infrastrutture, con un riguardo particolare agli ambiti dell'ecocompatibilità, dell'approvvigionamento dell'acqua, dell'energia da fonti alternative e rinnovabili.

L'attenzione, per esempio agli impianti di generazione elettrica con certificati verdi, e la consulenza specialistica tecnico-finanziaria per la strutturazione di operazioni nel settore dell'economia sociale sono attività che assegnano all'Ufficio Energia e Infrastrutture una dotazione d'avanguardia per la conoscenza dei processi di crescita e per la compatibilità dell'intervento creditizio con l'ambiente e la società che lo vive.

L'Ufficio Energia e Infrastrutture recentemente ha fornito consulenza ad alcune imprese nel settore idrico e a un Comune per la bonifica e la valorizzazione di un'area industriale dismessa; è fattivamente attivo nello sviluppo commerciale nel settore energetico con particolare riferimento

*INTERVENTI 2001 NEI SETTORI RILEVANTI*

| SETTORE                                       | NUMERO OPERAZIONI | INVESTIMENTO COMPLESSIVO | NOTE   |
|---|-------------------|--------------------------|--|
| Energia da fonti rinnovabili<br><i>Eolico</i> | 2                 | 627 mln di euro          | 2 finanziamenti in corso per un ammontare complessivo pari a circa 557 milioni di euro (quota BNL pari a 32,2 milioni di euro).  |
| Ambiente:<br><i>Waste to energy</i>           | 3                 | 340 mln di euro          | 2 finanziamenti in corso per un ammontare complessivo pari a circa 142 milioni di euro (quota BNL pari a 28 milioni di euro). 1 finanziamento in fase di organizzazione per un ammontare complessivo di circa 150 milioni di euro. |

sia all'energia eolica sia a sistemi di recupero di energia dai processi produttivi. L'attività di project financing vede anno dopo anno il consolidarsi della posizione di BNL nell'ambito dei protagonisti del settore in Italia.

**FINANZA LOCALE**

Nel corso del 2001, inoltre, BNL ha curato l'emissione e il collocamento di local bond, per un importo complessivo di 65.472.000,00 euro diretti principalmente al finanziamento di opere pubbliche per conto dei seguenti enti:

- Regione Toscana: destinati al potenziamento delle strutture sanitarie, con l'obiettivo di ridurre i tempi di attesa per l'accesso ai servizi e per acquisire nuove tecnologie adeguate ai migliori standard europei;

- Provincia di Massa Carrara: destinati alla realizzazione di investimenti vari in opere pubbliche;
- Comune di Rovigo: destinati ai lavori di completamento e di restauro del Palazzo Roverella. Nel medesimo esercizio la Banca ha ottenuto il mandato per l'emissione di local bond per conto di:
- Comune di Genova: da destinare a studi di progettazione e investimenti per la ristrutturazione e la manutenzione di scuole, strade e altri edifici facenti parte del patrimonio comunale;
- Provincia di Rimini: per acquisto immobiliare;
- Comune di Teramo: per la realizzazione di opere pubbliche varie, fra le quali interventi di qualificazione e recupero urbano, di allestimento di aree verdi, di realizzazione di fognature e di sistemazione di canali di raccolta delle acque piovane.

## 4 Cinema

BNL ha con il cinema italiano un rapporto speciale, consolidato da oltre 60 anni di sodalizio nel corso dei quali la Banca, attraverso un'apposita Sezione di Credito Cinematografico e Teatrale, ha dimostrato di essere un valido supporto finanziario a tutta la filiera dell'industria cinematografica.

Con la privatizzazione di BNL avvenuta nel 1998

la Sezione è stata incorporata nella Capogruppo con compiti di gestione dei fondi dello Stato, di cura dei rapporti istituzionali con il mondo dello spettacolo e soprattutto con facoltà di dare un parere da un punto di vista tecnico su ogni progetto cinematografico. L'attività ordinaria della Sezione è stata invece trasferita alla Rete, concorrendo quindi



la Biennale di Venezia

58. mostra internazionale d'arte cinematografica

Venezia 29 agosto > 8 settembre 2001

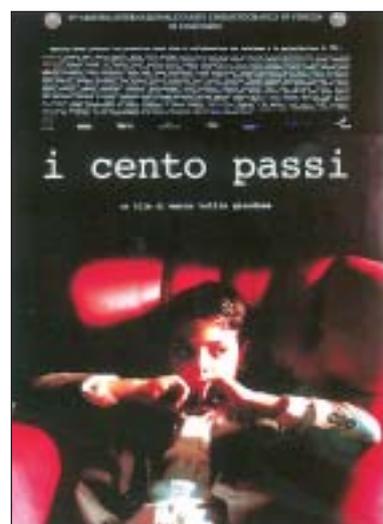
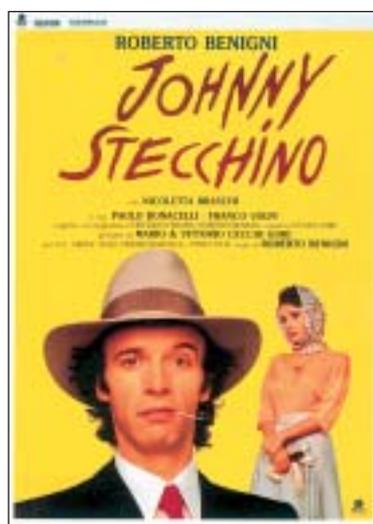
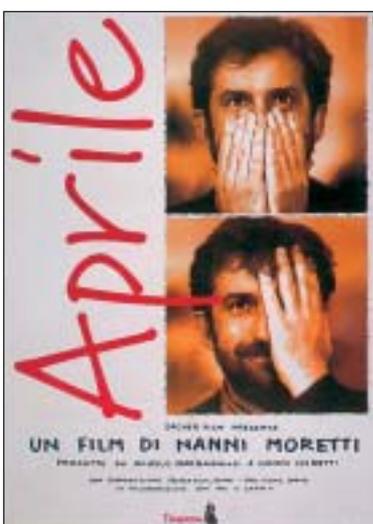
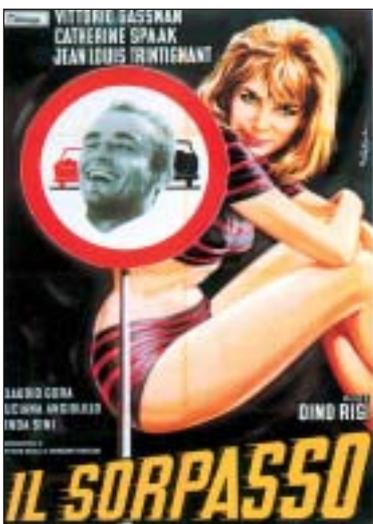
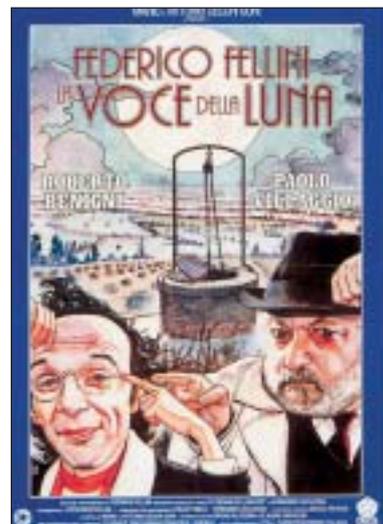
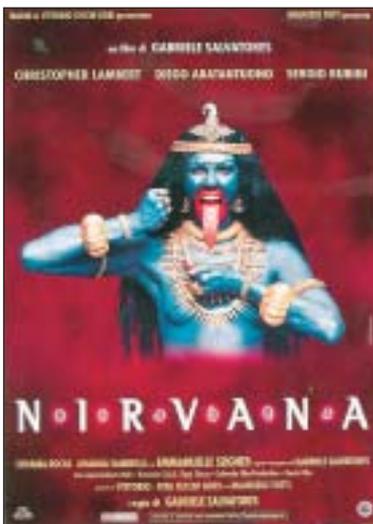
TELECOM ITALIA  
www.telecomitalia.it

BNL

WELLA

DA SESSANT'ANNI AL SERVIZIO DEL CINEMA ITALIANO

www.labiennale.org



BNL FINANZIA LA PRODUZIONE, LA DISTRIBUZIONE E L'ESPORTAZIONE DI FILM (QUI SOPRA ALCUNI TITOLI), SIA CON FONDI STATALI CHE PROPRI. INTERVIENE, INOLTRE, ANCHE SUL TERRENO DEL FINANZIAMENTO DELLE INDUSTRIE TECNICHE E DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE.

## 5 Policy sul commercio di armamenti

BNL, nell'ambito della sua attività, effettua transazioni in occasione di esportazione, importazione e transito di materiali di armamento. Nel corso del 2001 la Banca ha ottenuto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze 147 autorizzazioni per transazioni complessive pari a 111,232 milioni di euro, principalmente verso i Paesi europei e i Paesi membri della NATO e dell'OCSE per necessità istituzionali di difesa e sicurezza del proprio territorio. In queste operazioni la Banca si è limitata ad assumere una funzione esclusivamente tecnica accogliendo i pagamenti provenienti dall'estero ed effettuando l'accredito all'azienda italiana solo dopo l'accertamento delle relative autorizzazioni governative. Più in dettaglio, riguardo a ciò, è previsto che tutte le transazioni bancarie in materia vadano notificate al Ministro del Tesoro, che le autorizza entro 30 giorni qualora verifichi il rispetto di quanto stabilito dalla legge.

La legislazione italiana (legge n. 185/90) stabilisce che tutte le operazioni riguardanti materiali di armamento siano vietate ove in contrasto con la Costituzione, con gli impegni internazionali dell'Italia e con i fondamentali interessi della sicurezza dello Stato. La legge n. 185/90, che disciplina questa

materia, rappresenta una realtà legislativa fortemente innovativa nel panorama internazionale, sostenuta anche dalle più note organizzazioni internazionali impegnate a favore dei temi della pace, della solidarietà e difesa dei diritti dell'uomo, e considerata tra le più restrittive e trasparenti al mondo. Richiede infatti rigorosi controlli sull'utente finale degli armamenti venduti concedendo autorizzazioni solo per esportazioni finalizzate alla difesa e alla sicurezza interna di governi di Stati sovrani, escludendo:

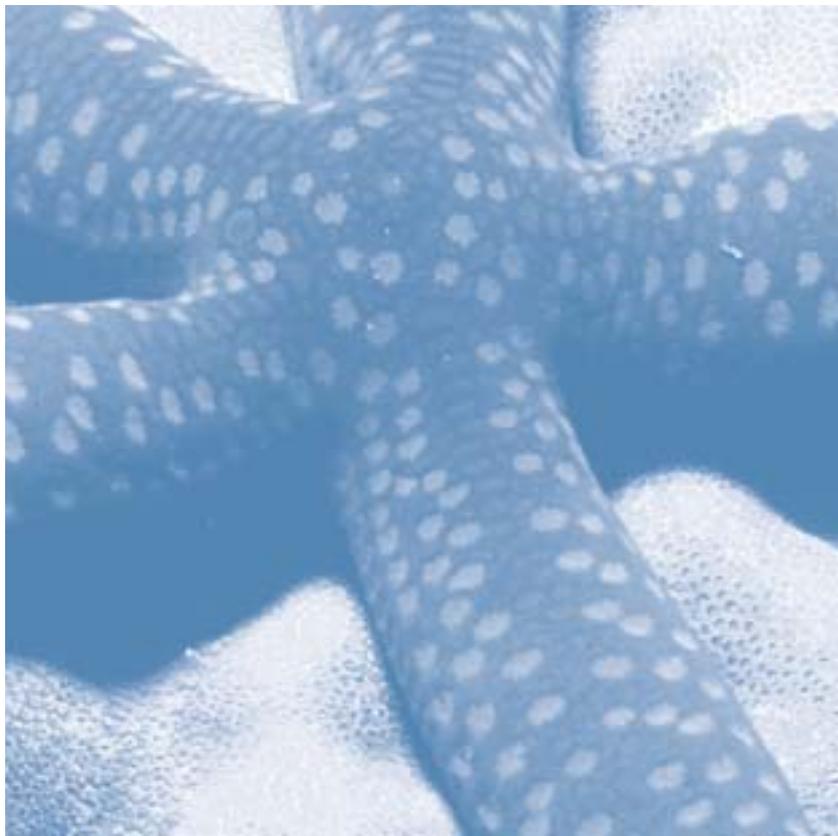
- Paesi in stato di conflitto armato e in contrasto con i principi dell'art. 51 della Carta delle Nazioni Unite (Pace e sicurezza internazionale);
- Paesi la cui politica contrasti con l'art. 11 della Costituzione, quindi gli Stati che si dimostrino propensi a mettere in atto aggressioni;
- Paesi nei cui confronti sia dichiarato un embargo delle Nazioni Unite;
- Paesi i cui governi siano responsabili di accertate violazioni delle convenzioni internazionali in materia di diritti dell'uomo;
- Stati che, ricevendo aiuti dall'Italia, destinino al bilancio militare risorse eccedenti rispetto alle esigenze di difesa del Paese.

### STORIA SOCIALE DELL'INTERVENTO DI BNL NEL CINEMA

Nell'ambito delle Sezioni speciali – le quali tutte parteciparono a iniziative di carattere sociale – bisogna sottolineare però l'attività della Sezione Cinematografica diretta a concedere assistenza creditizia al cinema italiano sia nel settore della produzione sia in quello della riorganizzazione industriale e commerciale. Poiché successive leggi continuarono a stabilire provvidenze pro cinema, BNL mantenne costante nel tempo (fra il 40 e il 50% in riferimento all'intera produzione) il livello dei prestiti deliberati a cortometraggi e lungometraggi. Un cenno a parte merita poi la par-

tecipazione al capitale dell'Ente Nazionale per la Cinematografia, che BNL avrebbe voluto ampliare e che fu, invece, costretta a cedere quando, nel 1930, il Governo decise di vendere l'Ente a un gruppo di imprenditori privati.

In quell'occasione la Banca si dimostrò lungimirante e, negli anni successivi e ben prima della creazione della Sezione Cinematografica, si adoperò a favore dell'Istituto Luce cui proponeva, dopo la costituzione della sezione, di "allacciare rapporti proficui interessanti l'avvenire certo dell'industria cinematografica".





## *Capitolo 4*

### **La collettività**



**L'ECONOMIA È SOSTENIBILE SE C'È UN EQUILIBRIO TRA RICCHEZZA PRODOTTA E CONSUMATA, SAPENDO PERÒ CHE IL VALORE DI CIÒ CHE SI CONSUMA VA CALCOLATO TENENDO PRESENTE NON SOLO IL SISTEMA PRODUTTIVO MA ANCHE IL CONTESTO AMBIENTALE, SOCIALE E CULTURALE. È IL SETTORE BANCARIO E FINANZIARIO APPARE QUELLO PIÙ SENSIBILE A POLITICHE DI TIPO SOCIALE, OVVERO FILANTROPICO, CULTURALE E AMBIENTALE.**

## 1 Sostenibilità

BNL si muove in questo spazio con una presenza originale e con uno sforzo significativo nella convinzione che oggi più che mai un'azienda debba essere anche socialmente responsabile. Nei paragrafi che seguono si trovano le varie iniziative umanitarie, culturali e sportive sostenute dalla Banca. In sintesi, i valori economici sono così ripartiti:

### **PARTNERSHIP E ATTIVITÀ DI SOSTEGNO**

Nel 2001 la Banca ha destinato a sponsorizzazioni nel campo del sociale, della cultura e dello sport 3.581.518 euro, ripartiti tra le varie iniziative con le seguenti percentuali:

- 32,83% per aiuti umanitari e sostegno al sociale
- 58,64% per sostegno alla cultura
- 8,52% per sostegno allo sport.

### **DONAZIONI**

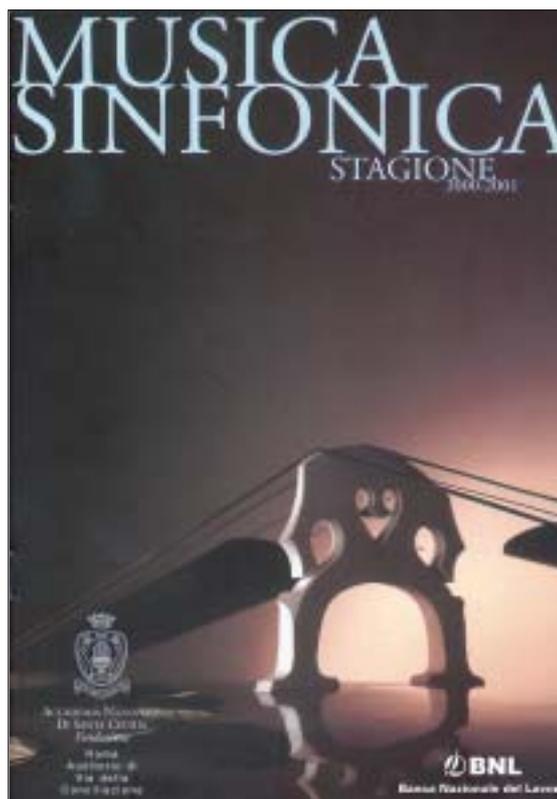
Nel 2001 la Banca ha donato 188.500 euro a favore di enti e associazioni non-profit operanti in campo sociale, assistenziale, religioso, culturale e sportivo.

Tale ammontare è stato così ripartito:

- 89% per aiuti umanitari e sostegno al sociale
- 11% per sostegno alla cultura.

Tra le donazioni di maggiore rilievo vanno ricordati gli interventi a favore di Telethon per la ricerca sulle malattie genetiche, della Fondazione Italiana per la Ricerca sul Cancro, delle popolazioni del Kosovo

e di quelle colpite dai terremoti in Umbria e nelle Marche. L'attività di comunicazione di BNL nell'area del sociale e del non-profit è realizzata in modo da valorizzare anche il coinvolgimento del pubblico dei clienti sulle finalità dei progetti promossi. La Rete della Banca è così diventata nel tempo un capillare strumento di raccolta e di sensibilizzazione sociale e culturale finalizzato alla piena realizzazione di tali iniziative.



## 2 Aiuti umanitari e sostegno al sociale

### TELETHON

Da oltre dieci anni, BNL è la Banca ufficiale di Telethon, la maratona televisiva di raccolta fondi in favore della ricerca sulle malattie genetiche. Si tratta di una partnership lunga e vincente che ogni anno si avvale della dedizione, della creatività, dello spirito di squadra e della professionalità degli uomini BNL, raggiungendo straordinari risultati di raccolta.

La Banca, infatti, si fa promotrice presso tutte le sue agenzie di "Casa Telethon BNL", di una serie di iniziative culturali, di spettacolo, sportive e folcloristiche che hanno l'obiettivo di incentivare

la raccolta e di sensibilizzare i propri clienti, e non solo loro, a temi e problematiche legati alla ricerca medico-scientifica.

Un impegno che ha permesso di ottenere, anno dopo anno, traguardi sempre più importanti: dai quasi 155 mila euro del 1992, con il coinvolgimento di sole 36 agenzie BNL, si è passati agli oltre 7 milioni e 700 mila euro del 1994 attraverso l'apertura di tutti gli sportelli. Un trend positivo che ha portato nel 2001 al record di oltre 12 milioni e 600 mila euro (oltre il 50% della somma raccolta nel corso delle 32 ore di maratona televisiva).





LA BANCA HA SEMPRE MOSTRATO CONCRETA ATTENZIONE NEI CONFRONTI DELLE EMERGENZE UMANITARIE. TRA GLI APPUNTAMENTI, IL MEETING INTERNAZIONALE RAINBOW, L'IMPORTANTE MANIFESTAZIONE NEL CAMPO DELLA LOTTA ALLA TOSSICODIPENDENZA, E L'IMPEGNO DELLA COMUNITÀ DI S. EGIDIO PER LA DIFESA DEI DIRITTI UMANI.

In 10 anni di partnership BNL ha raccolto complessivamente oltre 85 milioni di euro. Un importo rilevante che ha consentito alla Fondazione Telethon di diventare una realtà di primaria importanza nell'attività scientifica e sociale italiana e internazionale.

Dal 1990 sono state, infatti, oltre 90 le scoperte in campo genetico di valore mondiale che hanno permesso di conseguire grandi vittorie nella cura di terribili malattie.

