



**BANCHE E
VALORE CONDIVISO**

UN IMPEGNO A 360 GRADI

IL PROGETTO DI RICERCA

«Creazione di valore condiviso»

**Quantificazione dell'impatto sociale
e ambientale dell'attività bancaria**

LE BANCHE PARTECIPANTI

70%

TOTALE ATTIVO DI SISTEMA



ORIGINI E OBIETTIVI DELLA RICERCA



IL PROGETTO «**CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO**»
DERIVA DALLA VOLONTÀ DELLE **BANCHE PARTECIPANTI** AL
GRUPPO DI LAVORO **SULLA SOSTENIBILITÀ DI ABI** DI

**RIFLETTERE SUL VALORE CREATO
DALLA LORO ATTIVITÀ D'IMPRESA**



“

Quale e quanto valore creano, per se stesse e per gli stakeholder, le Banche, attraverso attività orientate a dare risposta a esigenze della società e delle comunità in cui operano?

”

PERCHÉ?

**Perché è importante che le Banche si interrogano
sulla loro capacità di creare valore condiviso?**

ALCUNI NUMERI

16,6%

popolazione in condizione di povertà relativa in Italia nel 2013 (9,9% in povertà assoluta)

13,2%

tasso di disoccupazione in Italia (42,9% giovanile)

8000

procedure di fallimento nei primi 6 mesi del 2014 (+10% su 2013)

-95%

trasferimenti per il welfare locale tra il 2008 e il 2013

21%

della popolazione italiana ha oltre 65 anni d'età



+39%

occupati nella Cooperazione Sociale
in Italia dal 2001

286k

Start-up innovative aperte in
Italia gennaio-settembre 2014

10%

imprese individuali appartenenti
a immigrati

+33%

aumento dell'avanzo commerciale
a settembre 2014 rispetto al 2013

23,8%

fabbisogno coperto da fonti
rinnovabili (19,9% media UE 28)

ALCUNI NUMERI



**PERSONE E
FAMIGLIE**



IMPRESE



COMUNITÀ



ISTITUZIONI



ASSOCIAZIONI

**PERSONE E
FAMIGLIE**



IMPRESE



**«La Banca è il motore
della Comunità»**

ISTITUZIONI



ASSOCIAZIONI



COSA

**Cosa abbiamo fatto nel corso
del progetto di ricerca?**

COSA ABBIAMO PRODOTTO?

**UN
METODO**

**ALCUNI
NUMERI**

LE DOMANDE CHIAVE

1

Quali sono le esigenze attuali ed emergenti degli stakeholder?

2

A quali la Banca può dare risposta nello svolgimento del proprio business? Come?

3

Quali impatti producono queste attività? Come quantificarli?

4

...abbiamo capito bene?
Come rafforzare il percorso avviato?

LE ESIGENZE



Legalità **Vivibilità**
Informazione **Coesione Sociale**
Salubrità **Empowerment Economico**
Inclusione Sociale



LE RISPOSTE DEL SETTORE BANCARIO



INCLUSIONE SOCIALE

INCLUSIONE FINANZIARIA

EMPOWERMENT ECONOMICO

SUPPORTO ALLE IMPRESE

**SALUBRITÀ E VIVIBILITÀ
DELL'AMBIENTE**

**TUTELA AMBIENTALE NELLE SCELTE DI
INVESTIMENTO E FINANZIAMENTO**

LEGALITÀ

CONTRASTO A CORRUZIONE, RICICLAGGIO, USURA

INFORMAZIONE

EDUCAZIONE FINANZIARIA

COESIONE SOCIALE

VICINANZA AI TERRITORI

LE RISPOSTE DEL SETTORE BANCARIO

2

INCLUSIONE FINANZIARIA

Prodotti/Servizi finanziari/assicurativi per soggetti in difficoltà economica

90%

SUPPORTO ALLE IMPRESE

Prodotti/Servizi per il Terzo Settore
Prodotti/Servizi per nuove imprese

80%
90%

TUTELA AMBIENTALE NELLE SCELTE DI INVESTIMENTO E FINANZIAMENTO

Offerta di prodotti/servizi per investimenti a valenza ambientale

90%

800

CONTRASTO A CORRUZIONE, RICICLAGGIO, USURA

Attività per presidiare i rischi derivanti da corruzione, riciclaggio e usura

100%

EDUCAZIONE FINANZIARIA

Iniziative a supporto della cultura finanziaria della Comunità

100%

VICINANZA AI TERRITORI

Iniziative a supporto di scuola, istruzione, disagio sociale, etc...

