

PIÙ RESPONSABILI, INSIEME

Il bilancio di sostenibilità
2020
di Findomestic Banca



● INDICE

Una questione di responsabilità	3
Come leggere il Bilancio di Sostenibilità	4
● Findomestic Banca: il profilo	6
Findomestic e il Gruppo BNP Paribas	9
La Responsabilità di Findomestic	11
La governance della Banca	18
La gestione dei rischi aziendali	22
La presenza di Findomestic sul territorio e la prossimità al cliente	30
I fornitori	37
● I pilastri della Responsabilità di Findomestic e i risultati raggiunti	39
● Pilastro civico	40
Chi sono i dipendenti di Findomestic	43
La ricerca dei talenti	46
La valutazione del personale e lo sviluppo professionale	48
Diversità e Pari opportunità	52
Le relazioni della Banca con i propri dipendenti	58
Le relazioni sindacali	60
La salute e sicurezza in Findomestic	61
La tutela dell'ambiente	63
La gestione efficiente del patrimonio immobiliare	63
I consumi di risorse	64
Le emissioni	66
Il servizio di carpooling aziendale	67
La sensibilizzazione del personale a tutela dell'ambiente	68
● Pilastro Economico	70
I risultati economici di Findomestic Banca	71
Il credito responsabile	76
L'Osservatorio Findomestic	77
Un modello di business con il cliente al centro	79
La gestione responsabile del recupero crediti e del contenzioso	91
● Pilastro Sociale	94
Findomestic e l'educazione finanziaria	96
Il sostegno della comunità a livello locale...	101
... e a livello Nazionale	105
● Allegato A: La matrice di materialità	110
● Indice dei contenuti GRI	115

UNA QUESTIONE DI RESPONSABILITÀ

Ai nostri stakeholder

Findomestic presenta la sedicesima edizione del Bilancio di Sostenibilità in una nuova veste. In considerazione del nuovo Manifesto dell'Engagement, lanciato nel 2020 da BNP Paribas Personal Finance, anche noi abbiamo rafforzato il nuovo impegno per avere, attraverso il nostro business e le nostre azioni, un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, in linea anche con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) definiti dalle Nazioni Unite per il 2030. Al fine di raggiungere tale obiettivo, abbiamo definito la nostra ragion d'essere: **"Al fianco dei nostri clienti e dei nostri partner, promuoviamo l'accesso ad un consumo più responsabile e sostenibile"**.

Questo impegno si basa su 3 pilastri di sviluppo, **civico, economico e sociale**, nei quali la tutela dell'ambiente è un aspetto sempre presente e trasversale.

L'anno appena trascorso, ha rappresentato per il mondo e per il settore del credito al consumo una sfida, che noi abbiamo saputo cogliere. Con l'obiettivo di garantire la sicurezza dei dipendenti, dei clienti e di tutti gli stakeholder sono stati riadeguati i processi aziendali, nel rispetto delle indicazioni normative e degli standard di sicurezza, al fine di consentire in modo semplificato la relazione a distanza tra i team, con i partner e con i clienti, permettendo operazioni e assistenza in modalità remota. Inoltre, ci siamo adoperati, sia singolarmente che con il Gruppo BNP a dare un sostegno economico ad organizzazioni di volontariato come la Croce Rossa Italiana, la Caritas fiorentina, ANT e all'Ospedale Careggi di Firenze ed a progetti per sostenere la didattica a distanza come *Adotta uno Scolaro*.