#### **MEETING INTERNAZIONALE RAINBOW**

Testimonianza di impegno sociale è anche il sostegno di BNL nell'organizzazione dell'annuale "Meeting Internazionale Rainbow" nella Comunità di San Patrignano, una delle manifestazioni più importanti nel campo della lotta alla tossicodipendenza che vede coinvolte personalità e istituzioni del mondo culturale, economico, politico e sociale per il recupero

dei tossicodipendenti in tutto il mondo. L'obiettivo dell'incontro è quello di condividere esperienze e provare a condurre a livello mondiale la lotta alla droga: dalla prevenzione, alla reintegrazione delle "vittime" di questo drammatico fenomeno, alla sfida alle grandi organizzazioni criminali.

#### **ASSISTENZA UMANITARIA**

Sono stati effettuati vari interventi a favore di enti e associazioni che operano in favore delle persone più deboli e bisognose: l'infanzia, i disabili, gli emarginati e i malati gravi e terminali.

La Banca ha sempre mostrato concreta attenzione nei confronti delle emergenze umanitarie. Nel corso del 2001 sono stati effettuati interventi a sostegno dell'opera svolta da organismi nazionali e internazionali, tra i quali: la Croce Rossa Italiana, la Fondazione di S. Egidio per la Pace, l'Unicef. Tra le erogazioni più significative si segnalano

*In dieci anni di partnership BNL ha raccolto oltre 85 milioni di euro, consentendo alla Fondazione Telethon di diventare una realtà di primaria importanza nell'attività scientifica.*

## *La Banca eroga i propri servizi bancari a titolo gratuito a favore di numerosi enti i cui fini istituzionali sono rivolti alla realizzazione di iniziative umanitarie*

quelle a favore della ricerca di cure contro le leucemie e i linfomi e per la lotta alla trombosi e le donazioni a favore delle persone bisognose tramite la Caritas. Inoltre, BNL ha dato particolare sostegno, con erogazioni straordinarie, a coloro che sono stati colpiti da gravi calamità.

### **PUBBLICA AMMINISTRAZIONE**

Anche gli storici rapporti della Banca con la Pubblica Amministrazione hanno consentito di sviluppare diverse attività con finalità sociali. La Banca eroga i propri servizi bancari a titolo gratuito a favore di numerosi enti i cui fini istituzionali sono rivolti alla realizzazione di iniziative umanitarie, e in particolare, oltre a ciò, è intervenuta con contributi ed erogazioni.

Infine ha sostenuto il FAI-Fondo Italiano per l'Ambiente e l'Associazione Italiana Donatori Sangue BNL. E questo sodalizio, fondato nel 1976

e la cui attività, inizialmente confinata nell'ambito della sola donazione del sangue, oggi si esplica anche in:

- assistenza e donazione sangue a tutti quelli che ne hanno necessità;
- collaborazione con altre società onlus ("Ali di scorta" e "La città di tutti");
- iniziative collaterali nel campo del sociale ("Mille lire al mese", "Progetto anziani BNL", "Fast hotel", "Donazione organi e midollo osseo");
- distribuzione di giocattoli e oggetti ai bambini di Oncologia Pediatrica e a quelli affetti da Aids;
- erogazione di una borsa di studio a favore di una psicologa presso il Reparto di Oncologia Pediatrica del Policlinico Gemelli di Roma;
- sostegno ai valori della speranza e della solidarietà, integrando il contributo della Banca con libere offerte dei colleghi.

## **INIZIATIVE UMANITARIE DI ALCUNE AZIENDE DEL GRUPPO BNL**

### **BNL GESTIONI SGR**

#### **FONDO ETICO "BNL PER TELETHON"**

BNL, da sempre presente a sostegno di iniziative non-profit, ha scelto di affrontare il tema della finanza etica con molta attenzione, ricercando una prima modalità d'intervento che valorizzasse al massimo le esperienze già sviluppate.

Per questa ragione il punto di partenza è stato il rapporto privilegiato che da molto tempo lega BNL a Telethon, la manifestazione a sostegno della ricerca scientifica contro le malattie genetiche.

È nato così "BNL per Telethon", un fondo comune mobiliare di tipo obbligazionario misto, gestito da BNL Gestioni SGR, la cui politica d'investimento si ispira a principi etici per la selezione di strumenti d'investimento escludendo Stati che non rispettano i diritti umani e aziende che operano in attività lesive della salute, della dignità umana e dell'ambiente.

Il fondo si distingue dai prodotti analoghi perché accomuna in un unico strumento tre caratteristiche fondamentali:

- è un fondo che, oltre ad attuare una politica d'investimento

» a pag. 56

**ATTIVITÀ ANTIRICICLAGGIO**

I tragici eventi dell'11 settembre hanno dimostrato come per vincere il terrorismo internazionale occorra bloccarne le fonti di finanziamento.

Ciò comporta la necessità di una maggiore attenzione al fenomeno del riciclaggio di denaro sporco. Gli USA, già dal 12 ottobre 2001, hanno varato una serie di misure più restrittive.

L'Unione Europea ha varato una nuova direttiva antiriciclaggio che ha imposto ai Paesi membri di integrare le attuali leggi in materia, includendo tra i reati previsti ai fini delle segnalazioni di operazioni sospette anche quelle ricollegabili al terrorismo.

Su istruzioni pervenute dagli organi deputati alla Vigilanza Antiriciclaggio (Banca d'Italia, Ufficio Italiano Cambi, Associazione Bancaria Italiana) la Banca ha immediatamente diramato a tutta la struttura (filiali e società partecipate italiane ed estere) le liste di nominativi e/o organismi collegati al terrorismo internazionale per segnalare l'eventuale presenza di rapporti alle competenti autorità.

A seguito dell'emanazione del d.l. n. 353/01, che prevedeva il blocco dei capitali e di altre risorse finanziarie delle persone e/o organismi facenti parte delle predette liste, è stato effettuato il blocco di alcune posizioni.

Infine, considerata la rilevanza anche sociale del problema, alla fine dell'anno – nell'ambito del nuovo assetto organizzativo – è stato individuato nell'ufficio del Delegato Unico di Gruppo ex legge n. 197/91 il compliance officer, allo scopo di presidiare e coordinare tutte le attività connesse con l'antiriciclaggio e di avere una visione univoca dell'argomento, attivando – laddove si rendessero necessari – gli opportuni contatti interfunzionali per le iniziative aventi impatto sulle responsabilità delle diverse strutture della Banca e del Gruppo.

In aggiunta BNL amministra, per conto della Consap-Concessionaria Servizi Assicurativi Pubblici SpA, la gestione di cassa e patrimoniale del Fondo di solidarietà per le vittime delle richieste estorsive e dell'usura, svolgendo gli ordini di pagamento disposti dalla Consap, da utilizzare con le modalità previste da apposita convenzione.



PER PARTECIPARE ATTIVAMENTE ALLA VITA SOCIALE, POLITICA ED ECONOMICA DEL PAESE, BNL HA AVVIATO IL PROGETTO CULTURALE “LE RADICI DEL FUTURO” CON L’OBIETTIVO DI CONTRIBUIRE ALLA RIFLESSIONE SUI VALORI CHE IL NOVECENTO CI HA LASCIATO.



### 3 Sostegno alla cultura

Per testimoniare la sua partecipazione attiva alla vita sociale, politica ed economica del Paese, BNL ha avviato un importante progetto culturale chiamato “Le radici del futuro” con l’obiettivo di contribuire attivamente alla riflessione sui valori

che il Novecento ha lasciato al nuovo secolo e sulle tendenze che caratterizzano l’avvio del nuovo millennio. La Banca ha quindi messo a disposizione degli studiosi e del grande pubblico il proprio patrimonio storico

#### INIZIATIVE UMANITARIE DI ALCUNE AZIENDE DEL GRUPPO BNL

» da pag. 54

stimento etica, devolve alla Fondazione Telethon metà delle commissioni di gestione, e per questa via realizza finalità solidaristiche;

- è un fondo che dichiara in modo assolutamente trasparente il destinatario delle devoluzioni;
- il rendimento per il sottoscrittore non è penalizzato in quanto è BNL Gestioni SGR a rinunciare a una quota della propria commissione in favore di Telethon.

Per una corretta gestione del fondo e per tenere fede alle sue finalità, la società di gestione è suppor-

tata nella valutazione di eticità degli emittenti i singoli titoli da una società di consulenza etica. Inoltre, BNL Gestioni SGR è affiancata da un Comitato consultivo etico, composto da personalità indipendenti, che fornisce gli indirizzi strategici per le scelte d’investimento. Per esempio, un importante principio rilevante indicato dal Comitato è la contrarietà all’investimento in titoli emessi da Stati in cui vige l’applicazione della pena di morte.

Mentre sul fronte societario, oltre che prevedere divieti d’investimento per le società non sensibili ai temi etici, privilegia gli investimenti in azioni e obbligazioni



di documenti, esperienze e conoscenze attraverso un articolato programma di convegni, iniziative cinematografiche, pubblicazioni, mostre, rassegne ed esposizioni che continueranno a svilupparsi in un arco temporale triennale, concludendosi nel 2003, anno in cui BNL celebrerà i suoi primi novant'anni.

Protagonista, dunque, di questi eventi è il Novecento, il “secolo degli estremi”, con i suoi grandi cambiamenti economici e i grandi drammi sociali, con le conquiste civili, le profonde spinte e le cadute culturali. Contraddizioni e progressi che hanno però costituito un'esperienza che può servire oggi alla realizzazione di una nuova idea di sviluppo.

Una crescita che per essere tale deve far riferimento a pratiche, conoscenze e linguaggi già ben radicati nei sistemi sociali, basandosi sull'importanza della “ricchezza silenziosa”, intesa come insieme

di quelle componenti relazionali (fiducia, reciprocità, impegno, solidarietà) che da sempre hanno favorito la creazione di valore e che oggi sono soggette al rischio di inaridimento, tra crescenti tensioni disgregatrici.

Per meglio approfondire questo tema, il progetto “Le radici del futuro” affronta due ambiti tematici specifici: “Arte e Creatività” ed “Economia e Società”. Con “Arte e Creatività” BNL vuole offrire un riconoscimento all'arte e alla creatività: dalle esperienze più tradizionali come la musica, la pittura, il teatro, l'artigianato, la moda, a quelle più innovative come la nuova editoria, il cinema, la televisione, le arti visive. Analizzare e capire le dinamiche di queste culture diventa, infatti, fondamentale per comprendere i possibili sviluppi futuri e le azioni da intraprendere per potenziarli ed espanderli.

Con “Economia e Società” BNL, invece, vuole aprire un dibattito sul mutamento del rapporto tra ricchezza e povertà all'interno e all'esterno dei Paesi sviluppati e sulle prospettive dell'economia e della finanza etica.

emesse da società che adottano spontaneamente misure di tipo etico-sociale (codici etici, regolamenti interni sull'impatto ambientale, bilanci sociali ecc.). Sulle scelte etiche adottate nella politica d'investimento viene inoltre data ampia informativa ai sottoscrittori anche tramite un apposito rapporto annuale che accompagna il rendiconto del fondo.

### BNL MULTISERVIZI SPA

La società partecipa al consorzio per la creazione del portale sanitario dell'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù di Roma, il più grande centro per la cura dei bambini dell'Italia centro-meridionale e fra i più im-





In particolare, nel corso del 2001, la riflessione si è concentrata sulla necessità di ripensare il presente e il futuro, mettendo da parte le forti emozioni provocate dalle drammatiche vicende dell'11 settembre e creando un tavolo di confronto sulla portata dei mutamenti e delle

continuità che caratterizzano il nostro tempo. In questo spirito BNL ha invitato a Roma l'11 dicembre 2001, in un convegno internazionale, un gruppo di autorevoli testimoni, uomini delle istituzioni, imprenditori, esponenti dell'arte e della scienza, pastori della chiesa, studiosi dei problemi della globalizzazione, a confrontarsi su come "riprogettare l'Agenda", ripensando a un nuovo equilibrio tra economia e società e individuando nuove priorità in una prospettiva di medio e lungo termine.

#### CONTRIBUTI FINANZIARI

Gli interventi finanziari della Banca a favore della cultura sono vari e capillari. Vanno ricordate le importanti borse di studio per laureati in materie economico-finanziarie e il sostegno a diversi istituti scolastici superiori e scuole dell'obbligo per favorire la partecipazione degli alunni ad attività didattiche extra-curricolari (410.166,54 euro).

Tra le attività di sponsorizzazione nell'ambito del cinema, del teatro e della ricerca figurano in particolare le seguenti:

- 58ª Edizione della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia;

#### INIZIATIVE UMANITARIE DI ALCUNE AZIENDE DEL GRUPPO BNL

portanti e attrezzati istituti di cura e ricerca scientifica d'Europa. Il portale, primo del genere in Europa, intende offrire un'ampia gamma di servizi a famiglie, professionisti, sanitari, Asl, case farmaceutiche, enti previdenziali, aziende specializzate per l'infanzia.

BNL Multiservizi SpA si occupa in particolare della sicurezza per la trasmissione dei dati garantendo l'identità degli utenti, responsabilizzandoli sul contenuto di quanto trasmesso, superando le barriere territoriali e avvicinando l'ospedale al pediatra di base, consentendo di affrontare i casi più urgenti con tempestività e qualità di servizio.

#### LOCAFIT SPA

La società ha dato appoggio alla nascita di un organismo il cui obiettivo è rendere autosufficienti alcune persone povere e bisognose d'aiuto dell'America Latina: "La caja de los pobres Paolo Baffi" opera in Perù nella regione dell'Apurimac sulla Cordigliera andina.

Si tratta di un'iniziativa di microcredito avviata in partnership con la Caritas di Chuquibambilla che ha riscontrato un notevole successo accumulando prestiti per 217.644 N.Soles (la moneta locale) di cui 145.394 destinati a singoli individui e i rimanenti 72.250 a gruppi di solidarietà (dati al 30 settembre 2001).

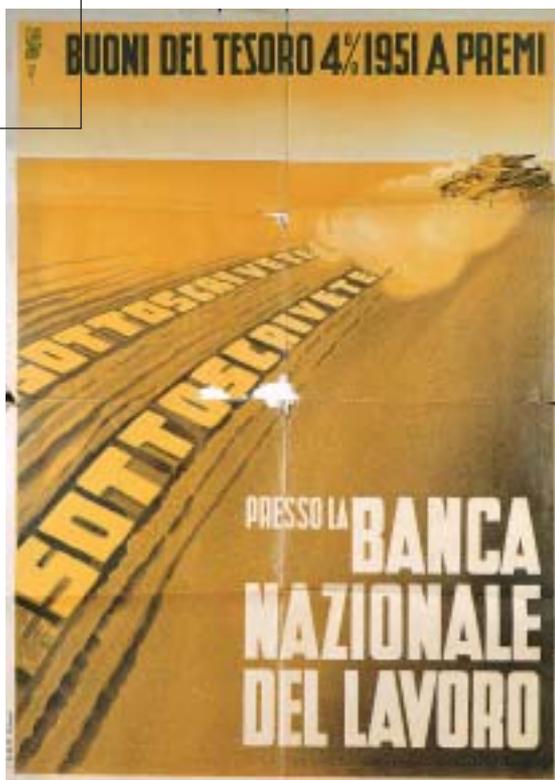
L'ARCHIVIO STORICO BNL CONSERVA, OLTRE AI DOCUMENTI CARTACEI RELATIVI A TUTTA LA STORIA DELLA BANCA, ANCHE UNA RICCHISSIMA RACCOLTA DI MATERIALE ICONOGRAFICO. NE È ESEMPIO L'IMMAGINE QUI A LATO.

- Retrospettiva del Cinema Italiano a cura della Fondazione Italia-Giappone presso il National Film Center di Tokyo;
- Mostra Klimt-Kokoschka-Schiele. "Dall'Art Nouveau all'Espressionismo" presso il Complesso del Vittoriano a Roma;
- Mostra L. Baumgarten presso la Fondazione Scientifica Querini Stampalia di Venezia;
- Rappresentazioni della Compagnia del Teatro Goldoni de "Il viaggio a Venezia" (Teatro Argentina, Roma – Teatro Verga, Catania – Teatro Goldoni, Venezia) e de "Il giuoco delle parti" (Teatro Goldoni, Venezia);
- Presentazione della XIX Edizione del "Rapporto sul risparmio", realizzata in collaborazione con il Centro Einaudi, presso l'Associazione della Stampa Estera in Italia a Roma.

#### SERVIZI ALLA CULTURA

##### ARCHIVIO STORICO BNL

L'istituzione dell'Archivio Storico prende l'avvio



dalla dichiarazione della Soprintendenza Archivistica del Lazio, notificata alla Banca il 18 agosto 1994, con cui, facendo riferimento al D.P.R. n. 1409/63, viene riconosciuto il "notevole interesse storico" del patrimonio

#### CONTRIBUTO ALLA CULTURA DI ARTIGIANCASSA SPA

Artigiancassa ha sponsorizzato il restauro di una terracotta policroma di Andrea Della Robbia, con-



servata nel Museo della Porziuncola di Assisi.

Il restauro è stato celebrato con una manifestazione svoltasi il 5 ottobre 2001 nel Chiostro e nel Refettorio della Basilica patriarcale di Santa Maria degli Angeli, cui hanno partecipato anche esponenti del Governo e personalità della Regione Umbria, nonché rappresentanti delle Confederazioni e dell'intero mondo associativo.

Tale manifestazione, ampiamente segnalata dalla stampa e dai media, è stata accompagnata da un volume che illustra l'opera di Andrea Della Robbia e le diverse fasi del restauro, compiuto da una cooperativa artigiana specializzata.

## INIZIATIVE STORICHE DI BNL NEL CAMPO CULTURALE

**F**in dal primo dopoguerra, la Banca ha offerto il suo contributo alla crescita della cultura economica con la creazione delle riviste *Moneta e credito* e *Quarterly Review*. Il rinnovato Ufficio Studi di BNL riuscì, in quell'epoca di ricostruzione, a dare alle due riviste prestigio e risonanza internazionale accreditandole fra gli economisti e gli studiosi di problemi finanziari. Merita sottolineare che *Quarterly Review*, nata nel 1947, rende esplicito l'orientamento di apertura internazionale e di rinnovamento culturale di BNL, rimasto inalterato dal dopoguerra a oggi. La rivista *Moneta e credito*, dal 1948 a oggi, è diventata una prestigiosa tribuna del dibattito economico, il cui valore scientifico è riconosciuto in tutto il mondo, grazie anche alla collaborazione dei maggiori economisti italiani e stranieri, fra i quali alcuni premi Nobel.

Negli anni Cinquanta e Sessanta, poi, BNL continuò ad ampliare il suo inserimento nel mondo politico e culturale contribuendo allo sviluppo della Svimez e dell'Isco, sostenendo numerose iniziative di ricerca scientifica e finanziando, presso l'Università Bocconi di Milano, una cattedra di Tecnica bancaria. Esaminando la documentazione depositata presso l'Archivio Storico BNL, è possibile poi trovare ampie tracce dell'opera di mecenatismo svolta negli anni dalla Banca: acquisto di quadri e sculture; incarichi per l'esecuzione di opere pittoriche e scultoree destinate a ornare le nuove sedi della Banca; numerose lettere di presentazione per noti artisti italiani.

Questa politica di sostegno alla cultura e all'arte si è sviluppata nel tempo garantendo l'acquisizione di importanti opere d'arte (attualmente il patrimonio artistico della Banca vanta circa cinquemila opere d'arte). BNL in questo campo ha sempre sostenuto e favorito l'attività di giovani promesse dell'arte. In particolare, in occasione del Giubileo del 2000, ha realizzato a Roma una mostra d'arte riservata ai nuovi autori di cui ha anche acquisito le opere.

documentario di BNL, erede diretto dell'archivio prodotto dal momento della sua istituzione, nel 1913, fino ai giorni nostri. La Banca è pertanto "custode" di un bene culturale a cui è riconosciuto l'interesse pubblico. Con la costituzione dell'Archivio Storico, BNL garantisce il perseguimento di due finalità: da un lato conservare la propria identità e memoria storica; dall'altro valorizzare, rendendola accessibile a tutti, una ricca fonte di dati, esperienze, conoscenze sulle vicende del sistema bancario italiano e, più in generale, dell'economia e della storia sociale del nostro Paese.

### ATTIVITÀ DI SUPPORTO FORMATIVO

#### A BANCHE ESTERE CORRISPONDENTI

Nell'ambito delle iniziative messe in atto per favorire i rapporti internazionali, BNL si è resa disponibile a fornire un supporto formativo sul tema dell'attività bancaria, ospitando funzionari di banche estere nostre corrispondenti. I corsi prevedono interventi sia su argomenti tipici della tecnica bancaria internazionale che su temi riguardanti nuovi prodotti e metodologie finanziarie di avanguardia. Nei tre anni di attività sono intervenuti complessivamente 110 partecipanti, provenienti prevalentemente da Paesi in via di sviluppo. La partecipazione non è limitata alla cura degli aspetti professionali, ma si articola anche in iniziative ricreative e culturali, che favoriscono tra i partecipanti una migliore conoscenza del nostro Paese, della nostra cultura, delle nostre tradizioni. Nel corso del 2001 hanno partecipato alle tre edizioni seminariali organizzate da BNL 50 funzionari di banche estere.