100%

IL VALORE CREATO



GENERAZIONE DI IMPATTO SOCIALE

è la capacità di un'organizzazione di contribuire ad un **cambiamento** in un determinato campo d'azione modificando lo *status quo* di una persona o di una comunità destinatari dell'attività sociale

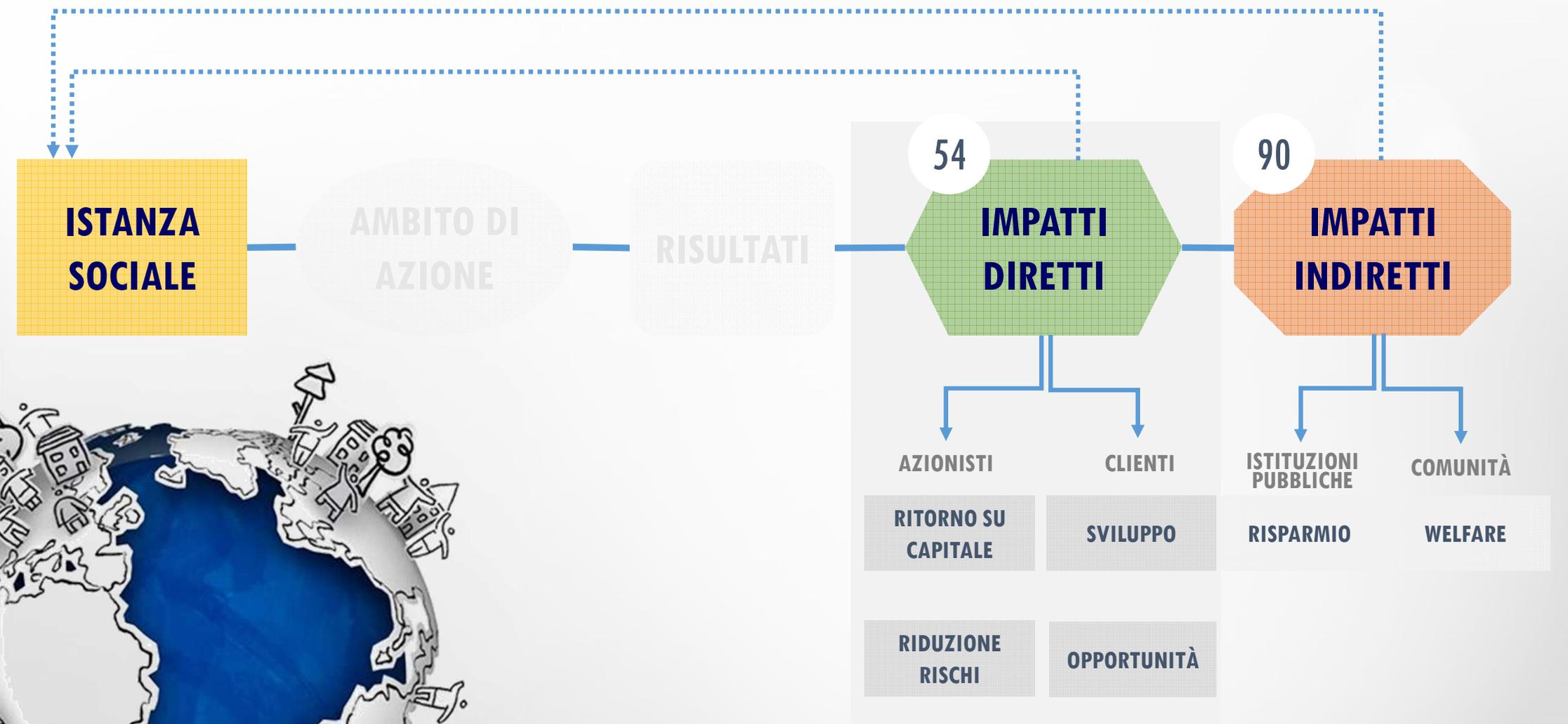


MISURAZIONE DEL VALORE SOCIALE

atteso o creato fornisce un'indicazione sintetica che rappresenti – quanto più possibile – **in termini monetari**, l'impatto che essi hanno avuto sulle persone, i territori o le comunità che ne beneficiano