L'impegno di Findomestic si riconosce anche nei suoi punti di forza che sono la base del suo agire quotidiano e che rappresentano i principi su cui si fonda il Bilancio di Sostenibilità:

- **la Solidità:** Costruiamo il nostro futuro su una gestione solida e orientata al lungo termine. Per questo ci impegniamo in una gestione sostenibile del nostro business, per poter portare un valore aggiunto nel lungo periodo;
- **la Responsabilità:** Promuoviamo la cultura della responsabilità e dell'integrità, per servire al meglio gli interessi di tutti i nostri clienti, i nostri stakeholder e l'ambiente che ci circonda;
- **la Competenza:** Crediamo che le competenze, riconosciute e in continua evoluzione, dei nostri team siano il percorso attraverso il quale crescere e consolidarsi. Per questo, puntiamo sempre all'eccellenza e all'innovazione costante, sia nei nostri processi che nei nostri prodotti;
- **l'Ambiente di lavoro favorevole:** Promuoviamo un ambiente di lavoro stimolante dove le persone sono trattate con equità e rispetto, senza alcuna discriminazione.

Da oltre 30 anni, Findomestic si conferma come solida realtà nell'attività di credito al consumo sapendosi adattare al mutevole contesto sociale, economico ed ambientale, operando responsabilmente verso i propri stakeholder nella convinzione di poter creare valore condiviso.



Il Vice Presidente

*Buona lettura.
Il Vice Presidente*

COME LEGGERE IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità 2020 di Findomestic Banca S.p.A., pubblicato annualmente, è stato redatto con il supporto di KPMG Advisory S.p.A. in conformità alle linee guida di reporting definite dal GRI (Global Reporting Initiative). In particolare, l'informativa inserita in questa edizione è redatta in conformità ai principi e alle metodologie previste dagli standard pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative¹ (**GRI Standards** – opzione “**core**”²).

I temi trattati all'interno del Bilancio sono quelli che sono stati considerati rilevanti in quanto in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività della Banca o di influenzare le decisioni dei propri stakeholder. L'ampiezza e la qualità della rendicontazione riflettono, in particolare, il principio di materialità, elemento caratterizzante i GRI Standards, trattato nell'allegato “A” del presente bilancio. Infine, si fa presente che lo schema di determinazione e distribuzione del valore aggiunto è stato redatto in conformità alle linee guida pubblicate dall'ABI.

1. Autorevole organismo indipendente che definisce i modelli per il reporting non-finanziario”, compreso quello relativo al supplemento predisposto per il settore finanziario (Sector Disclosures - “Financial Services”).
2. Il Bilancio fa riferimento ai GRI Standards 2016 indicati nella tabella GRI Content Index riportata a pag. 115, in cui, per ciascun aspetto proposto dalle linee guida e ritenuto rilevante (“materiale”) per Findomestic, è indicata la pagina del Bilancio in cui è possibile trovarne il relativo contenuto.



Processo e perimetro di reporting

I dati e le informazioni contenuti nel documento si riferiscono alle performance di Findomestic Banca S.p.A. (di seguito anche “Findomestic Banca” o “la Banca”) per l’esercizio chiuso il 31 dicembre 2020. Fanno eccezione alcune informazioni ritenute significative che sono riferibili a Findomestic Banca e/o al Gruppo BNP Paribas e altre che, a livello temporale, si riferiscono ai primi mesi del 2021 o ad un diverso periodo. In entrambi i casi, le variazioni rispetto al perimetro e al periodo di rendicontazione di riferimento vengono opportunamente segnalate all’interno del Bilancio. Per garantire l’attendibilità delle informazioni riportate, sono state incluse grandezze direttamente misurabili provenienti dalle Direzioni di Findomestic Banca S.p.A., limitando il più possibile il ricorso a stime. Infine, per consentire la comparazione nel tempo delle performance della Banca, tutti i dati e gli indicatori sono riportati con serie storiche su base biennale o triennale.



Sono state incluse grandezze direttamente misurabili provenienti dalle Direzioni di Findomestic Banca S.p.A.



● FINDOMESTIC BANCA: IL PROFILO

Essere la Banca leader nel credito alle famiglie,
la più innovativa, la più semplice e la più
responsabile



- CHE ASCOLTA I CLIENTI E LI ACCOMPAGNA NEL LORO QUOTIDIANO;
- CHE SVILUPPA CON I PARTNER UN BUSINESS DI LUNGO PERIODO;
- UN CENTRO DI ECCELLENZA ITALIANO DEL GRUPPO BNP PARIBAS,
DI CUI ESSERE PROTAGONISTA E DOVE SI HA IL PIACERE DI LAVORARE.