#### COLLABORAZIONE CON ISTITUZIONI ACCADEMICHE E SCOLASTICHE

Per favorire l'interscambio tra scuola e lavoro, BNL organizza incontri culturali con gli studenti degli istituti a indirizzo tecnico-commerciale. Tale attività coinvolge buona parte delle

dipendenze operanti sul territorio nazionale. Nel 2001, nella sola provincia di Roma, l'iniziativa ha visto la partecipazione di 18 istituti a visite guidate presso il nostro complesso di via degli Aldobrandeschi.

BNL ha ospitato numerosi giovani, previa convenzione con università e altre istituzioni scolastiche e accademiche, per tirocini formativi pratici e stage sia presso la propria sede centrale che presso dipendenze sul territorio nazionale e, in qualche caso, all'estero. Si trattava di persone che hanno già assolto l'obbligo scolastico, operando quindi nel contesto della legge n. 196/97, art. 18.

#### *UTILIZZO DI STRUTTURE BNL PER FINI CULTURALI*

Non va trascurata la rilevanza del contributo culturale che BNL offre destinando i propri locali a eventi e iniziative aperte a un target non esclusivamente bancario.

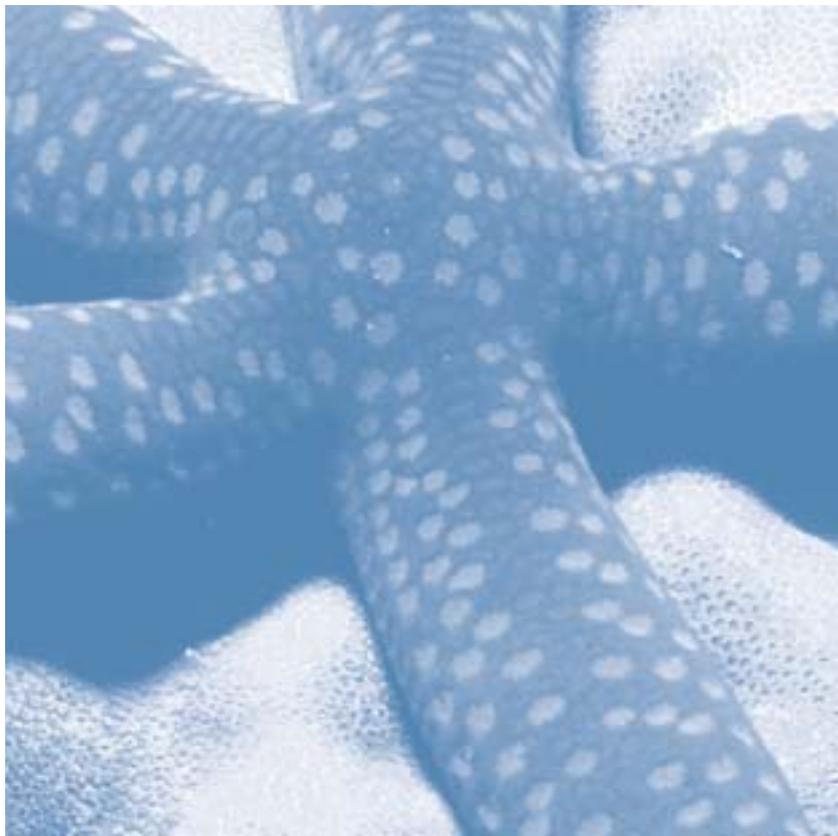
In particolare, si fa notare l'uso "pubblico" della sala cinema, della sala stampa e della sala

affreschi di Piazza Albania a Roma, con programmazioni dedicate a incontri, convegni e proiezioni di particolare valenza e di interesse culturale, che non riguardano soltanto i dipendenti.

## 4 Sostegno allo sport

Lo sport occupa da sempre uno spazio importante nella comunicazione di BNL, anche come strumento di aggregazione e valorizzazione sociale. Per l'anno 2001 BNL ha promosso l'attività del Gruppo Sportivo BNL per le squadre di calcio a 5, sostenendo non solo la Prima squadra, ma anche l'Under 21, la Juniores e soprattutto quella Femminile, oltre alla Squadra BNL di tennis e di sci. Inoltre, ha favorito, sviluppando con partnership e contributi, la realizzazione del programma Regate Barca a vela dell'"Associazione Sportiva Simpatia", del "Roma Volley" e ancora di "Milano che pedala" e, infine, del Trofeo velico dell'Accademia di Livorno.







## *Capitolo 5*

### **Il personale**



**NEGLI ULTIMI ANNI IL CONTESTO IN CUI OPERA LA NOSTRA AZIENDA È CAMBIATO SENSIBILMENTE. I MERCATI SI SONO RAPIDAMENTE ESTESI FINO A UNA DIMENSIONE GLOBALE, SONO DIVENTATI PIÙ TURBOLENTI E PIÙ COMPETITIVI. LA CONCORRENZA IN AMBITO FINANZIARIO E BANCARIO, CHE ERA RIMASTA FERMA PIÙ CHE IN ALTRI COMPARTI, IN POCO PIÙ DI UN DECENNIO È CRESCIUTA IN PROGRESSIONE GEOMETRICA.**

BNL HA MESSO A PUNTO UN MODELLO SPECIFICO, BASATO SULLA INDIVIDUAZIONE DI COMPETENZE DISTINTIVE E PROFESSIONALI PER ANDARE INCONTRO ALLE DIVERSE ESIGENZE DEL CLIENTE.

Se a questo aggiungiamo che BNL è stata privatizzata solo nel 1998, si completa un quadro di notevole complessità e di sostanziale mutamento di gran parte dei presupposti su cui si era fondata l'attività lavorativa in precedenza.

Questo contesto ha generato molti significativi cambiamenti in tutti gli aspetti dell'organizzazione e uno di questi, forse il più importante, riguarda le persone, il ruolo che hanno oggi, l'apporto che viene loro richiesto e l'attenzione sempre maggiore che BNL intende prestare alla loro crescita professionale. Il contributo atteso da ciascuno in termini di iniziativa, autonomia, motivazione e sviluppo è molto più importante che in passato.

Da una cultura che privilegiava l'esecuzione dei compiti e delle procedure siamo approdati a una che apprezza sempre più l'orientamento al risultato, lo spirito imprenditoriale e la capacità di interagire con gli altri, che si tratti del cliente o del collega.

Su questi presupposti, BNL ha individuato le competenze come punto focale di tutte le azioni gestionali che interessano le persone.



È stato messo a punto un modello specifico, costruito sulla individuazione di competenze distintive e professionali. Le prime come riferimento dei comportamenti aziendali richiesti a chi lavora in BNL. Sono dodici, tra cui: tensione al risultato, creare valore per il cliente, adattamento e flessibilità. Le seconde come componente tecnica del lavoro, in funzione delle conoscenze e dell'esperienza maturata.

La formazione, i piani di sviluppo, la valutazione e la gestione delle prestazioni, tuttora in corso di ristrutturazione, vengono costruiti intorno alle competenze come principio unificante di azioni sempre più mirate. Il fine di queste e di tutte le altre leve gestionali disponibili,

la linea evolutiva che seguiranno è, infatti, la differenziazione. Differenziazione come capacità di rispondere alle diverse esigenze del cliente interno, le cui specificità vengono individuate a livello di gruppi omogenei:

le famiglie e le comunità professionali. Le prime delineate sulla base dell'area di business e delle relative competenze richieste. Le seconde trasversali all'azienda e definite in funzione dei bisogni professionali.

## 1 Cura e sviluppo della professionalità

Nel corso del 2001 BNL ha censito il patrimonio di competenze distintive di quasi 16.000 persone; circa 1.800 responsabili sono stati coinvolti in un ciclo di seminari di due giorni ciascuno, con l'obiettivo di comunicare la filosofia, il fine e l'utilizzo del nuovo sistema di valutazione. L'intento era quello di creare un volano per la diffusione di un messaggio unificante sulla nuova cultura, cui improntare anche il rapporto con i collaboratori.

Alla base di tutto, vi è un dialogo aperto e costruttivo, previsto nei diversi momenti

istituzionali del processo di gestione della prestazione (per esempio il colloquio di feed-back), che diviene anche stile relazionale nel corso dell'operatività quotidiana.

I responsabili vengono coinvolti e sensibilizzati sullo sviluppo delle persone, al quale contribuiscono con l'assegnazione di obiettivi



**BNL HA CENSITO IL PATRIMONIO DI COMPETENZE  
DISTINTIVE DI 16.000 PERSONE E HA REALIZZATO  
UN CICLO DI SEMINARI CENTRATI SULLA VALUTAZIONE.**

di prestazione e aree di miglioramento delle competenze.

Ma il coinvolgimento e la responsabilizzazione riguardano tutti i dipendenti, che saranno in gran parte chiamati, nel corso del 2002, ad autovalutarsi sulle competenze professionali. L'output sarà un archivio aggiornato che fotografa la situazione del patrimonio

di conoscenze tecniche di ognuno. In questo senso viene incoraggiato un atteggiamento proattivo riguardo al proprio sviluppo, non più basato sulla sola formazione.

L'individuo viene chiamato a partecipare alla propria crescita professionale, anche per contribuire all'orientamento delle azioni intraprese in proposito dall'azienda.

## 2 Una comunicazione per la diffusione di conoscenze e informazioni

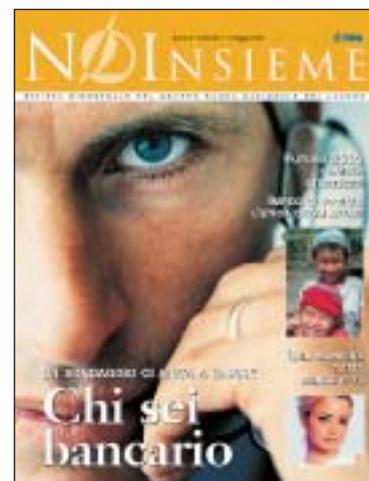
La centralità della persona, il nuovo stile relazionale e il diverso modo di affrontare i processi di lavoro non possono prescindere dalla disponibilità e dall'efficace veicolazione delle informazioni. Il coinvolgimento e la condivisione, anche di competenze e nuove idee, diventano comportamenti di successo che consentono di raggiungere traguardi significativi per l'azienda.

Su queste basi si fonda l'evoluzione culturale in atto in BNL che ha portato, tra l'altro, all'attivazione di un progetto per costruire un Intranet che affermi una nuova modalità di dialogare nel lavoro. Questo strumento

costituirà, sempre più, il luogo di raccolta e di gestione della conoscenza aziendale, per favorire una circolazione proficua del "sapere". Diventerà inoltre la principale fonte di domanda e di offerta delle informazioni.

Rimane comunque il consolidato strumento di comunicazione aziendale costituito dalla rivista bimestrale *Noi Insieme* che, attiva dal 1992, viene diffusa ai dipendenti del Gruppo e a coloro che sono in pensione, con una tiratura di circa 32 mila copie.

Nel 2001 la rivista è stata rinnovata dal punto di vista grafico e nello stile editoriale,



con l'intento di mettere in risalto le esperienze professionali, e non solo, di chiunque tra i dipendenti desideri raccontarle.

Un'attenzione particolare sarà dedicata a integrare l'azione di comunicazione di questo strumento e del portale Intranet, in un'ottica di complementarità e di coerenza culturale nella trasmissione dei messaggi.

In conclusione, si può sottolineare la frequenza crescente di momenti allargati di condivisione dei valori della nuova Banca, uno fra tutti l'evento della Convention di Perugia nel settembre 2001. In quella sede, circa 600 tra quadri direttivi e dirigenti del Gruppo BNL si sono riuniti per rinforzare il valore del tema della centralità del cliente. L'evento ha offerto l'occasione per analizzare insieme il momento storico aziendale e per ribadire i principi aggreganti e i nuovi spunti su cui fondare l'attività lavorativa di tutti i giorni.



LE IMMAGINI SI RIFERISCONO AD ALCUNI MOMENTI DELLA CONVENTION DI PERUGIA, ORGANIZZATA DA BNL NEL SETTEMBRE 2001.

## CENNI STORICI SUI RAPPORTI CON IL PERSONALE

**S**in dai primi anni del dopoguerra i dirigenti di BNL intrapresero iniziative atte a migliorare le condizioni di vita dei dipendenti. Alla metà degli anni Cinquanta esse erano diventate delle provvidenze stabili. Citando ancora dal verbale del 29 febbraio 1956: "Alloggi per il personale: quando saranno ultimate le costruzioni ancora in corso 2.187 dipendenti avranno potuto avere un diretto alloggio per la propria famiglia mercé l'opera della Banca, anche attraverso la concessione di mutui fondiari e di altre assistenze date dall'Istituto". Inoltre i figli dei dipendenti trascorrevano durante le vacanze estive un mese in due colonie, una ma-

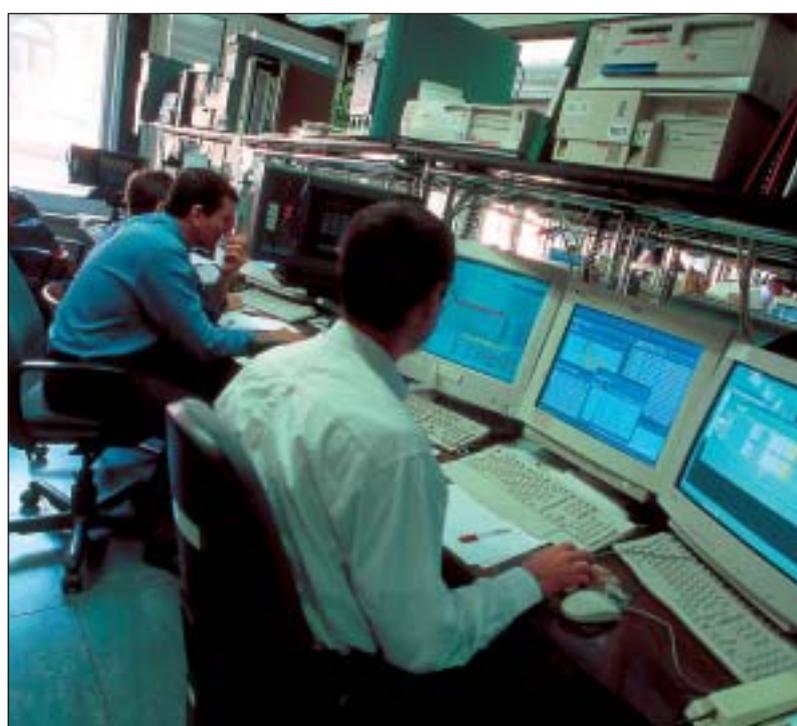
rina e l'altra montana (da 277 bambini nel 1949 a più di 1.000 nel 1955). Venivano anche assegnate borse di studio in loro favore e, in occasione della festa della Befana, ricevevano doni in denaro e giocattoli. Erano anche programmati corsi di addestramento per i dipendenti; dati contributi per manifestazioni culturali, sportive e ricreative sempre fra i dipendenti; assegnati premi di anzianità a quanti di essi avessero compiuto 25 anni di continuo ed effettivo servizio e sussidi a vedove e orfani di ex dipendenti. Infine, e non certo ultimo per importanza, in quegli stessi anni, veniva studiato un trattamento pensionistico di fine rapporto.

### 3 Attività di aggregazione sociale e facilitazioni al personale

Presso ogni filiale sono presenti Circoli aziendali che hanno il compito di promuovere attività culturali, ricreative, sportive e sociali finalizzate a momenti di aggregazione per i dipendenti e le loro famiglie. Per alcune realtà locali, in considerazione della pluralità dei fini perseguiti, le organizzazioni sono articolate in sezioni specializzate (tennis, sci, teatro, ballo, scacchi, basket, golf ecc.). L'Azienda favorisce queste attività assumendo a proprio carico l'onere per i locali e assegnando a ciascun circolo un contributo annuo in proporzione al numero di dipendenti e pensionati, per lo svolgimento delle attività sociali. Vengono inoltre sponsorizzate le partecipazioni di squadre aziendali non agonistiche a manifestazioni sportive di rilievo nazionale e internazionale. Il "pacchetto" di agevolazioni riservate alle persone che lavorano in BNL è stato progressivamente affinato, riservando su gran parte dei propri prodotti condizioni economiche convenienti e personalizzate, con un alto tasso di fidelizzazione. Tra le altre, un'offerta di particolare favore riguarda i mutui destinati all'acquisto della prima casa. Accanto al normale trattamento pensionistico erogato

dall'INPS, viene offerto un trattamento complementare attraverso il Fondo Pensioni BNL, alimentato con versamenti individuali e contributi aziendali. Riguardo all'assicurazione sanitaria, chi lavora in BNL usufruisce di coperture personalizzate estensibili al nucleo familiare, che sono parzialmente a carico dell'azienda. Sempre relativamente alla sfera familiare, ai figli dei dipendenti vengono erogate borse di studio per i ragazzi meritevoli e contributi per i portatori di handicap. Nel complesso, i benefit concessi ai dipendenti sono allineati con i migliori benchmark di settore e possono essere quantificati in una quota pari al 4,5% circa del totale delle retribuzioni. Un cenno meritano, infine, alcune iniziative che BNL riserva ai dipendenti, tra cui:

- il presidio medico-infermieristico di primo soccorso gratuito (sulla piazza di Roma);
- l'acquisto e somministrazione del vaccino antinfluenzale (per chi ne fa richiesta);
- un contributo per l'Associazione Nazionale Pensionati BNL e per l'Associazione Nazionale Donatori Sangue BNL.







## *Capitolo 6*

**L'ambiente, la sicurezza  
e i rapporti con i fornitori**

BANCA  
NAZIONALE  
DEL LAVORO



PIANO VERDE

## LA BANCA HA CONSOLIDATO NEL TEMPO UNA POLITICA AZIENDALE ATTENTA ALLE PROBLEMATICHE AMBIENTALI E AL TERRITORIO, PERSEGUENDO L'EFFICIENTE GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE E DEGLI SCARTI, IN LINEA CON LE PIÙ EVOLUTE TENDENZE PER UN MODELLO DI SVILUPPO SOSTENIBILE.

### 1 Ambiente

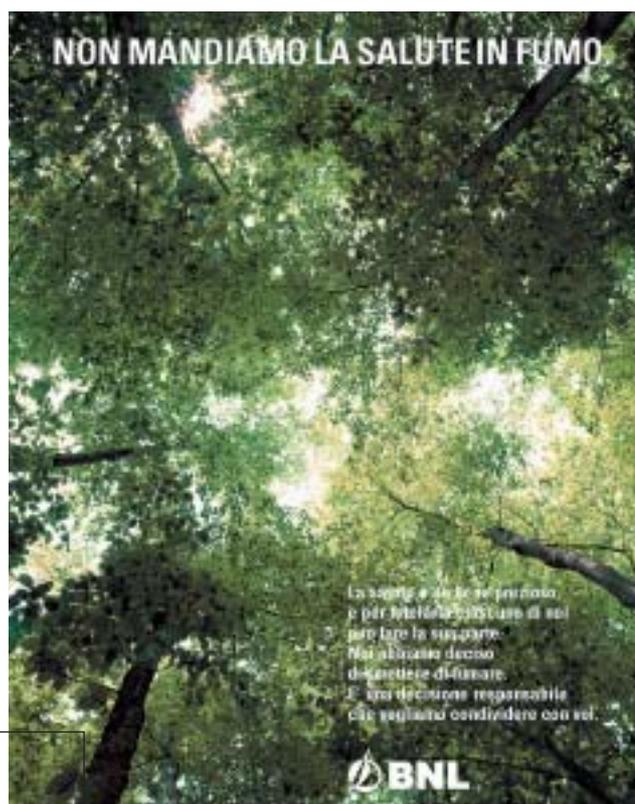
Le aree di intervento in cui si è sviluppata la strategia di BNL riguardano sostanzialmente i seguenti aspetti:

- Costante aggiornamento tecnologico degli impianti volto a garantire la riduzione dei fattori di inquinamento. In tale contesto:
  - gli impianti di riscaldamento dei maggiori insediamenti della Banca utilizzano come combustibile il gas metano in luogo del gasolio;
  - il fluido frigorifero in uso negli impianti di condizionamento (tipi R22, R134, R407 e R410) garantisce il rispetto dei più elevati standard ambientali, ai fini della riduzione delle emissioni nell'atmosfera che sono concausa del cosiddetto "buco nella fascia d'ozono";
  - sempre ai fini di cui al punto precedente, negli impianti antincendio l'agente estinguente Halon 1301 è stato sostituito con prodotti NAFS4 e PF23;
  - da sempre la Banca installa sui propri impianti di illuminazione e sulle insegne luminose orologi e/o interruttori crepuscolari che ottimizzano i periodi di accensione delle insegne luminose e degli uffici, limitando i consumi di energia elettrica alle effettive necessità.