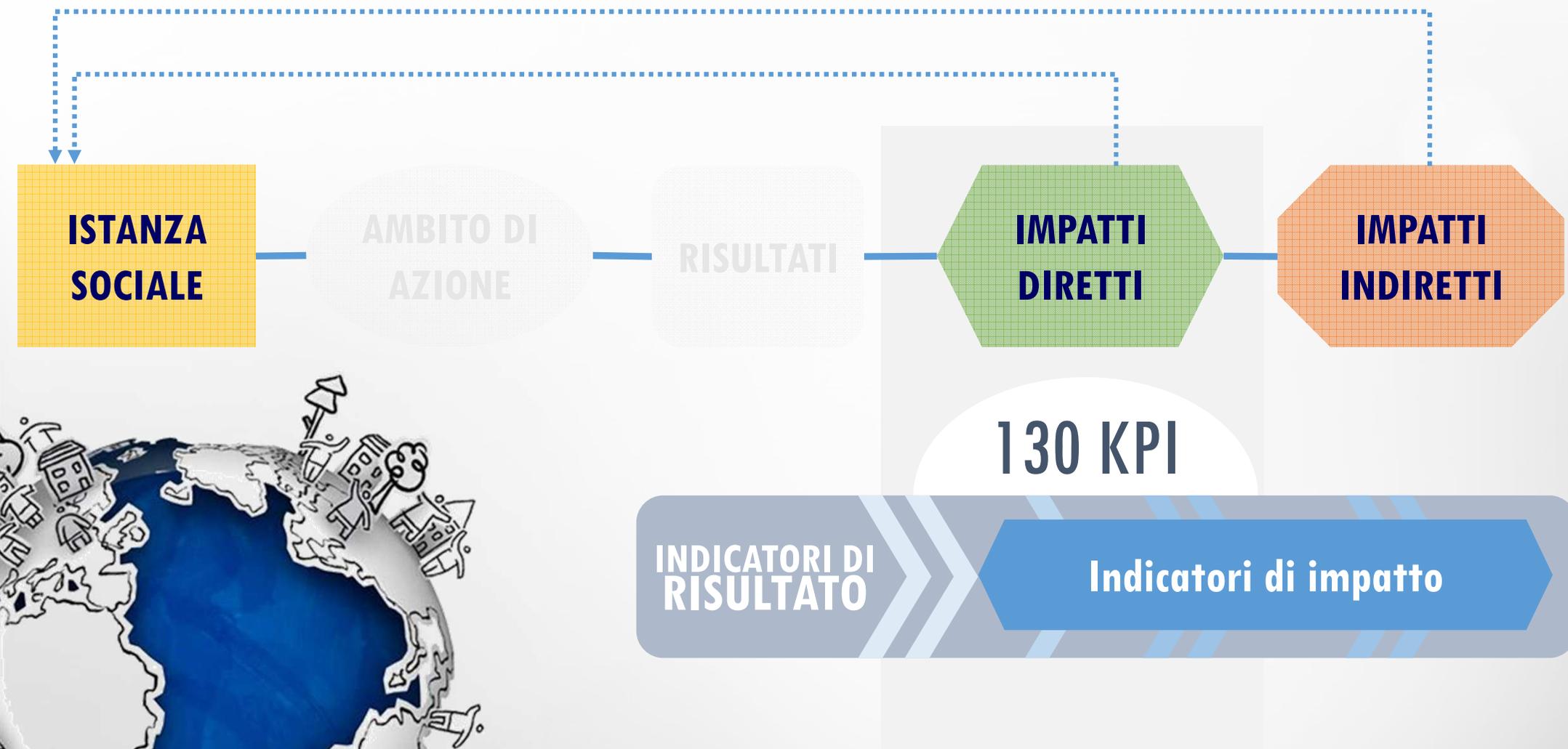
IL VALORE CREATO

L'INDIVIDUAZIONE



IL VALORE CREATO

LA MISURAZIONE



IL COINVOLGIMENTO



1

RISPETTO A QUALI ESIGENZE SOCIALI LE BANCHE POSSONO DARE MAGGIORE CONTRIBUTO, NELL'ESERCIZIO DEL LORO BUSINESS?

2

ATTRAVERSO QUALI AZIONI POSSONO MAGGIORMENTE CREARE VALORE CONDIVISO?

3

QUALI IMPATTI POSSONO GENERARE AZIONI DELLE BANCHE IN QUESTI AMBITI?

1023

persone intervistate on line

2

focus group con rappresentanti imprenditoria sociale e nuova imprenditoria

8

opinion leader

LE IDEE CHIAVE



«Continuare a dare **sostegno alle imprese** che creano e mantengono posti di lavoro, **per sostenere i lavoratori e le famiglie**»

«Il sostegno alle imprese è un contributo importante per rimettere **in moto l'economia** con ulteriore beneficio per la pace sociale e la **coesione fra i cittadini**»

LE IDEE CHIAVE

«Occorre rafforzare ancora di più la capacità di **valorizzare il capitale umano e l'impatto sociale** nelle scelte di finanziamento delle Banche. Questo avrà impatti positivi su persone, famiglie, comunità, e in definitiva sulle Banche stesse che ne sono il motore»

«Banche presenti e incardinate sul territorio possono avere una **visione complessiva delle comunità** in cui operano e comprenderne le aspettative con dialogo costante. **Sono le aspettative che fanno il NUOVO»**

QUANTO

Un esempio di risultato

IL FINANZIAMENTO ALLE NUOVE IMPRESE

LE INDICAZIONI DEGLI STAKEHOLDER

ISTANZA
