



## Borse a picco, tensioni sul referendum

Nuova ondata di vendite nel timore della vittoria del sì a Brexit: Tokyo perde il 3,5%, Milano il 2,9%

**Borse sotto pressione**

Variatori % di ieri e da inizio anno

Paese	Indice	Variazione % (ieri)	Variazione % (da inizio anno)
Tokyo	Nikkei	-3,51%	-19,61%
Milano	Ind. Mib	-2,91%	-22,39%
Madrid	Ibex 35	-2,20%	-13,00%
Londra	FTSE 100	-1,16%	-3,16%

**Fonte: Il Sole 24 Ore - 14 giugno 2016**



**Cristina Gualerzi**  
Associate Director at Protiviti  
Migliora il tuo profilo

8 persone hanno visitato il tuo profilo negli ultimi 7 giorni

112 visualizzazioni del tuo aggiornamento "La protezione dei dati sensibili in ..."

Fonte: LinkedIn – 14 giugno 2016

**Oms, emergenza sangue: solo 62 i Paesi coprono il loro fabbisogno**

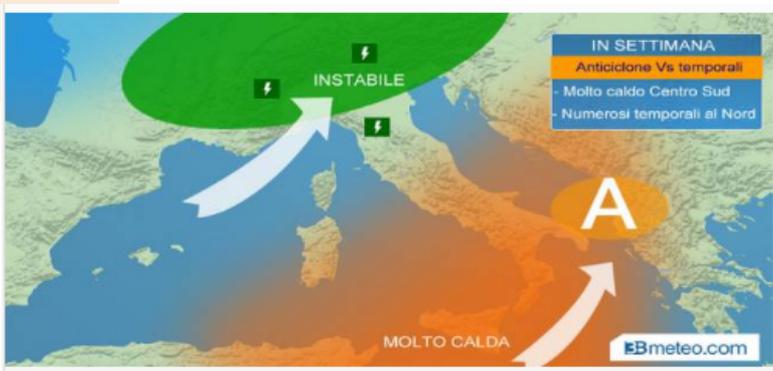
di Silvia Turin

Your blood saved my life. Share life, give blood.

Si celebra il 14 giugno in tutto il mondo la Giornata Mondiale per la Donazione del Sangue. Servono volontari: mediamente basterebbe la partecipazione dell'1% della popolazione per coprire le urgenze di un intero Paese

- Perché vale la pena donare il sangue (gratuitamente) di Luigi Ripamonti
- Donazione sangue, retribuito anche chi risulta non idoneo quel giorno

Fonte: corriere.it – 14 giugno 2016



**Italia spaccata in due: FORTI TEMPORALI al Nord, ANTICICLONE AFRICANO al Centrosud CALDO tra giovedì e sabato, picchi fino a 40°C. Ecco dove**

► TEMPERATURE: fino a 20 gradi di differenza tra Nord e Sud - Leggi le altre news ►

Fonte: 3BMeteo – 14 giugno 2016

# ... MA SONO AFFIDABILI?

“One of the most significant lessons learned from the global financial crisis that being in 2007 was the **banks’ information technology (IT) and data architectures that were inadequate** to support the broad management of financial risks.”

- Introduction sentence to the BCBS 239





# PERCHÈ NON È COSÌ FACILE?

Sembrano tutti principi molto semplici e chiari:

...sapere da dove vengono i **dati** e dove sono archiviati...

...capire la **definizione** dei dati che utilizziamo....

...potersi fidare della **qualità** dei dati e dei report...

...**comprendere** i rischi della banca....

...sapere quali tecnologie vengono usate per **aggregare** i dati....

...assicurarsi che la giusta **conoscenza** arrivi a chi prende le **decisioni**...

**Nessuno di questi, di per sé, sembra impossibile da realizzare:  
quindi, perché è così difficile?**

La **Data Culture** si configura come un insieme di elementi chiave che formano una catena: la forza della catena è data dall'anello più debole

Occorre prevedere interventi da realizzare in corrispondenza di ciascuno degli elementi dell'infrastruttura: se anche uno solo è incompleto o inadeguato, l'efficacia dell'intera infrastruttura è compromessa

È centrale l'importanza delle **persone** per garantire una corretta impostazione della Data Culture: dalla formazione del dato, all'applicazione metodologica, al rispetto delle regole



# COSA VUOL DIRE FARE REPORTING?

protiviti®

Un report è un documento grazie al quale vengono trasmesse delle **informazioni** a un preciso **destinatario** per raggiungere uno specifico **obiettivo**