Politica degli acquisti e degli smaltimenti

finalizzata, ove possibile, al recupero/riutilizzo di materie prime, nel rispetto ovviamente dei prescritti standard di economicità e funzionalità. In questo ambito:

- per la modulistica di largo consumo viene di norma previsto l'utilizzo di carta riciclata;
- il materiale cartaceo di scarto prodotto dalla Banca viene conferito a ditte specializzate nel recupero e riutilizzo dello stesso;
- per lo scambio di corrispondenza tra le funzioni della Banca viene privilegiato e costantemente incentivato il ricorso,



L'IMMAGINE DELLA CAMPAGNA ANTIFUMO DI BNL  
DIFFUSA IN TUTTE LE SEDI E IN TUTTI I LOCALI  
DELLA BANCA.

laddove possibile, a trasmissioni con mezzi telematici (messaggeria elettronica), in luogo degli altrimenti necessari supporti cartacei;

- i materiali di consumo esausti (cartucce di stampanti, contenitori di toner ecc.) vengono conferiti a ditte specializzate nel loro riutilizzo/rigenerazione. La Banca agisce, in materia di trattamento dei rifiuti, nel pieno rispetto della legislazione vigente (d.lgs. n. 22/97, cosiddetto “decreto Ronchi”).

La Banca produce prevalentemente:

1. rifiuti cartacei derivanti dal “macero dei documenti di archivio (riservato e ordinario)” e dal modulario non più in uso. Trattasi di consistenti quantitativi di materiale cartaceo;
2. residuati di pulizia (per esempio cartacce e spazzatura cosiddetto “cestino”);
3. residuati da servizi di manutenzione: per esempio materiale da costruzione/ristrutturazione, lampade al neon,



batterie al piombo, sostanze PCB e PCT dei trasformatori ecc.

4. residui ambulatoriali (ambulatori interni presenti in alcuni grossi insediamenti).

I rifiuti del punto 1 (classificati come “speciali non pericolosi”) sono conferiti ad aziende specializzate nel recupero, ovvero a istituzioni benefiche (per esempio, Croce Rossa), ovviamente tutte in possesso delle necessarie autorizzazioni.

Quelli del punto 2 (classificati come “assimilabili agli urbani”) sono raccolti dalle imprese di pulizia e conferiti al servizio pubblico di raccolta rifiuti. I rifiuti dei punti 3 e 4 (classificabili come “speciali e pericolosi”) vengono smaltiti direttamente o tramite le ditte che effettuano le manutenzioni (in base a specifiche clausole contrattuali), ovvero tramite ditte specializzate nel relativo trattamento, con ottemperanza delle normative di legge.

#### **IMMOBILI E AMBIENTE**

Nella realizzazione dei lavori (nuove agenzie, trasferimenti, ristrutturazioni), nel rispetto delle normative antinquinamento, la Banca adotta materiali sintetici certificati a bassa emissione di vapori tossici (formaldeide ecc.); inoltre, laddove non strettamente necessario, nel rispetto dell’ambiente, evita il ricorso ad arredi con finitura in legno naturale adottando se del caso prodotti simil-legno.

## 2 Sicurezza sul luogo di lavoro

Per quanto riguarda il presidio della salute e sicurezza sul lavoro, per ottemperare alle disposizioni di legge vigenti in materia, in primo luogo il d.lgs. n. 626/94 e successive modifiche, BNL ha istituito il Servizio di Prevenzione e Protezione, con l’obiettivo

di individuare i fattori di rischio, valutare i rischi, individuare le misure per la sicurezza e la salubrità degli ambienti di lavoro, elaborare le misure preventive e protettive. Tali obiettivi hanno trovato applicazione nel “Documento di valutazione dei rischi”, redatto per tutte



OLTRE ALL'INDIVIDUAZIONE DI ADDETTI ALL'EMERGENZA E AL PRIMO SOCCORSO, UNA SQUADRA SPECIALIZZATA SI OCCUPA DEL CONTROLLO DELLA SICUREZZA IN TUTTA LA BANCA. GLI UOMINI DELLA SALA OPERATIVA INDIVIDUANO I FATTORI DI RISCHIO E LA SICUREZZA DEGLI AMBIENTI BNL.

le sedi del Gruppo e nella gestione delle emergenze inerente alle "Procedure e istruzioni del piano di emergenza", distribuito capillarmente in tutte le sedi della Banca.

#### **INDIVIDUAZIONE**

##### **DI "ADDETTI ALL'EMERGENZA"**

In relazione alla materia in argomento, BNL ha perfezionato con il Ministero degli Interni un accordo tecnico relativo a corsi di formazione per gli addetti all'emergenza, previsti per le sedi classificate a "rischio medio-elevato" di incendio. I corsi in parola si svolgono attraverso una sessione teorica presso i locali della Banca, e una sessione pratica in luoghi indicati dai Comandi Provinciali dei Vigili del Fuoco. Hanno frequentato i corsi:

- 67 addetti all'emergenza per sedi con rischio incendio elevato;
- 588 addetti all'emergenza per sedi con rischio incendio medio.

Per quanto attiene alle dipendenze individuate a rischio di incendio basso, sono invece previsti

corsi basati sulle moderne tecnologie telematiche per la realizzazione di attività di "formazione a distanza".

#### **INDIVIDUAZIONE**

##### **DI "ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO"**

In relazione agli adempimenti connessi all'applicazione del d.lgs. n. 626/94, BNL ha proceduto a organizzare corsi specifici per il "primo soccorso" per gli addetti all'emergenza, tenuti da un adeguato staff medico. Sono stati 1.299 quelli che hanno frequentato i corsi.

#### **SORVEGLIANZA SANITARIA**

BNL svolge un'attività di sorveglianza sanitaria nei confronti dei lavoratori che utilizzano i videoterminali, sia nell'ambito dell'applicazione del d.lgs. n. 626/94 (modificato dalla legge n. 422/00) per il "miglioramento della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro", sia in adempimento del Contratto Integrativo Aziendale (CIA).



UNA COLLEGA CHE HA FREQUENTATO IL CORSO PER GLI "ADDETTI ALL'EMERGENZA". L'OBIETTIVO È QUELLO DI IMPARARE A GESTIRE I PROBLEMI DI SICUREZZA NEGLI AMBIENTI DI LAVORO.

La sorveglianza sanitaria si esplica attraverso le visite mediche esperite dal medico competente della Banca, con l'ausilio di specialisti in oculistica. Le visite mediche sono "obbligatorie" per i lavoratori individuati ai sensi del d.lgs. n. 626/94 (modificato dalla legge n. 422/00), "volontarie" per coloro che intendono avvalersi del CIA.

Nel triennio 1998-2001 sono stati sottoposti a visita medica oculistica circa 6.700 dipendenti.

### 3 Eliminazione delle barriere architettoniche

A partire dal 1991 tutte le nuove sedi (nuove agenzie, trasferimenti) e quelle oggetto di importanti ristrutturazioni sono state adeguate alla normativa relativa all'abbattimento di barriere architettoniche, mediante la realizzazione

di rampe e attrezzature montascale, nonché di servizi igienici per portatori di handicap. Nel 2001 sono stati realizzati 28 nuovi insediamenti, nel 2002 sono programmati circa 30, alcuni dei quali già realizzati.

### 4 Normativa antifumo

BNL ha stipulato con le organizzazioni sindacali, nel corso del 2001, un accordo per promuovere all'interno della Banca una campagna antifumo, volta alla tutela del personale e della clientela soggetti a fumo passivo.

È stata pertanto avviata una campagna di comunicazione interna avviando all'interno dell'azienda una nuova smoking policy, cui ha fatto seguito apposita normativa che pone in maniera sostanzialmente generalizzata

il divieto di fumo sul posto di lavoro e negli ambienti frequentati dal pubblico. La campagna di comunicazione interna, tendente soprattutto a sensibilizzare i fumatori, si è concretizzata con articoli sull'House organ della Banca *Noi Insieme* e con l'allestimento di poster diffusi in tutti i locali della Banca e di locandine a disposizione dei dipendenti e della clientela.

In sostanza, la smoking policy adottata da BNL può sintetizzarsi nei seguenti punti:

- sul posto di lavoro non si fuma;



- è possibile tuttavia fumare in appositi spazi e aree di disimpegno;
- i fumatori sono sensibilizzati a rispettare il diritto dei colleghi e dei clienti a non subire il fumo passivo e sono altresì invogliati a seguire la scelta della maggioranza delle risorse che è quella di non fumare. In tal senso è stato adottato e pubblicizzato lo slogan: “Non mandiamo la salute in fumo: la salute è un bene prezioso, e per tutelarla ciascuno di noi può fare la sua parte. Noi abbiamo deciso di smettere di fumare. È una decisione responsabile che vogliamo condividere con voi.”;
- la Banca adotterà i provvedimenti previsti per i dipendenti che non osserveranno quanto oggetto delle norme emanate in materia, la cui infrazione viene pertanto considerata inadempimento contrattuale;
- è obiettivo della Banca creare un ambiente di lavoro efficiente e piacevole che soddisfi le esigenze di tutti i dipendenti e clienti.

## 5 Campagne sanitarie

BNL offre annualmente a tutti i dipendenti gratuitamente, già da dieci anni, la possibilità di effettuare la vaccinazione antinfluenzale.

L'obiettivo è quello di concorrere, nei periodi di diffusione del virus influenzale, a prevenire per quanto possibile le conseguenze del contagio – e ciò non solo in funzione di una diminuzione

delle cause di assenteismo, ma soprattutto per offrire ai propri dipendenti un benefit socialmente rilevante.

Per finanziare la campagna vaccinazioni antinfluenzali per l'anno 2001 BNL ha stanziato l'importo di 38.734,27 euro. Hanno richiesto ed effettuato la vaccinazione 1.515 dipendenti.

## 6 Politiche di mobilità casa-lavoro

Il congestionamento da traffico dei centri urbani, specialmente nelle grosse aree urbane, è fattore di forte inquinamento atmosferico. Tra i vari provvedimenti statali, ovvero promossi da enti locali, fondamentale per lo sviluppo di una “mobilità sostenibile nelle aree urbane” è il decreto 27 marzo 1998 del Ministero dell’Ambiente, che prevede per le aziende con più di 300 dipendenti per insediamento, ovvero con più di 800 dipendenti complessivamente, l’adozione di una politica di mobilità casa-lavoro e l’istituzione di un mobility manager aziendale che, in accordo e con il coordinamento di apposite strutture pubbliche comunali a ciò deputate, curi e agevoli la mobility policy.

BNL ancor prima dell’emanazione di tali norme ha predisposto (a metà degli anni Ottanta) un servizio di collegamento a mezzo pullman con le sedi decentrate della Direzione Generale poste una a Roma, in via degli Aldobrandeschi,

e una a Pratica di Mare (RM), al fine di favorire il trasporto collettivo dei dipendenti ivi allocati. Tale organizzazione, che peraltro prevede il trasporto completamente gratuito dei dipendenti da vari centri di raccolta a Roma e zone limitrofe, appare perfettamente in linea con le aspettative delle norme di recente emanate in materia.

Il servizio strutturato su 13 linee di pullman e con navette per collegamenti brevi infragiornalieri, oltre 400 dipendenti nell’area di Roma con una frequentazione media annua di circa 127.500 unità trasportate. Al fine della gestione organizzativa del servizio e per il miglior coordinamento con la struttura comunale delegata alla mobility policy (STA SpA), la Banca ha nominato due mobility manager. In questa direzione vanno gli specifici accordi sulla piazza di Roma tra Banca e STA per favorire l’utilizzo dei mezzi pubblici e l’acquisto agevolato da parte dei dipendenti di abbonamenti Metrebus.

## 7 Politiche di trasparenza nei rapporti con i fornitori

La Banca ha disciplinato con emanazione di normativa interna le attività di selezione dei potenziali fornitori (Albo dei Fornitori), e quelle relative al ciclo degli acquisti, stabilendo in via generalizzata che la propria azione deve uniformarsi ai seguenti principi:

- trasparenza nella scelta dei fornitori, mediante l’adozione di regole e meccanismi di selezione e gestione degli acquisti omogenei per tutti i fornitori, la verifica sulla qualità delle prestazioni rese, l’“oggettivazione” dei rapporti;
- ottimizzazione dei rapporti attraverso il trasferimento al mercato di segnali sia sulla costante presenza della Banca in termini di monitoraggio delle prestazioni, sia sull’andamento nel tempo

delle componenti economiche e tecniche;

- base dati gestionale, e cioè la disponibilità di un’ampia gamma di informazioni (anagrafiche, economiche, finanziarie, patrimoniali) sul conto dei fornitori;
- concorrenzialità indotta consistente nella percezione da parte dei potenziali fornitori che il monitoraggio sull’andamento nel tempo dei livelli di prezzo, la tempestività e correttezza nell’ottemperare alle disposizioni pre-contrattuali e a quelle contrattuali determinano criteri di valutazione meritocratici che possono orientare la scelta della Banca.

Ciò premesso, a fronte di processi di “acquisto” necessariamente differenziati – in ragione

dell'oggetto della fornitura/servizio e delle modalità di acquisizione (per esempio acquisto, noleggio, leasing) – la Banca ha centralizzato presso la funzione Buyer di Gruppo tutte le attività di selezione e individuazione dei fornitori per gli acquisti riguardanti le principali categorie merceologiche (a esclusione degli immobili, delle polizze assicurative, delle consulenze formative, legali, tecniche, artistiche, del marketing in genere, ecc.). Le comunicazioni verso i fornitori hanno veste standardizzata e sono esclusivamente finalizzate a:

- acquisire informazioni aggiuntive rispetto a quelle “anagrafiche” di fonte pubblica (per esempio CCIAA) atte a verificare la rispondenza dell'organizzazione dei potenziali fornitori alle esigenze. Per esempio, la compilazione di questionari tecnici richiesta ai fini dell'iscrizione nell'Albo;
- richiedere la presentazione di offerte (procedura di gara), ovvero la formulazione di proposte economico-tecniche per gli appalti di particolare complessità;
- formalizzare il rapporto di servizio/fornitura (contratto/ordine);
- richiamare il fornitore al rispetto delle condizioni/prescrizioni di fornitura/contratto.

La Banca procede alla qualificazione e all'analisi dei fornitori censendo le relative caratteristiche sull'Albo dei Fornitori, costantemente aggiornato in collaborazione con le dipendenze.

Le informazioni acquisite possono essere distinte nelle seguenti tipologie:

- anagrafiche (per esempio ragione sociale, sede, capitale, codice fiscale, fatturati, zona di operatività, dipendenza che amministra il rapporto di c/c ecc.);
- specifiche (trattasi di atti richiesti per ciascuna categoria di prodotto: per esempio, per le imprese che svolgono attività di vigilanza è richiesta

l'autorizzazione prefettizia all'esercizio dell'attività; per pulizie, facchinaggio, manutenzioni l'autorizzazione ex legge n. 1369/60, art. 5; per trasporto dipendenti la licenza comunale per il servizio “autonoleggio da rimessa”; per le tipografie l'elenco delle attrezzature utilizzate ecc.);

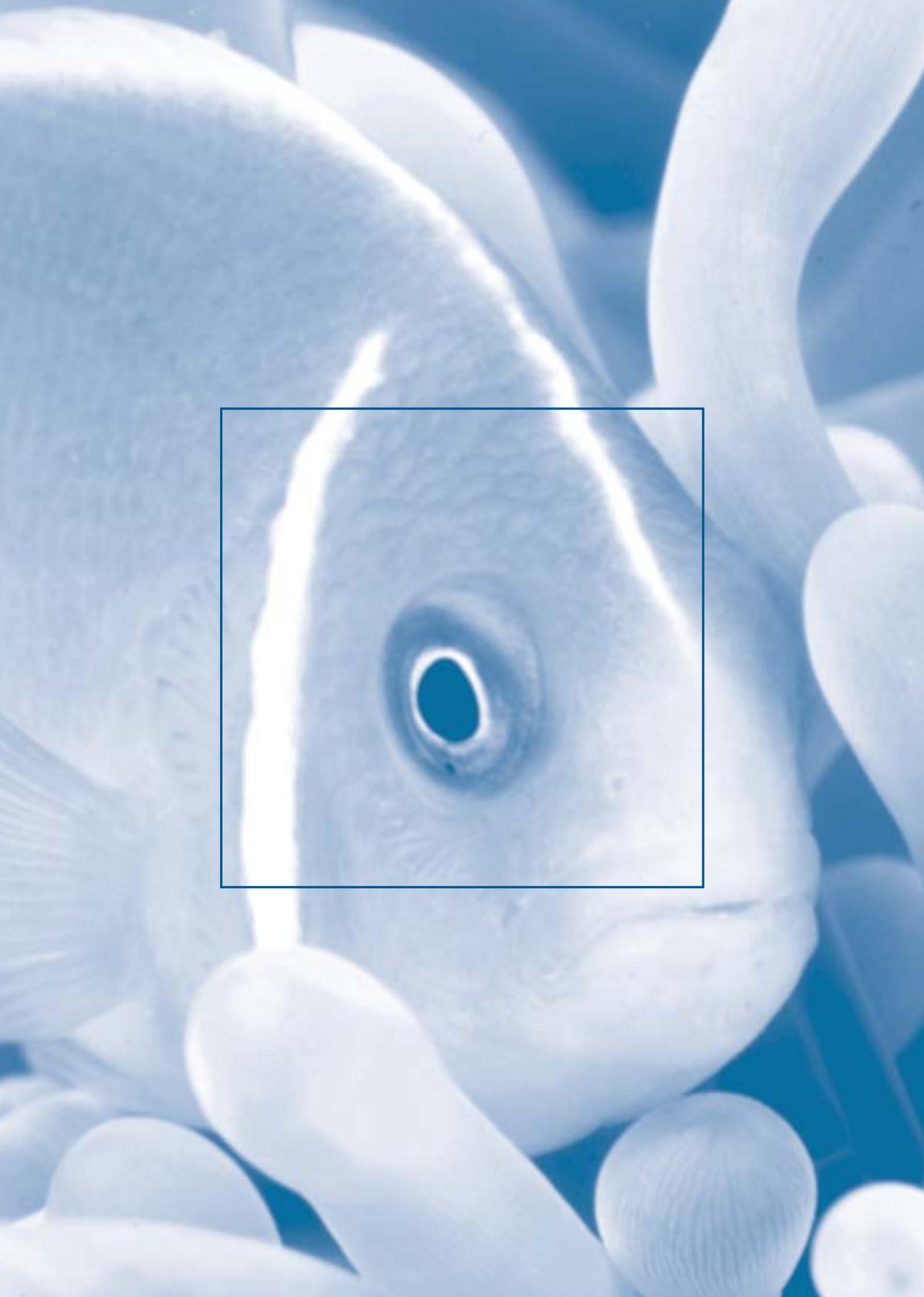
- certificazioni (per esempio certificato di iscrizione nel registro delle società cooperative; eventuali certificazioni ISO 9000; referenze; informazioni commerciali ecc.);
- gestionali (per esempio classe/categoria di fornitura; organici a disposizione ecc.);
- comportamentali (per esempio eventuali note negative in base a precedenti esperienze).

In sostanza le informazioni consentono alla Banca di qualificare il potenziale fornitore, classificandolo in base alle proprie esigenze. Inoltre, laddove prevista, si procede all'acquisizione dell'autocertificazione a fini antimafia.

Viene inoltre richiesta – per gli appalti che implicano la presenza di personale del fornitore all'interno dei locali Banca – l'accettazione esplicita del fornitore stesso degli adempimenti ai sensi del d.lgs. n. 626/94, in tema di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro.

Per la generalità di appalti che implicano il ricorso a mere prestazioni di manodopera viene altresì richiesta specifica dichiarazione al fornitore, che in tal modo si impegna al rispetto del CCNL di settore e delle norme previdenziali e antinfortunistiche.