SOCIALE

AMBITO DI
AZIONE

RISULTATI

IMPATTI
DIRETTI

IMPATTI
INDIRETTI

«Le Banche hanno la possibilità di **indirizzare lo sviluppo economico** in modo più sostenibile, finanziando idee imprenditoriali che "hanno futuro"»

«È importante che le Banche **rafforzino la capacità di ascolto** e analisi delle potenzialità dell'idea imprenditoriale, offrendo prodotti per le imprese "che partono" a condizioni ad hoc»

IL FINANZIAMENTO ALLE NUOVE IMPRESE

LE INIZIATIVE DELLE «NOSTRE» BANCHE

ISTANZA
SOCIALE

AMBITO DI
AZIONE

RISULTATI

IMPATTI
DIRETTI

IMPATTI
INDIRETTI

«**Finanziamenti agevolati** per nuove imprese e start up italiane iscritte alla Camera di Commercio da non più di 21 mesi»

«Iniziative di **microcredito** in collaborazione con il FEI (Fondo Europeo per gli Investimenti), con l'obiettivo di erogare credito a microimprese, lavoratori autonomi, liberi professionisti e start up»

«Attivazione di **piattaforme dedicate alle start up** ad alto contenuto innovativo, che uniscono prodotti e servizi ad hoc, mentoring, **opportunità di matching** partecipando ad incontri con potenziali investitori, partner e clienti»

IL FINANZIAMENTO ALLE NUOVE IMPRESE

GLI IMPATTI PRODOTTI • DIRETTI

ISTANZA
SOCIALE

AMBITO DI
AZIONE

RISULTATI

IMPATTI
DIRETTI

IMPATTI
INDIRETTI

STAKEHOLDER

IMPATTI

KPI

AZIONISTI

Aumento del potenziale commerciale

Numero di nuovi clienti acquisiti attraverso il finanziamento di nuove iniziative imprenditoriali