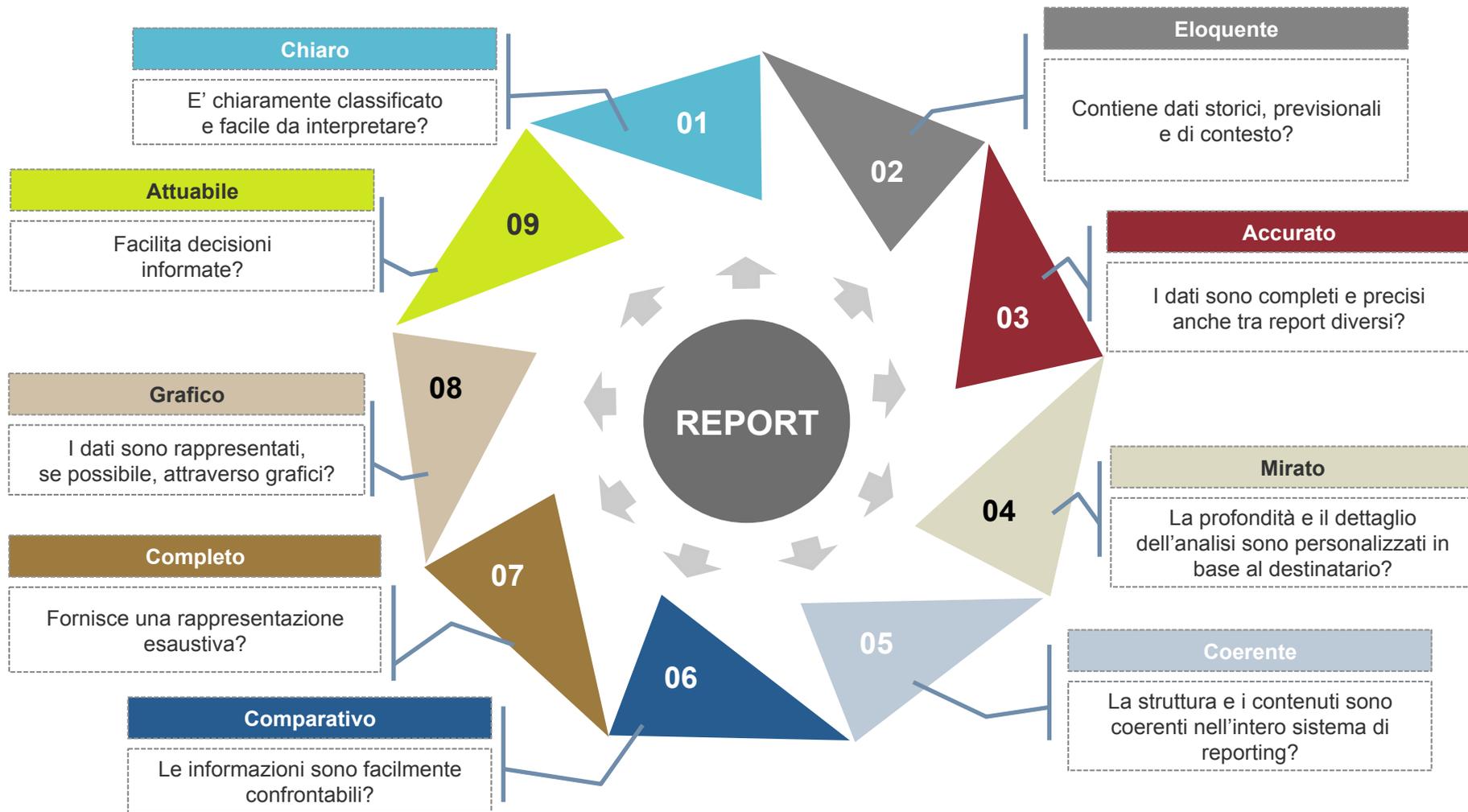
Fate in modo che diventi un'abitudine **discutere** i problemi **basandosi sui dati** e rispettando i fatti che essi dimostrano

*Ishikawa Kaoru*

Comunicare l'un l'altro, scambiarsi informazioni è natura; **tenere conto delle informazioni** che ci vengono date è cultura

*Johann Wolfgang Goethe*

# REPORT: COME PUO' ESSERE EFFICACE?



Una buona **Data Culture** è quella che permette alle **persone** di prendere le giuste decisioni in modo informato e consapevole grazie a un **reporting efficace**

- Costante impegno del senior management - *tone at the top*
- Sviluppo e miglioramento continuo
- Responsabilità e aspettative chiare
- Stimolo alla collaborazione e condivisione
- Incentivazione

Non avrai mai tutte le informazioni che ti servono per poter prendere  
una **decisione**;  
se le avessi, si tratterebbe di una **conclusione**,  
non di una decisione

*David Mahoney (portiere americano)*



© marketoonist.com



## **Cristina Gualerzi**

Milano

+39 346 7914261

[cristina.gualerzi@protiviti.it](mailto:cristina.gualerzi@protiviti.it)

Cristina è Associate Director presso l'Ufficio di Milano. Ha oltre 12 anni di esperienza su temi di risk management e sistema dei controlli interni. Dal 2008 gestisce diversi lavori in ambito Pillar 2 e si occupa del coordinamento di progetti di PMO nell'ambito del Risk Management e della Compliance. Nel corso degli ultimi 7 anni Cristina ha lavorato su diversi progetti di set up e implementazione del Risk Appetite Framework e di predisposizione del Recovery Plan.



*Powerful Insights.  
Proven Delivery.<sup>®</sup>*