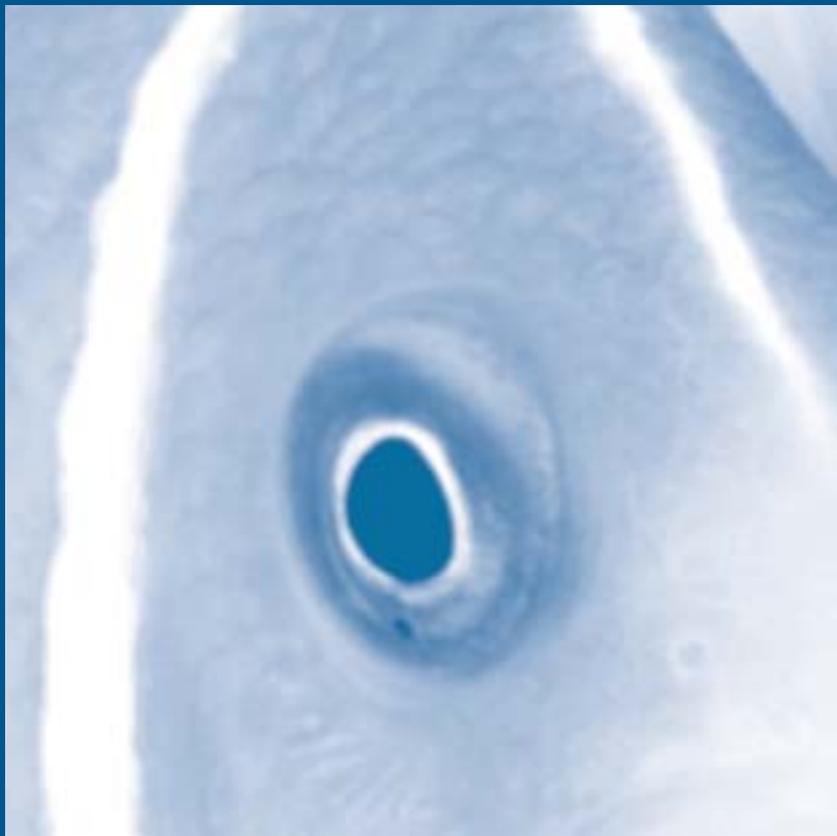
Premesso che i rapporti dinamici con i fornitori implicano anche eventuali contestazioni circa la qualità delle prestazioni rese, allo stato non sono attive situazioni di contenzioso (per tali intendendo cause pendenti innanzi l'autorità giudiziaria).





*Parte seconda*

**Obiettivi e impegni per il 2002**



2002

## OBIETTIVI E IMPEGNI PER IL 2002

L'anno 2002 segnerà per BNL un importante progresso nello sviluppo e nella pianificazione di progetti e attività di responsabilità sociale.

Proseguirà l'azione di approfondimento della vasta e articolata rete di iniziative sociali in Italia e nei Paesi esteri dove BNL è presente direttamente o indirettamente. Questa complessa azione già di per sé costituisce un importante patrimonio sociale che deve essere razionalizzato, valorizzato e comunicato adeguatamente.

La linea intrapresa nella ristrutturazione del sistema di gestione e sviluppo professionale verrà perseguita anche nel 2002. Da un lato sarà portato avanti lo sviluppo concettuale delle diverse leve utilizzate. Dall'altro verranno proseguite importanti progettualità, come l'autovalutazione del patrimonio di competenze tecnico-professionali, su una quota consistente della popolazione aziendale.

Il progetto per la creazione di un nuovo Intranet vivrà una tappa importante verso la fine del 2002, periodo in cui è previsto l'avvio della prima versione del portale. Questo passo sarà solo l'inizio di un percorso di successivi arricchimenti, che dispiegherà i suoi effetti a medio termine, con un approccio in continua evoluzione.

Altro ambito di intervento sarà quello diretto a far crescere ulteriormente, all'interno della Banca, la sensibilità e l'attenzione alle tematiche sociali anche attraverso iniziative che ne stimolino il significato e l'impegno.

A questo riguardo sono stati individuati cinque ambiti prioritari:

1. La definizione di un codice etico e deontologico che costituisca un punto di riferimento condiviso da tutta la Banca e dalle società che fanno capo al Gruppo BNL. In questo quadro acquista un valore particolare l'impegno di BNL a sottoscrivere la dichiarazione UNEP (United Nations Environment Program) degli istituti finanziari sull'ambiente e sullo sviluppo sostenibile e il documento dell'ONU Global Compact per la responsabilità sociale delle imprese.
2. La costituzione di un Comitato di indirizzo etico di BNL partecipato da autorevoli e qualificati personalità attive nel mondo della cultura, del volontariato, dell'impegno sociale e umanitario, con l'obiettivo di un confronto periodico nella definizione delle scelte degli impegni di BNL in campo sociale.

3.) Un'azione di costante monitoraggio dell'opinione e dell'atteggiamento dei principali stakeholder interni ed esterni (personale, investitori, clienti), al fine di misurare il grado di apprezzamento dell'azione BNL nell'area della responsabilità sociale.

4. La prosecuzione della politica di trasparenza nei confronti di tutti i portatori di interesse, attraverso una comunicazione puntuale ed efficace che soddisfi anche le esigenze informative di tipo più specifico. In particolare, il rafforzamento dei canali e degli strumenti di comunicazione con determinate categorie di interlocutori rappresentate da:

- azionariato retail, tramite l'utilizzo estensivo delle reti tradizionali, del web e delle nuove applicazioni telematiche;
- investitori istituzionali e altre istituzioni finanziarie etiche, attraverso l'implementazione di forme strutturate e qualificate di comunicazione;
- azionariato dei dipendenti, tramite l'utilizzo di strumenti e canali di comunicazione interna.

In questo quadro si inserisce anche l'adesione al Codice di condotta europeo in materia di informativa precontrattuale per i mutui destinati all'acquisto o alla ristrutturazione di immobili residenziali.

5. La progressiva estensione del programma Qualità nell'ambito del Gruppo.

Nel 2002, in aggiunta a tali orientamenti di carattere strategico l'impegno di BNL in campo sociale continuerà e si intensificherà, più precisamente:

- unitamente alla riconferma, per l'11° anno, della partnership con la Fondazione Telethon e lo sviluppo della seconda fase del progetto culturale "Le radici del futuro", acquisterà un rilievo particolare la partnership che BNL ha di recente avviato con il Festival del Cinema di Taormina, diretto soprattutto a sostenere e promuovere i nuovi talenti cinematografici. Inoltre, saranno promosse iniziative tese al sostegno e alla valorizzazione degli sport minori sia nel contesto agonistico sia amatoriale;
  - si completerà la revisione dei siti Internet di BNL e del Gruppo, al fine di favorire la comunicazione interattiva con i diversi interlocutori esterni;
  - il ruolo di BNL nelle transazioni bancarie di esportazione, importazione e transito di materiali di armamento, regolati dalla legge n. 185/90, sarà sempre più orientato verso i Paesi dell'Unione Europea, i Paesi membri dell'OCSE e della NATO nell'ambito delle proprie politiche di difesa e di sicurezza;
  - verso il cliente e nel quadro degli obiettivi del Piano Industriale, BNL si impegnerà a rafforzare le azioni e gli strumenti tesi a migliorare gli standard di Customer satisfaction e, in particolare, a offrire alle fasce di clientela più sensibili ai temi sociali soluzioni finanziarie appropriate.
-

A questo riguardo si segnala:

- il lancio di un “mutuo etico” che consenta di raccogliere risorse economiche per finanziare iniziative di responsabilità sociale;
  - la continuazione del progetto “Banca Cinque Stelle” per riaffermare la centralità del cliente come risorsa strategica per l’azienda;
  - il lancio di iniziative nel campo del project financing etico a favore dei Paesi in via di sviluppo, tese a sostenere una struttura di sviluppo economico garante della tutela dei diritti umani e di riforme sociali strutturali;
  - la crescita dei flussi creditizi a sostegno delle attività concentrate nel Mezzogiorno e nei settori ad alta intensità occupazionale, di risparmio energetico e di difesa dell’ambiente;
  - un ulteriore miglioramento delle infrastrutture delle sedi della Banca al fine di agevolare l’accesso e l’utilizzo dei servizi ai disabili.
-





*Parte terza*

**Dati di Bilancio**



## CAPITOLO 1

# DETERMINAZIONE E RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto rappresenta la produzione netta della Banca nell'esercizio finanziario di riferimento. Esso è calcolato come differenza tra il totale dei ricavi lordi e dei consumi utilizzati per produrli.

La determinazione del valore aggiunto è stata ottenuta attraverso un processo di riclassificazione del conto economico di esercizio, scegliendo come base di riferimento metodologico il Modello ABI/IBS di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito.

Come si desume dal prospetto sintetico e dal relativo grafico riportati, la distribuzione del valore aggiunto globale lordo, pari a 1.421 milioni di euro, si è così articolata:

- il 68,7% è stato attribuito alle risorse umane, sotto forma di stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto, trattamento di quiescenza e simili;
- il 22,4% è rimasto all'interno dell'azienda per il finanziamento del suo sviluppo. Tale quota è rappresentata da risorse accantonate, riserve e utili non distribuiti;
- l'8,6% è stato assorbito dal settore pubblico statale, regionale e comunale quasi interamente sotto forma di imposte e tasse indirette e patrimoniali, nonché di imposte sul reddito di esercizio;
- lo 0,3% è stato devoluto alla collettività attraverso elargizioni e liberalità, che ricomprendono anche il sostegno

## BNL SPA – DATI DI RILIEVO (milioni di euro)

|   | 2001   |
|---|--------|
| a) Totale attivo                          | 84.386 |
| b) Impieghi finanziari complessivi        | 68.463 |
| c) Raccolta della clientela globale:      |        |
| - diretta                                 | 44.695 |
| - indiretta                               | 56.616 |
| d) Patrimonio netto                       | 3.693  |
| e) Crediti verso clientela                | 59.525 |
| f) Margine d'interesse                    | 1.485  |
| g) Margine d'intermediazione              | 2.586  |
| h) Ricavi netti da servizi <sup>(1)</sup> | 1.101  |
| i) Spese amministrative                   | 1.520  |
| j) Risultato lordo di gestione            | 886    |
| k) Risultato netto                        | 4      |

<sup>(1)</sup> INCLUSI I DIVIDENDI.

## BNL SPA – CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO (milioni di euro)

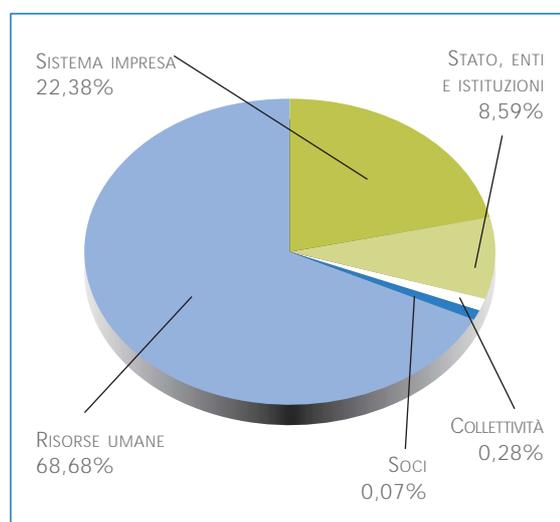
|  | 2001  |
|--|-------|
| Margine d'interesse                                  | 1.485 |
| Commissioni e proventi netti finanziari e di servizi | 1.101 |
| Margine d'intermediazione                            | 2.586 |
| Oneri e spese di gestione                            | 1.700 |
| Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore       | 273   |
| Utile ordinario                                      | 613   |
| Utile al lordo delle imposte                         | 23    |
| Utile d'esercizio                                    | 4     |

- finanziario di iniziative a sfondo sociale;
- lo 0,07% è stato, infine, distribuito ai soci sotto forma di dividendi.

**BNL SpA –**  
**STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO** (milioni di euro)

|                                 | 2001   |
|---------------------------------|--------|
| Cassa e disponibilità           | 422    |
| Totale crediti                  | 68.463 |
| Titoli non immobilizzati        | 4.634  |
| Immobilizzazioni                | 4.748  |
| Altre voci dell'attivo          | 6.119  |
| Totale dell'attivo              | 84.386 |
| Totale debiti                   | 70.587 |
| Fondi a destinazione specifica  | 1.590  |
| Altre voci del passivo          | 5.885  |
| Fondi rischi bancari generali   | 292    |
| Passività subordinate           | 2.631  |
| Patrimonio netto <sup>(*)</sup> | 3.401  |
| Totale passivo                  | 84.386 |

<sup>(\*)</sup> AL NETTO DEL " FONDI RISCHI BANCARI GENERALI " .

**BNL SpA –**  
**DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO**

**BNL SpA – CONTO SINTETICO DEL VALORE AGGIUNTO LORDO E DELLA DISTRIBUZIONE** (milioni di euro)

|   | 2001         |
|---|--------------|
| <b>RICAVI</b>   | <b>5.601</b> |
| <b>CONSUMI</b>  | <b>3.670</b> |
| <b>COMPONENTI STRAORDINARI NETTI</b>                        | <b>-510</b>  |
| <b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>                        | <b>1.421</b> |
| Ripartito tra:  |              |
| • <b>Soci</b>   | <b>1</b>     |
| Dividendi distribuiti ai soci:                              |              |
| Capogruppo BNL SpA  | 1            |
| • <b>Risorse umane</b>                                      | <b>976</b>   |
| Costo del lavoro:   |              |
| – diretto   | 844          |
| – indiretto   | 132          |
| • <b>Stato, enti e istituzioni</b>                          | <b>122</b>   |
| Imposte e tasse indirette e patrimoniali versate allo Stato | 88           |
| Imposte e tasse indirette e patrimoniali versate ai Comuni  | 15           |
| Imposte Regionali sulle attività produttive (IRAP)          | 67           |
| Imposte dirette sul reddito di esercizio (IRPEG)            | -48          |
| <b>COLLETTIVITÀ</b>   | <b>4</b>     |
| Elargizioni e liberalità                                    | 4            |
| <b>SISTEMA IMPRESA</b>                                      | <b>318</b>   |
| Rettifiche di valore su immobilizzazioni                    | 236          |
| Variazione del fondo rischi bancari generali                | 79           |
| Riserve e utili non distribuiti                             | 3            |
| <b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>                        | <b>1.421</b> |

**BNL SPA – PROSPETTO ANALITICO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO**

(milioni di euro)

|   | <b>2001</b>  |
|---|--------------|
| <b>Ricavi</b>   |              |
| Interessi attivi e proventi assimilati                                  | 4.380        |
| Commissioni attive  | 827          |
| Altri ricavi  |              |
| – dividendi e altri proventi  | 82           |
| – profitti da operazioni finanziarie                                    | 133          |
| – altri proventi di gestione  | 179          |
| <b>TOTALE PRODUZIONE LORDA</b>  | <b>5.601</b> |
| <b>Consumi</b>  |              |
| Interessi passivi e oneri assimilati                                    | 2.895        |
| Commissioni passive   | 106          |
| Altri oneri di gestione   | 14           |
| Altre spese amministrative <sup>(1)</sup>                               | 438          |
| Rettifiche di valore su crediti e accantonamenti per garanzie e impegni | 302          |
| Riprese di valore su crediti e accantonamenti per garanzie e impegni    | 169          |
| Accantonamenti per rischi e oneri                                       | 84           |
| Accantonamenti ai fondi rischi su crediti                               | 0            |
| <b>TOTALE CONSUMI</b>   | <b>3.670</b> |
| <b>Valore aggiunto caratteristico lordo</b>                             | <b>1.931</b> |
| Proventi straordinari   | 292          |
| Oneri straordinari  | 802          |
| <b>Componenti straordinari netti</b>                                    | <b>-510</b>  |
| <b>Valore aggiunto globale lordo</b>                                    | <b>1.421</b> |
| Rettifiche/riprese di valore su immobilizzazioni:                       |              |
| – materiali e immateriali   | 179          |
| – rettifiche finanziarie  | 57           |
| <b>Valore aggiunto globale netto</b>                                    | <b>1.185</b> |
| Costo del lavoro:   |              |
| – diretto   | 844          |
| – indiretto   | 132          |
| Elargizioni e liberalità  | 4            |
| Imposte e tasse indirette e patrimoniali                                | 103          |
| <b>Risultato prima delle imposte</b>                                    | <b>102</b>   |
| Variazione del fondo rischi bancari generali                            | 79           |
| Imposte sul reddito d'esercizio   | 19           |
| <b>UTILE D'ESERCIZIO</b>  | <b>4</b>     |

<sup>(1)</sup> DALLE ALTRE SPESE AMMINISTRATIVE (VOCE 80 B) SONO STATE SCORPORATE LE IMPOSTE E TASSE INDIRETTE E PATRIMONIALI E LE ELARGIZIONI E LIBERALITÀ, IVI COMPRESO IL SOSTEGNO FINANZIARIO A INIZIATIVE DI CARATTERE SOCIALE.

## CAPITOLO 2

## I DATI STATISTICI

## 1 Struttura centrale, di rete e canali distributivi

Nel corso del 2001 il Gruppo BNL ha conosciuto significativi momenti di innovazione, dei quali l'adozione del modello di Corporate governance proprio del Codice di autodisciplina delle società quotate, l'introduzione del Regolamento di Gruppo e il nuovo assetto divisionale rappresentano la componente organizzativa della strategia tracciata dal Piano Industriale.

**CORPORATE GOVERNANCE**

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'adesione al Codice di autodisciplina delle società quotate, assumendone pienamente i principi come regole di comportamento della Banca, dei suoi organi e dei suoi dipendenti.

In tale ambito, e a completamento dell'impianto di governance già esistente, sono state quindi assunte alcune deliberazioni riguardanti in particolare:

- la costituzione di un Comitato per la remunerazione;
- la costituzione di un Comitato per il controllo interno;
- la definizione di una procedura interna per la comunicazione all'esterno di documenti e informazioni riguardanti la Banca, con particolare riferimento a situazioni price sensitive;
- l'approvazione di un Regolamento di assemblea disciplinante l'ordinato e funzionale svolgimento delle assemblee degli azionisti della Banca.

**REGOLAMENTO DI GRUPPO**

Il Consiglio di Amministrazione della Banca ha inoltre approvato il Regolamento di Gruppo che

disciplina i meccanismi istituzionali di funzionamento e i rapporti all'interno del Gruppo BNL.

Il Regolamento – sottoposto altresì all'attenzione degli organi amministrativi delle società, italiane ed estere, evidenziandone la significatività e l'innovatività – è finalizzato al soddisfacimento di una duplice esigenza:

- garantire livelli di integrazione e autonomia societarie adeguati alla nuova *vision* del Gruppo e alla realizzazione del comune disegno strategico in ottica di massimizzazione del valore;
- valorizzare in un unico contesto le caratteristiche delle diverse entità, con l'obiettivo di ottimizzare le sinergie determinate dall'appartenenza al medesimo Gruppo.

In coerenza con lo scenario normativo di riferimento, il Regolamento fa proprie le logiche di direzione, coordinamento e governo imprenditoriale del Gruppo ponendo solide basi per ricercare e sviluppare maggiori, più funzionali interrelazioni.