Livello di fidelizzazione dei clienti che hanno usufruito di servizi/prodotti ad hoc

Tasso di up-selling e cross-selling sui clienti che hanno usufruito di servizi/prodotti ad hoc per il sostegno a nuove iniziative imprenditoriali rispetto ad altri "clienti imprese"

Aumento dell'asset reputazionale

Posizionamento nei rating reputazionali con riferimento all'ambito specifico

Percepito degli stakeholder

IL FINANZIAMENTO ALLE NUOVE IMPRESE

GLI IMPATTI PRODOTTI • ALCUNI NUMERI

ISTANZA
SOCIALE

AMBITO DI
AZIONE

RISULTATI

IMPATTI
DIRETTI

IMPATTI
INDIRETTI

INDICATORI DI
RISULTATO

Indicatori di impatto

ESEMPIO DI UNA BANCA

Volumi di impieghi
nell'anno destinati al
finanziamento di nuove
iniziative imprenditoriali
(start up)

60M €

% di nuovi clienti
«start-up» acquisiti
attraverso il
**finanziamento di nuove
iniziative** imprenditoriali
su totale nuovi clienti
imprese acquisiti nell'anno

30%

N° nuovi clienti «start-
up» acquisiti dopo aver
partecipato a **iniziative
promosse dalla banca**
per supportarli nello
sviluppo della loro iniziativa
imprenditoriale

15

Redditività dei
clienti «start-up» nel
medio periodo
(fidelizzazione, up
selling, ...)

Next
Step

IL FINANZIAMENTO ALLE NUOVE IMPRESE

GLI IMPATTI PRODOTTI • DIRETTI

ISTANZA
SOCIALE

AMBITO DI
AZIONE

RISULTATI

IMPATTI
DIRETTI

IMPATTI
INDIRETTI

STAKEHOLDER

IMPATTI

KPI

CLIENTI

Valore generato dall'iniziativa
imprenditoriale

Utile dell'azienda nel medio periodo
Posti di lavoro per i beneficiari
Incremento del reddito personale dei beneficiari

Aumento delle capacità
imprenditoriali

Incremento delle dimensioni del "business" in un orizzonte di
medio periodo (aumento dei volumi di vendita, aumento del numero di
occupati) rispetto alla media del settore

Rafforzamento del Network

Sviluppo del business delle imprese in seguito a collaborazioni nate
dopo l'intervento della Banca

IL FINANZIAMENTO ALLE NUOVE IMPRESE

GLI IMPATTI PRODOTTI • DIRETTI



STAKEHOLDER

IMPATTI

KPI

COMUNITÀ

Creazione di opportunità occupazionali

Incremento in termini di occupazione in seguito al finanziamento dell'iniziativa imprenditoriale

Indotto dell'attività di business

Valore distribuito dall'attività imprenditoriale finanziata

Sostegno allo sviluppo economico

Miglioramento della condizione economica del territorio in seguito all'incremento del numero di iniziative di finanziamento di attività imprenditoriali

Spinta al progresso e all'innovazione socio-culturale

Numero di brevetti depositati e/o marchi registrati nell'ambito delle iniziative imprenditoriali finanziate

IL FINANZIAMENTO ALLE NUOVE IMPRESE

GLI IMPATTI PRODOTTI • INDIRETTI

ISTANZA
SOCIALE

AMBITO DI
AZIONE

RISULTATI

IMPATTI
DIRETTI

IMPATTI
INDIRETTI

STAKEHOLDER

IMPATTI

KPI

**ISTITUZIONI
PUBBLICHE**

Riduzione dei costi legati
alla disoccupazione

Riduzione delle risorse destinate dall'assistenza pubblica al
sostegno di casi di disoccupazione e emarginazione

Maggiori entrate

Imposte versate dall'attività imprenditoriale

Grazie