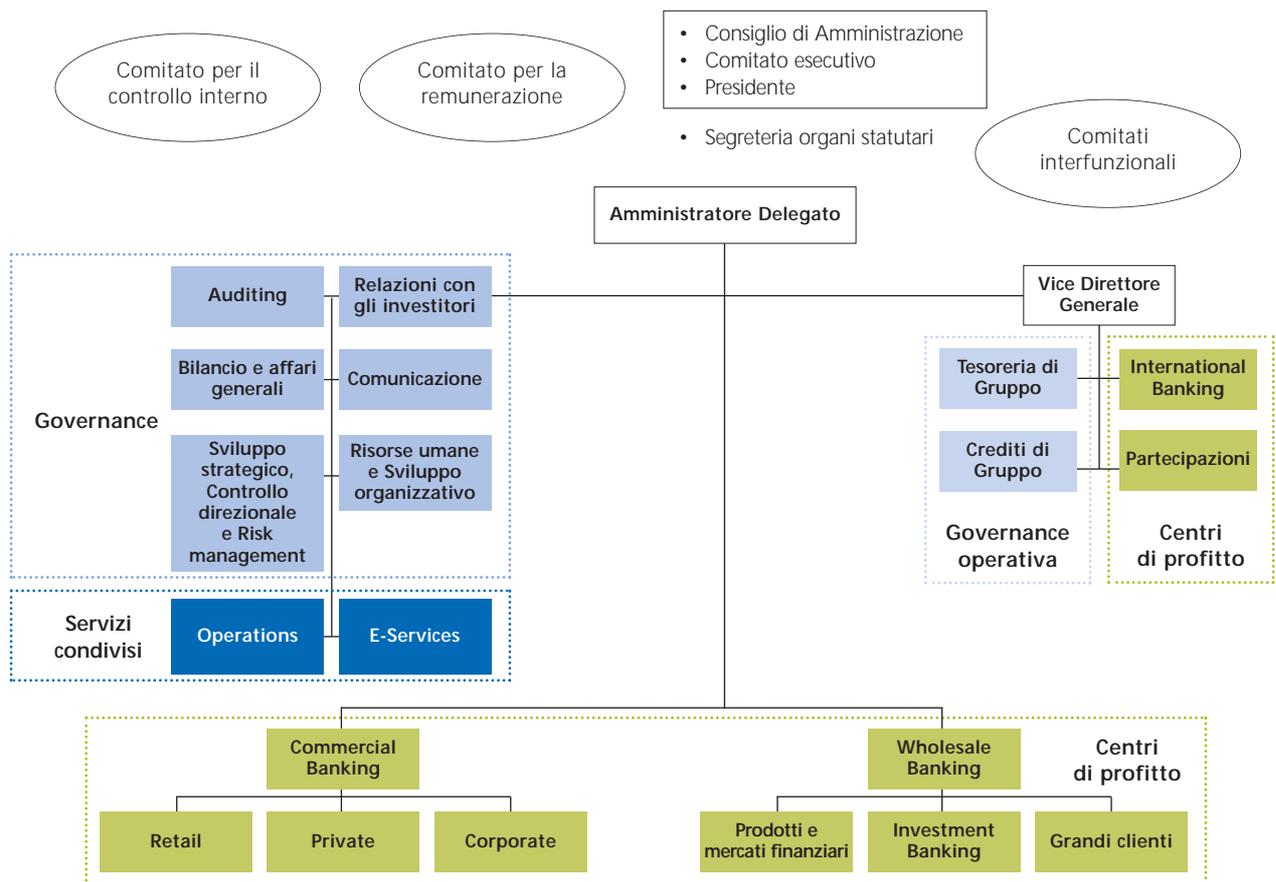
All'interno del documento di Gruppo vengono sviluppati principi guida per ciascuno dei processi di governance declinando modelli di governo opportunamente bilanciati tra funzionalità e opportunità di accentramento/decentramento: sono così individuate precise responsabilità in capo alla Capogruppo e alle società, in un quadro di univoca e reciproca assunzione di impegni.

**RIASSETTO ORGANIZZATIVO**

La sostenibilità del processo di riposizionamento operativo basato sulla specializzazione dell'offerta

in funzione delle esigenze della clientela e sul grado di efficienza/efficacia complessiva dei processi operativi, è assicurata da una serie di leve abilitanti tra le quali il potenziamento dell'organizzazione e delle singole funzioni aziendali sulle priorità strategiche. Al fine di cogliere con rapidità le nuove opportunità presenti sul mercato, BNL si sta progressivamente trasformando da gruppo universale a vocazione generalista a gruppo divisionale multispecialistico di servizi bancari e finanziari, caratterizzato da una forte enfasi e responsabilizzazione sullo sviluppo e sulla concentrazione, anche organizzativa, di competenze specialistiche. La ridefinizione della struttura in ottica divisionale, attivata nel 2001, costituisce il naturale sviluppo dell'evoluzione organizzativa programmata nel Piano Industriale del 1998 e il principale fattore abilitante dell'obiettivo di specializzazione. Grazie al nuovo assetto organizzativo, la Banca ha riconsiderato

la propria catena del valore al fine di eccellere nelle aree di attività maggiormente redditizie e di conseguire la piena efficienza ed efficacia dei processi operativi. Con l'implementazione del nuovo assetto organizzativo BNL si prefigge l'obiettivo di garantire ai propri azionisti e a tutti gli altri stakeholder una continua e consistente creazione di valore, grazie a una crescente capacità di cogliere, con rapidità e successo, le nuove opportunità che si presenteranno nei prossimi anni. Il modello adottato si fonda sul disegno di una struttura di Corporate governance con responsabilità di guida, coordinamento e presidio unitario e integrato del portafoglio di business del Gruppo e di strutture divisionali e centri di profitto dotati di adeguati livelli di autonomia operativa. A specifici comitati interfunzionali sono attribuiti compiti consultivi, di coordinamento ovvero deliberativi.



## GOVERNANCE

La governance centrale si articola in diverse aree di competenza:

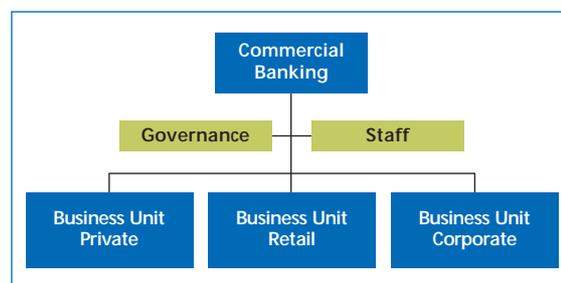
- Alle unità di governance propriamente dette vengono attribuiti – a livello di Gruppo – gli obiettivi prioritari di:
  - ~ rafforzare la visione integrata dei profili di redditività e di rischio;
  - ~ coadiuvare il Vertice nella valutazione dei risultati e nelle scelte di posizionamento e di allocazione di capitale;
  - ~ garantire un efficace sistema di pianificazione e controllo strategico e gestionale, nonché un adeguato sistema dei controlli e una coerente politica di bilancio;
  - ~ assicurare l'evoluzione dell'assetto organizzativo e lo sviluppo delle risorse umane;
  - ~ curare le relazioni con gli investitori, l'immagine, il brand e lo stile di comunicazione.
  
- Alle unità di governance operativa sono assegnati gli obiettivi di:
  - ~ definire e coordinare la politica creditizia, valutare e assumere posizioni creditizie di specifica competenza;
  - ~ garantire il soddisfacimento, attraverso l'utilizzo delle leve della Tesoreria di Gruppo, dei fabbisogni finanziari della Banca e delle società partecipate.
  
- Alle unità di servizi condivisi spetta il compito di elevare il livello di efficacia-efficienza operativa dei business sulla base di:
  - ~ un'ulteriore razionalizzazione delle funzioni di supporto infrastrutturale, tecnologico e logistico;
  - ~ la gestione attiva di centri servizi;
  - ~ l'incubazione e l'accelerazione dei processi di innovazione e-banking.

Fulcro operativo del nuovo assetto organizzativo è la costituzione di due strutture divisionali, volte ad assicurare il coordinamento di business unit per la gestione – previa attivazione di adeguati

riporti funzionali con la governance – del portafoglio di attività operative (anche aventi natura societaria) attuali e prospettiche del Gruppo, con responsabilità diretta in merito alla valorizzazione dei mercati di riferimento e alle connesse politiche di sviluppo prodotto-canale e di marketing.

## DIVISIONE COMMERCIAL BANKING

La Divisione Commercial Banking ha la responsabilità di garantire il raggiungimento degli obiettivi di volumi, market/customer share e redditività del mercato domestico, nonché di presidiare, sviluppare e gestire il portafoglio clienti, i prodotti e i canali distributivi relativamente ai mercati di competenza. La valorizzazione delle tradizionali linee di business, cui si affianca lo sviluppo di iniziative ad alto potenziale di crescita, è affidata a specifiche Business Unit della divisione, con adozione di modelli di gestione della relazione per segmento e di distribuzione multicanale.



## DIVISIONE WHOLESALE BANKING

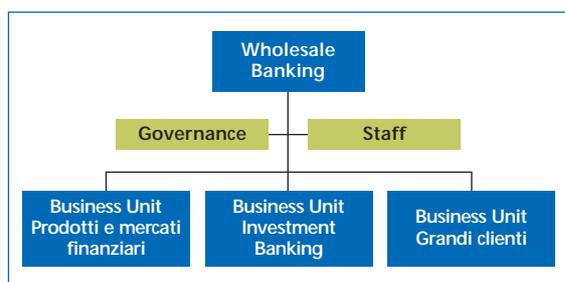
La Divisione Wholesale Banking ha la responsabilità di massimizzare, attraverso la necessaria specializzazione e la capacità di innovazione di business unit dedicate, il valore aggiunto dei prodotti/servizi finanziari a disposizione del Gruppo, presidiare l'intermediazione mobiliare e gestire le relazioni con i grandi clienti e le operazioni di investment banking. Presidi specialistici curano lo sviluppo/gestione di servizi e prodotti finanziari innovativi ad alto valore aggiunto funzionali alla politica di riposizionamento del Gruppo. Ulteriori centri di profitto sono preposti alla valorizzazione dei business specialistici non divisionalizzati, per la



massimizzazione del ritorno sul capitale investito:

- International Banking
- Portafoglio partecipazioni del Gruppo.

In coerenza con l'assetto divisionale e nell'ottica di un'ulteriore specializzazione della struttura per segmento/mercato, è stata avviata la progressiva implementazione del nuovo modello organizzativo e distributivo di Area Territoriale.



### AREA TERRITORIALE

Il nuovo modello, già operativo nelle aree di Milano, Lazio e Campania, prevede la razionalizzazione della struttura di coordinamento della Rete (da 70 filiali a 12 aree) e l'attivazione di una struttura snella,

con elevata autonomia gestionale che governa tre leve fondamentali: gestione commerciale, del credito e delle risorse. L'Area Territoriale è, infatti, responsabile:

- degli obiettivi economico-commerciali per il territorio, governando la distribuzione dei prodotti ai clienti con l'utilizzo integrato dei diversi canali di vendita e l'erogazione di un servizio specializzato per tipologia di clientela;
- dell'esame e delle concessioni di credito (nei limiti di autonomia delegati), del monitoraggio dei rischi creditizi nonché delle autorizzazioni in tema di tassi e condizioni;
- dell'efficienza della "macchina distributiva" sul territorio, dei livelli di qualità del servizio e dell'ottimizzazione dei relativi costi operativi, attraverso la gestione delle risorse umane e tecniche.

L'assetto organizzativo di Area Territoriale prevede presidi differenziati per mercato funzionalmente dipendenti dalle omologhe strutture centrali, nonché un ruolo di presidio della qualità e sicurezza dei servizi alla clientela per l'ottimizzazione dei costi



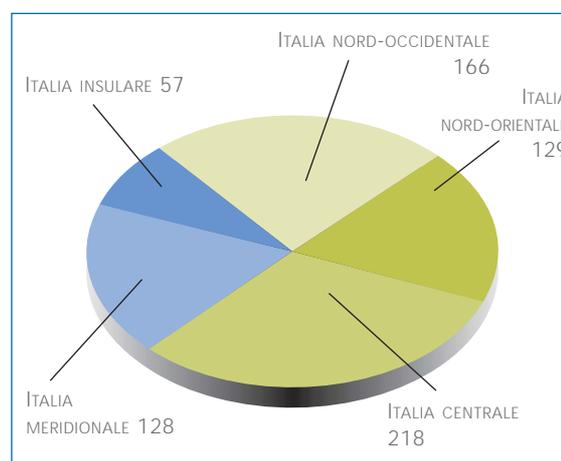
operativi e la gestione delle risorse tecniche. In posizione di staff dell'Area operano, inoltre, l'unità per la pianificazione e monitoraggio commerciale, il Customer care, il contenzioso, il controllo rischi creditizi e la gestione delle risorse umane. In coerenza con quanto previsto dalle linee strategiche in materia di costi e di investimenti, sono state intraprese iniziative di reingegnerizzazione dei processi operativi della Rete e dei centri servizi. Alla luce dei riscontri ottenuti con la costituzione del Back Office Accentrato, finalizzato allo svolgimento dei servizi amministrativi in centri specializzati, si è ritenuto di integrare l'assetto organizzativo con la costituzione di una nuova struttura denominata Back Office Unificato.

Quest'ultima assorbirà gradualmente le attività amministrative accentrabili finora svolte in Rete, fino alla completa trasformazione in Centri servizi territoriali che consentano l'applicazione sull'intero territorio nazionale di uniformi metodologie orientate all'industrializzazione dei processi.

## I CANALI DISTRIBUTIVI

L'offerta distributiva multicanale della Banca comprende la Rete degli sportelli, le postazioni self-service, i promotori finanziari di BNL Investimenti SIM, il canale telefonico Telebanca BNL, il portale Internet e-Family, il trading on line BNL, il portale Internet Business Way ed Ediway. Nel corso dell'anno si è conclusa l'estensione del nuovo modello distributivo denominato "Aree Territoriali" sulle

### DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLE DIPENDENZE



regioni Lazio e Campania, dopo che nel corso del primo semestre si era sperimentato sulla città di Milano. Un modello che verrà esteso a tutta la Rete nel corso del 2002.

#### **LA RETE DEGLI SPORTELLI**

Nel corso del 2001, in Italia sono stati aperti 20 nuovi sportelli, raggiungendo quota 698 e portando il numero delle piazze servite a 356, con la copertura di tutti i 103 capoluoghi di provincia. I nuovi punti vendita hanno l'obiettivo di rafforzare le quote di mercato e consolidare il rapporto con le amministrazioni pubbliche e con gli enti, migliorando l'attuale inserimento sul territorio. In tale ottica va considerata l'apertura di cinque sportelli sulla piazza di Roma, oltre al rafforzamento del presidio nell'Italia meridionale (due sportelli in Sicilia, due in Calabria e uno in Puglia). Nel corso dell'anno è stato avviato, sulla Rete italiana, il rilascio di alcune componenti tecnico-applicative fondamentali del nuovo sistema informativo della Banca, così come pianificato nell'ambito del roll out del Piano dei Sistemi, imperniato sul concetto di centralità del cliente, che si concluderà nel corso del 2002. Tale rilascio comporta la sostituzione di tutta l'infrastruttura

tecnologica (pc, server, stampanti, rete di telecomunicazione) e alcune applicazioni chiave di agenzia: sportello, marketing e vendite, anagrafe. La Rete estera del Gruppo BNL è considerata tra le più importanti del sistema bancario italiano, con presenze consolidate nei maggiori centri finanziari internazionali. Essa comprende 8 filiali (New York, Londra, Singapore, Hong Kong, Parigi, Madrid, Barcellona e Valencia), 15 uffici di rappresentanza, 7 società bancarie, 9 affiliate nel settore dell'intermediazione finanziaria (di cui 2 holding) e una dedicata a operatività strumentale, tutte controllate direttamente o indirettamente dalla Banca. La diversificata presenza internazionale permette al Gruppo di assistere le aziende italiane con operatività cross-border e di servire i gruppi multinazionali, in particolare quelli con investimenti diretti in Italia o in altri Paesi in cui è attivo il Gruppo BNL. La Rete operativa di filiali e affiliate all'estero è organizzata per offrire alla clientela, oltre ai tradizionali finanziamenti a breve e medio-lungo termine e all'attività di tesoreria, una vasta gamma di prodotti e servizi innovativi integrati, segnatamente nei settori della finanza strutturata, del Corporate finance e del Private banking.

## 2 Gli altri canali distributivi

#### **LE POSTAZIONI SELF SERVICE**

La struttura distributiva è stata potenziata nel 2001 con 34 nuove postazioni ATM che portano la dotazione complessiva a 1.236, di cui 352 installate presso enti pubblici e imprese e 53 presso la Rete dei promotori finanziari della controllata BNL Investimenti SIM. Nel corso dell'anno, attraverso questo canale, sono state effettuate oltre 52 milioni di operazioni. In particolare si sono registrati più di 33 milioni di prelievi e circa 2 milioni di ricariche telefoniche.

#### **LA RETE DEI PROMOTORI FINANZIARI**

Nel corso del 2001 è proseguito il programma



di rilancio di BNL Investimenti SIM avviato negli ultimi mesi del 2000. Il piano è incentrato sull'incremento della produttività dei promotori finanziari e sull'espansione numerica e qualitativa della Rete, con l'inserimento di promotori esperti. Inoltre prevede, come elemento qualificante, la trasformazione della società in banca multicanale (Internet, Call center e "negozi finanziari") incentrata sulla figura del promotore finanziario.

Il piano di rilancio della società ha prodotto positivi risultati già nel corso del 2001. Pur in presenza di condizioni di mercato decisamente avverse, la Rete dei promotori ha conseguito una raccolta netta di oltre 230 milioni di euro di risparmio gestito, cui si aggiunge la raccolta proveniente dalle Index Bond e dalle polizze Unit Linked, che ha superato i 120 milioni di euro.

Anche il piano di espansione della Rete è proseguito alacremente: il numero dei promotori è cresciuto da 979 di fine 2000 a 1.150 (+17%); sono stati aperti 11 negozi finanziari denominati

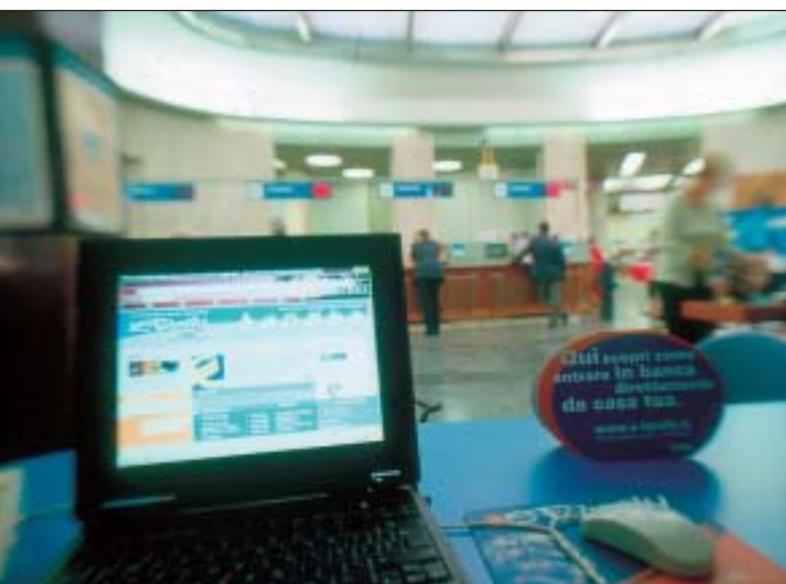
"salotti dell'investitore", che si vanno ad aggiungere ai 3 inaugurati nel 2000; gli uffici che ospitano i promotori (le cosiddette agenzie) sono saliti a 265 (34 in più rispetto a fine 2000), distribuiti su tutto il territorio nazionale.

#### IL CANALE TELEFONICO

Telebanca BNL ha incrementato del 30,7% il numero dei clienti raggiungendo le 261.446 unità che hanno accesso a servizi informativi e dispositivi su 296.259 conti correnti e 161.226 dossier titoli. L'elevata richiesta di adesioni al servizio è da collegare all'integrazione dell'offerta con le iniziative Internet della Banca.

Nel corso del 2001, le richieste di servizi informativi evase dal risponditore automatico sono state 11.479.653 e rappresentano il 96,4% del totale dei contatti. Su un totale di 403.097 operazioni dispositive inserite, 325.992 sono relative a operazioni in titoli, con una percentuale di eseguiti pari all'83% (controvalore complessivo di 1.011 milioni di euro), mentre le restanti 77.105 riguardano utenze, giroconti e bonifici.

### 3 Il canale Internet (e wireless banking)



#### IL TRADING ON LINE BNL

A diciannove mesi dal lancio, il servizio di trading on line, accessibile sia via Internet sia tramite telefono cellulare GSM, ha raggiunto 105.196 clienti contrattualizzati (+131,5% rispetto a dicembre 2000), di cui 52.453 attivi (+120,1%). I clienti che possono operare anche via GSM ammontano a 34.850 (+76,6%).

Nel 2001 sono stati impartiti 769.691 ordini sul mercato italiano, di cui l'8,2% via GSM, e sono state eseguite 531.002 operazioni di compravendita titoli (+192,8%) per un controvalore totale di 1.483 milioni di euro (+129,3%). Nel corso dell'anno, inoltre, è

stata resa disponibile alla clientela la possibilità di aderire on line alle OPV.

#### IL PORTALE E-FAMILY

A quindici mesi dal lancio, il portale Internet dedicato alla famiglia ha superato le 95 mila adesioni, di cui circa 36 mila clienti operativi (+218,9% rispetto a dicembre 2000). Nel 2001 le visite al sito sono state pari a circa 2,4 milioni, con un numero complessivo di pagine visitate pari a 23,6 milioni. Le operazioni dispositive transitate sul canale sono state 84.766, a fronte di 900.390 operazioni informative.

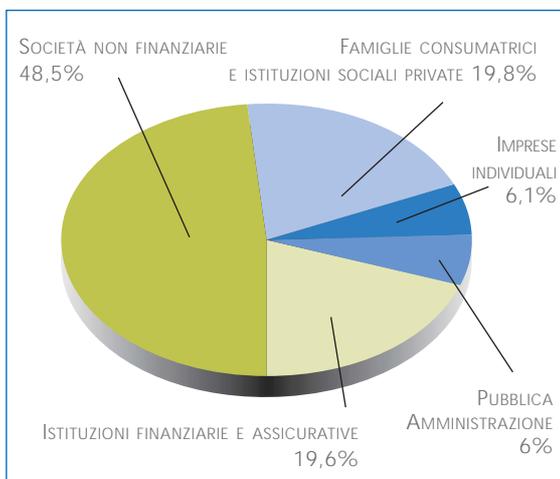
Nel corso del secondo semestre è stato rilasciato il servizio "Portafoglio di risparmio gestito" per la consultazione del proprio portafoglio di fondi e gestioni patrimoniali gestito da BNL Gestioni SGR. È stato inoltre esteso anche alla carta revolving TopCredit il servizio di consultazione a distanza dell'estratto conto.

Relativamente ai servizi non bancari, è stata ampliata la gamma dei partner commerciali nei settori della telefonia mobile, dell'arredamento, della salute e benessere, con un'offerta che può contare su un catalogo di circa 5.000 prodotti.



## 4 Impieghi e raccolta

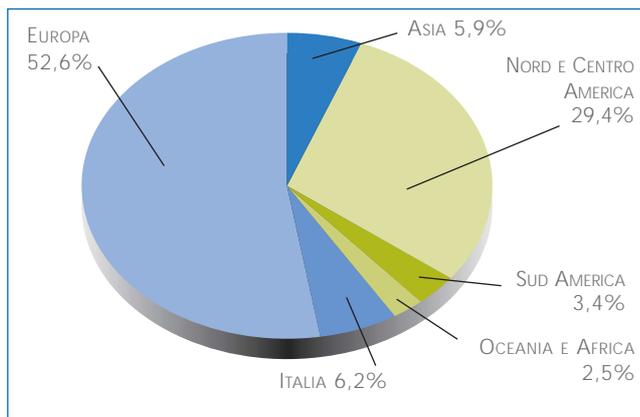
**RIPARTIZIONE PERCENTUALE DEGLI IMPIEGHI PER CASSA PER SETTORI ISTITUZIONALI**  
(clientela ordinaria residente, filiali Italia - dic. 2001)



**FILIALI ESTERE: IMPIEGHI PER CASSA PER SINGOLE FILIALI ESTERE (TOTALE CLIENTELA)**

| AREA DI RESIDENZA | 2001                      |             | 2000                      |             |
|-------------------|---------------------------|-------------|---------------------------|-------------|
|                   | CONSISTENZA (MLN DI EURO) | INCIDENZA % | CONSISTENZA (MLN DI EURO) | INCIDENZA % |
| Gran Bretagna     | 2.687                     | 35,8        | 2.136                     | 29          |
| Francia           | 659                       | 8,8         | 770                       | 10,5        |
| Spagna            | 1.283                     | 17,1        | 1.283                     | 17,5        |
| Nord America      | 2.286                     | 30,4        | 2.675                     | 36,4        |
| Estremo Oriente   | 595                       | 7,9         | 484                       | 6,6         |
| <b>Totale</b>     | <b>7.510</b>              | <b>100</b>  | <b>7.348</b>              | <b>100</b>  |

**IMPIEGHI PER CASSA PER AREE GEOGRAFICHE  
DELLA CONTROPARTE**  
(clientela ordinaria, filiali estere - dic. 2001)



**SETTORIZZAZIONE DELLA RACCOLTA**

Le tabelle di seguito riportate evidenziano per le filiali italiane la distribuzione della raccolta da clientela ordinaria residente (escluse le operazioni pronti contro termine e le obbligazioni) distinta a livelli di settori istituzionali e di Aree Territoriali e per le unità operanti all'estero la ripartizione dei depositi per grandi aree geografiche.

Le tabelle si basano sui criteri definiti dalla matrice dei conti e pertanto si riferiscono alla sola componente filiali Italia, clientela residente (escluse le operazioni pronti contro termine e le obbligazioni).

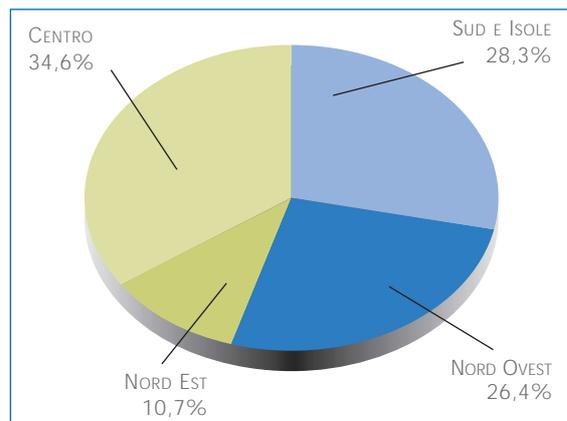
**FILIALI ITALIA: DEPOSITI PER SETTORI ISTITUZIONALI (TOTALE RESIDENTI)**

| SETTORI   | 2001                         |                | 2000                         |                |
|---|------------------------------|----------------|------------------------------|----------------|
|   | CONSISTENZA<br>(MLN DI EURO) | INCIDENZA<br>% | CONSISTENZA<br>(MLN DI EURO) | INCIDENZA<br>% |
| Pubblica Amministrazione                            | 1.932                        | 7,5            | 2.041                        | 7,9            |
| Istituzioni finanziarie e assicurative              | 2.934                        | 11,3           | 3.498                        | 13,6           |
| Società non finanziarie                             | 4.771                        | 18,4           | 4.453                        | 17,3           |
| Famiglie consumatrici e istituzioni sociali private | 14.385                       | 55,5           | 14.004                       | 54,2           |
| Imprese individuali                                 | 1.893                        | 7,3            | 1.793                        | 7,0            |
| <b>Totale</b>                                       | <b>25.915</b>                | <b>100</b>     | <b>25.789</b>                | <b>100</b>     |

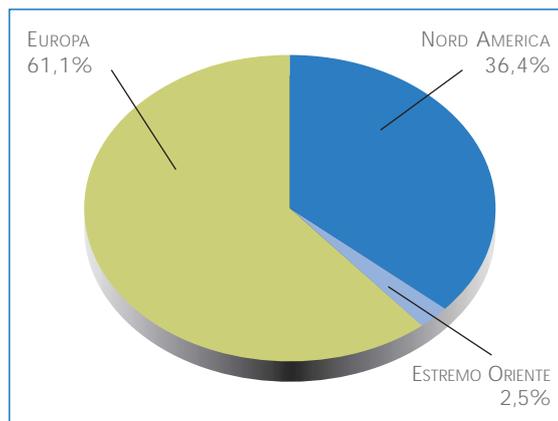
**FILIALI ITALIA: DEPOSITI PER AREE GEOGRAFICHE (TOTALE RESIDENTI)**

| AREE          | 2001                         |                | 2000                         |                |
|---------------|------------------------------|----------------|------------------------------|----------------|
|               | CONSISTENZA<br>(MLN DI EURO) | INCIDENZA<br>% | CONSISTENZA<br>(MLN DI EURO) | INCIDENZA<br>% |
| Nord Ovest    | 6.853                        | 26,4           | 6.270                        | 24,3           |
| Nord Est      | 2.772                        | 10,7           | 3.208                        | 12,5           |
| Centro        | 8.966                        | 34,6           | 9.419                        | 36,5           |
| Sud e Isole   | 7.324                        | 28,3           | 6.892                        | 26,7           |
| <b>Totale</b> | <b>25.915</b>                | <b>100</b>     | <b>25.789</b>                | <b>100</b>     |

**DEPOSITI PER AREE GEOGRAFICHE**  
(clientela ordinaria residente, filiali Italia - dic. 2001)



**DEPOSITI PER AREE GEOGRAFICHE**  
(clientela ordinaria, filiali estere - dic. 2001)



**FILIALI ESTERE: DEPOSITI PER AREE GEOGRAFICHE (TOTALE CLIENTELA)**

| FILIALI         | 2001                         |                | 2000                         |                |
|-----------------|------------------------------|----------------|------------------------------|----------------|
|                 | CONSISTENZA<br>(MLN DI EURO) | INCIDENZA<br>% | CONSISTENZA<br>(MLN DI EURO) | INCIDENZA<br>% |
| Europa          | 2.138                        | 61,1           | 1.945                        | 56,0           |
| Nord America    | 1.275                        | 36,4           | 1.468                        | 42,3           |
| Estremo Oriente | 86                           | 2,5            | 58                           | 1,7            |
| <b>Totale</b>   | <b>3.499</b>                 | <b>100</b>     | <b>3.471</b>                 | <b>100</b>     |

## 5 Remunerazione del capitale investito e politica dei dividendi

In sede di destinazione dell'utile di esercizio, la volontà del management è stata finora di proporre una politica dei dividendi che si attesta a una distribuzione del 40% degli utili della società, tenendo tuttavia presenti le priorità costituite dalle esigenze di rafforzamento patrimoniale

**REDDITIVITÀ DEL CAPITALE\***

|     | 2001 | 2000  |
|-----|------|-------|
| ROE | 0,8% | 12,3% |

\* RIFERITO AL BILANCIO CONSOLIDATO DEL GRUPPO BNL.

**PRINCIPALI INDICATORI AZIONARI\*** (in euro)

|   | 2001  | 2000 |
|---|-------|------|
| Prezzo medio dell'anno                        | 3,20  | 3,68 |
| Dividendo azione ordinaria                    | 0,00  | 0,08 |
| Dividendo azione risparmio                    | 0,415 | 0,10 |
| Utile per azione                              | 0,015 | 0,22 |
| Risultato attività ordinarie per azione       | 0,33  | 0,30 |
| Patrimonio netto per azione (escluso l'utile) | 1,92  | 1,76 |
| Prezzo/patrimonio netto per azione**          | 1,67  | 2,09 |

\* I VALORI PATRIMONIALI E DI CONTO ECONOMICO SONO RIFERITI AL BILANCIO CONSOLIDATO DEL GRUPPO BNL.

\*\* CALCOLATO SULLA BASE DEL PREZZO MEDIO DELL'ANNO.

e finanziario. Tale obiettivo è stato raggiunto e superato nei due esercizi successivi alla privatizzazione dell'Istituto. Nella proposta di Riparto dell'utile 2001, il Consiglio di Amministrazione della Banca intende proporre alla prossima assemblea l'attribuzione del dividendo 2001 alle sole azioni di risparmio. Questa decisione, non in contraddizione

con l'impostazione di base, riflette l'importanza assegnata all'obiettivo di salvaguardare la base di capitale della Società, al fine di tutelare e valorizzare l'investimento di tutti gli azionisti BNL in un'ottica di medio-lungo periodo, garantendo una maggiore copertura dei rischi e una migliore redditività futura.

**DIVIDENDI**

(in euro)

|  | 2001          | 2000          | 1999          |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Numero azioni ordinarie                | 2.124.693.448 | 2.110.844.988 | 2.097.826.066 |
| Dividendo unitario azioni ordinarie    | 0,00          | 0,08          | 0,06          |
| Numero azioni di risparmio             | 23.198.331    | 23.198.331    | 23.198.331    |
| Dividendo unitario azioni di risparmio | 0,0415        | 0,10          | 0,08          |
| Utile netto BNL SpA (mln)              | 4,01          | 381,88        | 279,25        |
| Utile netto Gruppo BNL (mln)           | 32,76         | 475,48        | 401,34        |

**IL TITOLO BNL IN BORSA**

L'azione ordinaria è stata ammessa alla quotazione presso la Borsa Valori Italiana il 21 settembre 1998. L'azione (all'epoca "quota") di risparmio è stata ammessa alla quotazione alla Borsa Valori Italiana il 17 marzo 1987, e al mercato telematico il 16 dicembre 1993.

Il peso del titolo ordinario negli indici ufficiali della Borsa Italiana-Mercato Telematico Azionario è attualmente dell'1,26% nel MIB30 e dello 0,84% nel Mibtel.

Nel 2001 l'andamento delle quotazioni di Borsa delle azioni ordinarie BNL si è sviluppato in due fasi temporali ben distinte, che evidenziano un profilo dinamico parzialmente disallineato rispetto agli altri indici di settore e al MIB30.

Nel primo semestre, sostenuto dalla diffusione di buoni risultati aziendali trimestrali e dalla fiducia accordata dagli operatori finanziari al processo di ristrutturazione e riposizionamento commerciale posto in essere dalla Banca, il valore dell'azione ha

registrato rispetto all'inizio dell'anno un significativo incremento, conseguendo una crescita del 12,8%, mentre tutti gli altri indici di confronto, come raffigurato nel grafico a pag. 103, hanno chiuso il semestre con prezzi in regresso.

Nei successivi sei mesi, invece, le quotazioni hanno risentito del generale peggioramento delle condizioni macro-economiche mondiali e del crollo dei mercati borsistici conseguente agli attentati terroristici dell'11 settembre perpetrati negli USA.

Nel quarto trimestre dell'anno, in linea con la ripresa di fiducia dei mercati borsistici, anche le quotazioni del titolo ordinario BNL hanno assunto un trend ascendente. La fase di recupero si è tuttavia interrotta nel mese di dicembre in connessione con il precipitare della crisi economico-finanziaria dell'Argentina. La chiusura a fine dicembre si è comunque collocata a 2,27 euro, con un recupero dai minimi di settembre pari a circa il 20%.

Nel complesso, la performance annua del titolo BNL, come quella dei principali concorrenti

e del settore bancario in generale, si è dimostrata sensibile all'andamento ciclico dell'economia e ha subito la revisione verso il basso delle previsioni sul rendimento prospettico dell'attività bancaria. In un confronto con l'andamento del mercato, la dinamica delle azioni ordinarie BNL è risultata a fine anno in linea con quelle del MIB bancario. I volumi di contrattazione sul titolo si sono attestati su una media giornaliera di poco inferiore ai 10 milioni di pezzi, in lieve contrazione rispetto al corrispondente valore dell'anno precedente. Scambi sopra la media si sono avuti durante

gennaio e maggio, nonché negli ultimi quattro mesi dell'anno.

Nel 2001 la performance delle azioni di risparmio è risultata sostanzialmente in linea con quella del titolo ordinario. Il prezzo massimo intraday dell'anno è stato segnato il 1° febbraio a quota 3,38 euro, mentre quello minimo, pari a 1,56 euro, è stato riscontrato il 21 settembre.

I grafici che seguono illustrano l'andamento dei titoli ordinario e di risparmio BNL nel corso dell'anno 2001.

*PREZZI UFFICIALI E VOLUMI NEL 2001* (dati sintetici)

| QUOTAZIONI               | MASSIMO         | DATA        | MINIMO    | DATA         |
|--------------------------|-----------------|-------------|-----------|--------------|
| BNL ORDINARIA            | 3,98            | 1° febbraio | 1,91      | 20 settembre |
| BNL RISPARMIO            | 3,38            | 1° febbraio | 1,56      | 21 settembre |
| VOLUMI                   | MASSIMO         | DATA        | MINIMO    | DATA         |
| BNL ORDINARIE            | 35.141.000      | 24 gennaio  | 1.994.500 | 27 agosto    |
| Media giornaliera volumi | 9.650.000 circa |             |           |              |

*ANDAMENTO QUOTAZIONI BNL ORDINARIA E RISPARMIO NEL 2001*  
 (Elaborazione su dati Reuters dei valori di chiusura settimanali dal 29 dicembre 2000 al 28 dicembre 2001)



## RATING

|                   | BREVE<br>TERMINE | LUNGO<br>TERMINE | OUTLOOK  | ULTIMA<br>REVISIONE |
|-------------------|------------------|------------------|----------|---------------------|
| Moody's           | P1               | A2               | Stabile  | 2 ottobre 2000      |
| Standard & Poor's | A2               | BBB+             | Negativo | 16 febbraio 2002    |
| Fitch IBCA        | F2               | BBB+             | Stabile  | 22 febbraio 2002    |

## 6 Risorse umane

La situazione del personale a fine anno è di 16.594 risorse, di cui il 2,51% di personale estero e il 27,15% di personale femminile. Il rapporto di lavoro con il personale estero è regolato, secondo quanto previsto dalla legislazione di diritto internazionale privato, recependo le legislazioni locali in essere.

In particolare, pur nell'ambito di una politica di riduzione del personale avvenuta negli ultimi anni che ha portato a un decremento dell'organico pari al 4,9% nel biennio 1999-2001, le donne, nello stesso periodo, sono aumentate del 4,31%.

È interessante sottolineare che, in adesione alla politica sulle Pari Opportunità, le donne in posizioni manageriali sono passate da 373 nel 1999 a 535 nel 2001, evidenziando

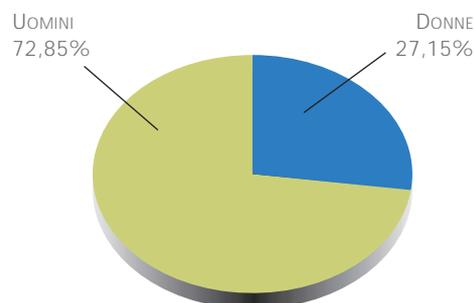
un incremento nel periodo del 43,4%. Anche nel 2001 lo sviluppo di nuovi ruoli professionali ha richiesto un notevole sforzo in termini di reclutamento, soprattutto nelle nuove unità di business (credito al consumo e sviluppo prodotti). Le assunzioni per la Rete sono state il 61% del totale delle assunzioni.

Sono state realizzate 413 assunzioni (77 in più rispetto al 2000 e 201 in più rispetto al 1999) necessarie per dare forma al riassetto manageriale e per accrescere il valore del capitale umano in azienda, infatti il 25% degli assunti sono stati dirigenti e quadri direttivi.

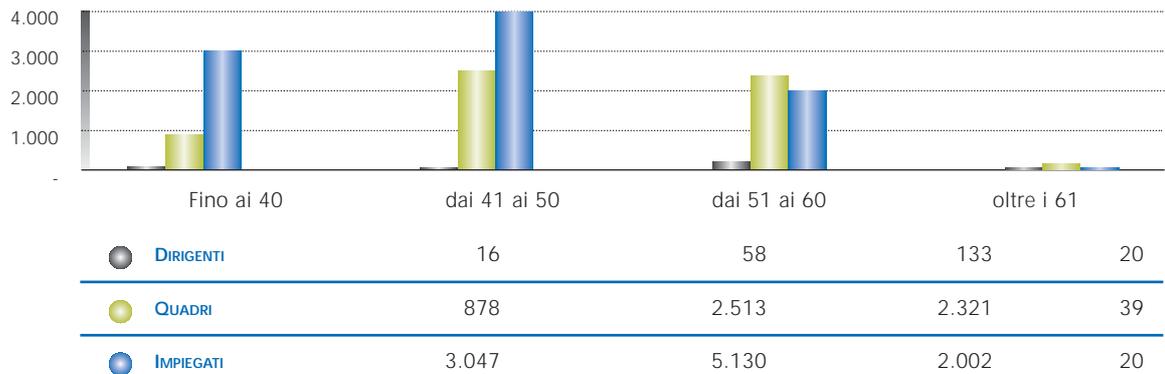
Anche l'età media dei nuovi assunti (29 anni) costituisce un dato interessante per la comprensione dello sforzo della Banca di rinnovarsi.

## INQUADRAMENTO DEL PERSONALE BNL

|                      | UOMINI        | DONNE        | TOTALE        | %     |
|----------------------|---------------|--------------|---------------|-------|
| Dirigenti            | 217           | 10           | <b>227</b>    | 1,37  |
| Quadri               | 4.865         | 886          | <b>5.751</b>  | 34,66 |
| Impiegati            | 6.776         | 3.423        | <b>10.199</b> | 61,46 |
| <b>Totale Italia</b> | <b>11.858</b> | <b>4.319</b> | <b>16.177</b> | 97,49 |
| Rete estero          | 231           | 186          | <b>417</b>    | 2,51  |
| <b>Totale BNL</b>    | <b>12.089</b> | <b>4.505</b> | <b>16.594</b> |       |



LA DISTRIBUZIONE DEL PERSONALE BNL PER FASCE DI ETÀ

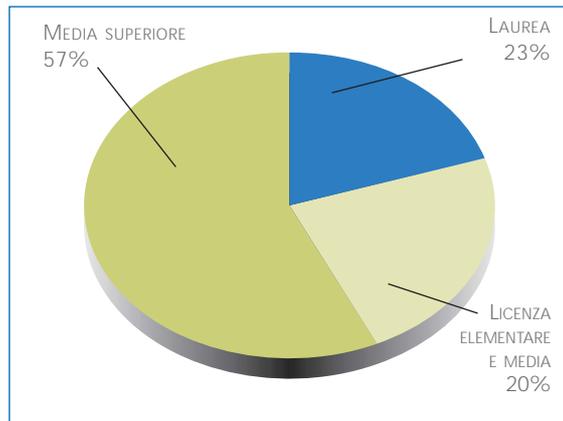


La politica delle assunzioni risulta inoltre in linea con la decisione di aderire alla Pari Opportunità, in quanto il 52% dei nuovi assunti è di sesso femminile. L'analisi dell'organico al 31 dicembre 2001 dimostra una situazione in forte e continuo cambiamento, soprattutto dal punto di vista "generazionale". La distribuzione per fasce d'età evidenzia una frequenza più accentuata per la fascia di personale compresa tra i 41 e i 50 anni, con età media uguale a 45 anni e 9 mesi. BNL storicamente presenta un andamento di età media molto elevato, l'alto tasso di turnover degli ultimi anni ha permesso una notevole diminuzione di tale indice e ha consentito l'inserimento di personale direttivo di età media relativamente contenuta.

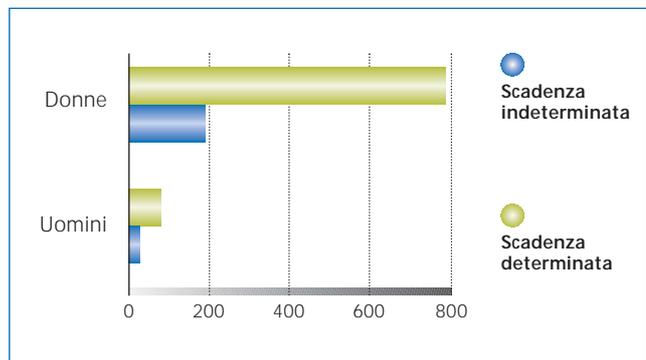
L'anzianità media di servizio del 72% dell'organico è inferiore a 25 anni (l'età media di anzianità dell'organico è pari a 20 anni e 7 mesi).

A testimonianza del grosso impegno della Banca nel cambiamento generazionale del management è significativo il dato che si riferisce ai dirigenti: il 12% di essi ha meno di 5 anni di anzianità bancaria. Relativamente alla scolarità, la composizione del personale risulta così definita: il 23% laureati, il 57% scuola media superiore e il 20% scuola media inferiore e licenza elementare. Il ricorso al contratto part-time

SCOLARITÀ DEL PERSONALE



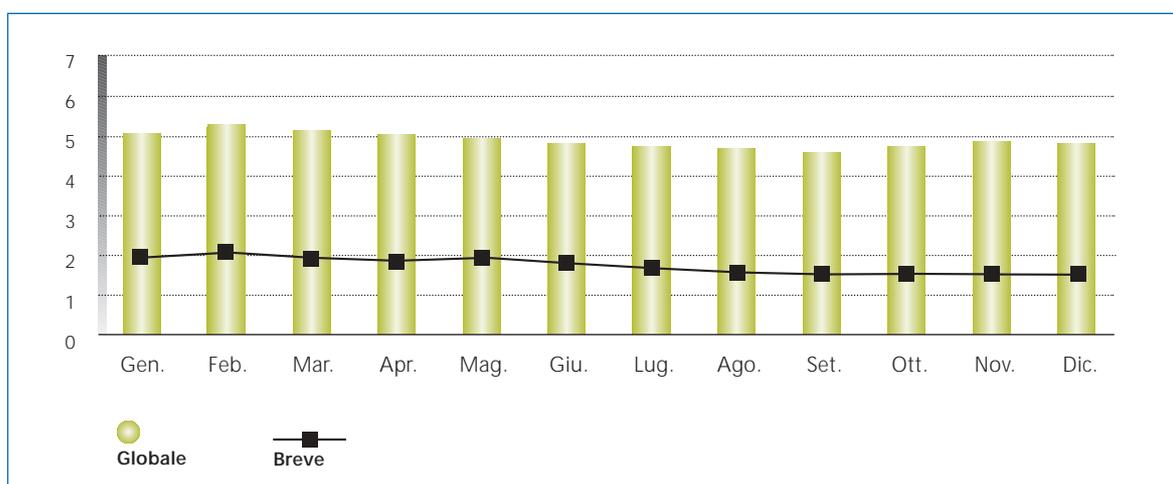
interessa 1.059 unità, di cui il 91,8% del personale è di sesso femminile e predilige il part-time a scadenza determinata per poter gestire con la massima flessibilità il proprio lavoro.



Nel corso del 2001 le giornate medie per dipendente di assenza per malattia sono rimaste invariate rispetto al 2000 (4,3 giorni), mentre le assenze per malattia "breve" (fino a 3 giorni) sono passate da 1,14 a 1,51 giorni medi per dipendente nel 2001.

Nel corso del 2001, ci sono stati 7 scioperi (di cui 3 vertenze). La percentuale totale di sindacalizzazione della Banca è del 56%, gli impiegati sindacalizzati sono il 62%, mentre la percentuale di sindacalizzazione del personale

#### ANDAMENTO INCIDENZA MALATTIA MEDIA MENSILE 2001



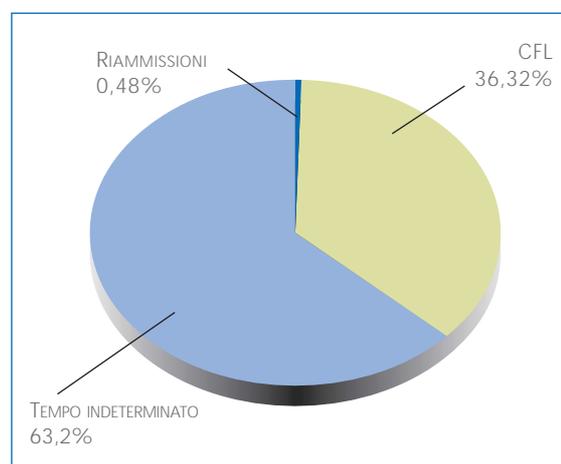
direttivo è del 47%. Per quanto riguarda il personale in forza appartenente alle categorie preferenziali, al 31 dicembre 2001 i lavoratori disabili assunti erano 347 e gli appartenenti a categorie protette 295.

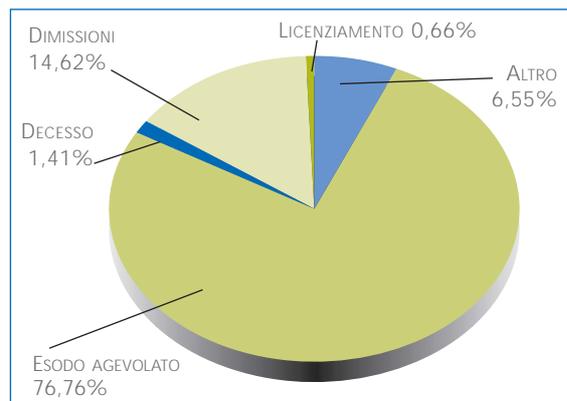
Per permettere a BNL di realizzare un numero di assunzioni superiore a quello previsto nel Piano Industriale, assunzioni necessarie per un riassetto manageriale e un ricambio generazionale, BNL nel corso del 2001 ha proseguito l'azione straordinaria di riduzione del personale attraverso l'incentivazione all'esodo del personale con diritto alla pensione e l'accompagnamento per un massimo di 48 mesi in base all'accordo in materia di esuberi sottoscritto con le organizzazioni sindacali il 31 marzo 1998.

Il turnover complessivo del -3,79% (calcolato sul decremento degli organici di 654 unità nel 2001) è stato determinato da 413 assunzioni

e da 1.067 cessazioni, di cui 819, pari al 76,76%, con esodo agevolato/incentivato. A testimonianza dell'impegno di BNL nell'assunzione dei giovani dal mercato, i contratti di formazione lavoro sono passati da 107 nel 1999, a 121 nel 2000 e a 150 nel 2001 (+40% in due anni).

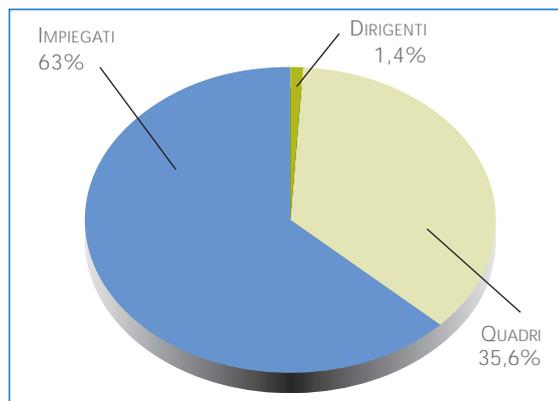
#### FORME DI IMPIEGO DEI NEO-ASSUNTI



**ARTICOLAZIONE DELLE FORME DI CESSAZIONE**

Il tasso medio di turnover annuale fra i dipendenti specializzati e laureati assunti negli ultimi 2 anni è stato del 4,5% per i dipendenti specializzati e dell'1% per i laureati.

Uno dei principali obiettivi delle Risorse Umane è stato quello di ottimizzare le risorse all'interno della struttura per garantire una maggiore flessibilità

**COMPOSIZIONE PER CATEGORIA DEL PERSONALE**

organizzativa e un coinvolgimento nelle decisioni aziendali più sentito. Infatti, pur nell'ambito della forte spinta di diminuzione del personale attualmente in corso, è aumentato il numero dei dirigenti da 202 nel 2000 a 227 nel 2001. La composizione per categoria del personale in Italia è così individuata: 1,4% dirigenti, 35,6% quadri, 63% il restante.

**PERSONALE DIRETTIVO E NON DIRETTIVO**

| PERSONALE ITALIANO |                     | 2001          | 2000          |
|--------------------|---------------------|---------------|---------------|
| <b>Uomini</b>      | Personale direttivo | 5.082         | 5.237         |
|                    | Non direttivo       | 6.776         | 7.325         |
| <b>Totale</b>      |                     | <b>11.858</b> | <b>12.562</b> |
| <b>Donne</b>       | Personale direttivo | 896           | 839           |
|                    | Non direttivo       | 3.423         | 3.443         |
| <b>Totale</b>      |                     | <b>4.319</b>  | <b>4.282</b>  |

La ricerca di ulteriori margini di efficienza si è riflessa sull'andamento della consistenza del personale nella sua duplice componente di personale direttivo e non direttivo. Un dato importante per la tutela sulle Pari Opportunità consiste nell'incremento in corso del personale direttivo femminile (da 839 a 896 unità in un anno).

Attualmente BNL è impegnata nel rafforzamento della Rete. Infatti, a oggi, la ripartizione dell'organico della Banca per aree di attività è risultata la seguente: 68,57% nelle attività di distribuzione in generale (Rete tradizionale e canali innovativi), di cui 2,51% all'estero e il 31,43% dell'organico è in Direzione Generale.

*SUDDIVISIONE DELLA STRUTTURA DELLA RETE ITALIANA*

| RETE ITALIA               | ORGANICO      | %            |   |
|---------------------------|---------------|--------------|---|
| Mercato retail            | 2.725         | 24,57        |   |
| Mercato corporate         | 1.156         | 10,42        |   |
| Staff                     | 1.162         | 10,47        | % SUGLI ORGANICI RETE ITALIA            |
| Front office              | 2.923         | 26,35        |   |
| Back office               | 3.127         | 28,19        |   |
| <b>Totale Rete Italia</b> | <b>11.093</b> | <b>68,57</b> | <b>% SUL TOTALE ORGANICO BNL ITALIA</b> |

A seguito di un'analisi sui nuovi e competitivi processi delle strutture di Rete in Italia, è stato attivato un processo riorganizzativo che ha portato la struttura delle Rete a oggi suddivisa come raffigurato nella tabella soprastante.

Delle 11.093 risorse in Rete, il 47,8% ha incarichi commerciali e il 52,2% amministrativi.

Per quanto riguarda invece la Direzione Generale, che rappresenta dunque il restante 31,43% del totale organico Italia (5.084 risorse), è in corso una complessa e profonda ristrutturazione, tesa alla divisionalizzazione che ha portato la Direzione Generale a essere così suddivisa:

|                              |        |
|------------------------------|--------|
| Governance                   | 25,01% |
| Servizi condivisi            | 55,98% |
| Centri di profitto           | 2,86%  |
| Distaccati                   | 3,72%  |
| Direzione Commercial Banking | 5,15%  |
| Direzione Wholesale Banking  | 7,26%  |

Anche l'analisi e il governo dei costi hanno costituito uno strumento di gestione strategica della Banca nel corso del 2001. Per quanto concerne i costi del personale, si è registrata un'importante riduzione del 2,2% delle spese per il personale italiano al netto dell'incentivazione all'esodo. Questo è principalmente dovuto all'effetto leva derivante dalle assunzioni di risorse giovani a minor costo. Le spese del personale all'estero

hanno invece evidenziato un aumento del 5,8%, che ha portato a un decremento totale degli oneri del personale di BNL SpA soltanto dell'1,8%. Il costo del lavoro unitario medio del personale si è attestato su circa 54.179 euro.

|                       |              |
|-----------------------|--------------|
| Costo medio dirigenti | € 182.710,00 |
| Costo medio quadri    | € 69.405,00  |
| Costo medio impiegati | € 42.719,00  |

Proprio nell'ottica della gestione dei costi, si è sviluppata in BNL nel corso degli ultimi anni una particolare attenzione alla gestione delle politiche retributive.

Particolare rilievo è stato posto allo sviluppo del sistema di remunerazione variabile legato a obiettivi aziendali e personali opportunamente ponderati (Piano Management by Objective) al quale attualmente partecipa circa il 37% del personale. Tale percentuale è destinata a essere incrementata nel corso dei prossimi anni, in quanto la retribuzione variabile legata a un sistema certificato di obiettivi è in linea con il nuovo stile manageriale verso il quale BNL si sta orientando. La remunerazione variabile media rispetto alla remunerazione fissa è passata dal 3,8% nel 1998 al 5,4% nel 2000, fino ad arrivare a essere l'8,6% nel 2001. Nell'ambito delle politiche retributive, altri strumenti sono attualmente adottati, mentre altri sono ancora in fase di analisi:

|  |      |
|--|------|
| STOCK OPTIONS<br>(% dei dipendenti avente diritto) | 1%   |
| STOCK GRANT<br>(% dei dipendenti avente diritto)   | 100% |
| PARTECIPAZIONE AGLI UTILI                          | 0    |

Nell'ambito della progettualità, in un contesto di settore caratterizzato da rilevanti trasformazioni degli assetti proprietari e di approccio alla clientela, la Direzione Risorse Umane e Sviluppo Organizzativo ha fatto proprio l'obiettivo di cogliere le opportunità di mercato attraverso lo sviluppo di interventi finalizzati alla trasformazione dell'azienda in ottica divisionale e alla valorizzazione del capitale umano, anche in relazione al processo di sviluppo delle competenze avviato nel precedente esercizio.

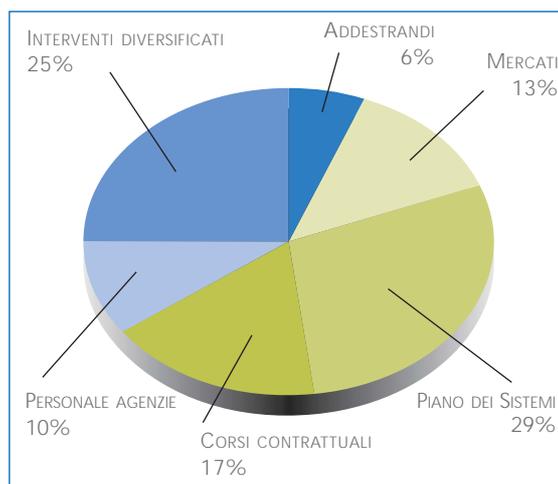
Presupposto per una gestione differenziata delle risorse-persone è stata l'attivazione di una politica di eccellenza per la creazione di valore, attraverso la quale la Banca si è impegnata nella rivisitazione dei processi human resources per adattarli a un nuovo modo di "fare banca" orientato a soddisfare gli azionisti, i clienti, i collaboratori. La costruzione del nuovo modello di gestione e sviluppo del personale ha trovato nelle competenze il punto di riferimento e l'elemento ispiratore per le diverse azioni gestionali.

Partendo dai fattori di successo del Piano Industriale, sono stati infatti identificati i valori e le competenze distintive che garantiscono l'eccellenza del servizio interno ed esterno e il raggiungimento degli obiettivi di business. In sintonia con il nuovo modello di gestione competency based e con il CCNL, è stato lanciato il nuovo sistema di valutazione professionale BNL. Per sostenerne l'implementazione si è realizzato un importante intervento di formazione che ha consentito di impegnare in aula oltre 1.800 valutatori.

Il censimento delle competenze distintive, che ha accompagnato il lancio del nuovo sistema di valutazione e che è stato realizzato con modalità web (Intranet e piattaforma ERP del personale), ha consentito di ottenere una vera e propria fotografia del portafoglio di competenze presenti in azienda sul quale poter consapevolmente pianificare ogni utile azione di sviluppo. In questo senso, il rinnovamento della formazione ha trovato una cornice naturale nel modello di gestione differenziata del personale per famiglie e comunità professionali.

Nel grafico di seguito sono riportati i numeri che dimostrano il forte impegno di BNL nell'erogazione di corsi, che stanno acquistando un carattere sempre più personalizzato sulle reali esigenze della persona nell'ambito del suo ambiente professionale.

#### IMPEGNO BNL NELLA FORMAZIONE



La formazione accompagna e abilita i processi di ristrutturazione organizzativa della Banca e i progetti chiave. Nel corso del 2001 sono stati erogati – proprio con questo obiettivo – 32.812 giorni di formazione.

**PARERE PROFESSIONALE SUL BILANCIO SOCIALE DELLA  
BANCA NAZIONALE DEL LAVORO S.p.A.**

Abbiamo svolto le procedure di verifica concordate sul Bilancio Sociale al 31 dicembre 2001 (di seguito: “il Bilancio”) della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. La responsabilità della redazione del Bilancio compete agli Amministratori della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.

Il nostro lavoro è stato svolto secondo gli statuiti principi di revisione nei limiti applicabili alle seguenti procedure di verifica con Voi concordate:

- rilevazione ed analisi delle procedure interne adottate per la raccolta dei dati e delle altre informazioni da includere nel Bilancio;
- riscontro dei dati e delle informazioni incluse nel Bilancio con quelli corrispondenti presenti nel bilancio d’esercizio della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. al 31 dicembre 2001 e verifica della corrispondenza, su base campionaria, degli altri dati ed informazioni con altra documentazione di supporto fornita dalla Banca;
- verifica della coerenza delle metodologie di redazione del Bilancio Sociale con le linee guida previste dal “Modello di Redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito”, pubblicato nel 2001 dall’Associazione Bancaria Italiana (ABI), in collaborazione con l’Istituto Europeo per il Bilancio Sociale.

Le procedure sopra menzionate non costituiscono una revisione contabile completa in conformità agli statuiti principi di revisione. Il presente parere, pertanto, è limitato ai risultati dell’applicazione delle procedure sopra descritte e non possiamo escludere che, se avessimo svolto delle procedure aggiuntive, sarebbero potuti emergere altri elementi da portare alla Vostra attenzione.

L’applicazione delle procedure di verifica concordate ha consentito di rilevare che:

- le procedure interne adottate dalla Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. per la raccolta dei dati e delle altre informazioni da includere nel Bilancio risultano adeguate;
- i dati e le informazioni contenute nel Bilancio Sociale della Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. al 31 dicembre 2001 risultano in linea con quelli corrispondenti desumibili dal bilancio d’esercizio della Banca al 31 dicembre 2001 o con altre fonti documentali forniteci;

- le metodologie di redazione del Bilancio Sociale risultano coerenti con le linee guida previste dal “Modello di Redazione del Bilancio Sociale per il settore del Credito” pubblicato nel 2001 dall’Associazione Bancaria Italiana (ABI).

Roma, 30 maggio 2002

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. Tentori', with a horizontal line above the letters.

Roberto H. Tentori  
Socio



**PROGETTO E COORDINAMENTO EDITORIALE**  
Direzione Comunicazione BNL

**CREATIVITÀ E PROGETTO GRAFICO**  
Axioma Iniziative e Servizi Editoriali Srl  
Via Cola di Rienzo, 180  
00192 Roma

**STAMPA**  
Marchesi Grafiche Editoriali SpA