Al fianco dei nostri clienti e dei nostri partner, promuoviamo l'accesso ad un consumo più responsabile e sostenibile

Fin dal 1984, anno della sua nascita, Findomestic Banca si è contraddistinta per la capacità di innovare e saper offrire a ciascun segmento di clientela una gamma di prodotti e servizi costruita intorno alle sue esigenze ed in grado di cambiare al mutare di quest'ultime. Questo modello di business ha permesso a Findomestic di raggiungere e mantenere una posizione di leader nel settore del credito al consumo. Nel corso degli anni la Banca ha seguito un processo evolutivo che ha reso sempre più solida e concreta la propria idea di "Credito Responsabile", come unica chiave possibile di relazione con il Cliente, basata sulla trasparenza e correttezza, sulla fiducia e sulla corresponsabilità, tutti elementi che sono confluiti nel nuovo brand e nel payoff che accompagna la comunicazione al pubblico del suo brand: "Più responsabili, insieme". Nel 2020, con l'adozione del nuovo **manifesto dell'Engagement di BNP**

Paribas Personal Finance, Findomestic si impegna ulteriormente ad accelerare i propri impegni verso la società ed avere maggiore attenzione al benessere collettivo della comunità, sintetizzando come segue la nuova "ragion d'essere":

"AL FIANCO DEI NOSTRI CLIENTI E DEI NOSTRI PARTNER, PROMUOVIAMO L'ACCESSO AD UN CONSUMO PIÙ RESPONSABILE E SOSTENIBILE"

L'appartenenza al **Gruppo BNP Paribas** ha garantito a Findomestic una posizione di assoluto privilegio, grazie alla quale ha sviluppato la sua attività insieme ai suoi 2.763 dipendenti, attraverso una rete di 80 Centri Clienti e 241 Punti Vendita, collaborando con oltre 10 mila Partner commerciali, sviluppando e gestendo numerose partnership con banche, assicurazioni e società di servizi, come Poste Italiane, distribuite su tutto il territorio nazionale.

La tappe più significative della storia di Findomestic

1984

Nasce il **27 settembre 1984**, a **Firenze**, su iniziativa della **Cassa di Risparmio di Firenze (28%)** e di **Cetelem (30%)** - società francese leader europea nel credito al consumo), con un capitale sociale di 5 miliardi di Lire insieme a **Banco di Sardegna (25%)**, Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia (2%), Centro Leasing (10%), Compagnie Bancaire (5%).

1991

Findomestic introduce la **"Telematica Autorizzativa"** per gestire le richieste di credito in tempo reale direttamente sul punto vendita.

1992

Findomestic immette sul mercato **Carta Aura**, la prima carta di credito revolving utilizzabile su circuito nazionale.

1994

Nel 1994, a 10 anni dalla sua costituzione, Findomestic eroga 1.000 miliardi delle vecchie Lire. Nello stesso anno realizza il primo **Osservatorio sui comportamenti del consumatore** e sull'andamento dei mercati dei beni durevoli, una pubblicazione ideata per andare incontro alle esigenze degli esercizi commerciali.

2011

Nel 2011 il **Gruppo BNP Paribas**, tramite **BNP Personal Finance**, **acquisisce il 100% del capitale Findomestic** viene inoltre lanciato il sito mobile della Banca.

2010

Findomestic promuove la campagna pubblicitaria a sostegno del posizionamento **"Responsabile"** alle famiglie di soddisfare diversi bisogni mantenendo la piena capacità di rimborso dei prestiti ottenuti a tale scopo.

2006

Nel 2006, Findomestic Banca crea **Bieffe5**, una società nata con il compito di sviluppare l'attività di cessione del quinto, e dà vita a **Findomestic Network**, una società realizzata per gestire una rete di agenti incaricati di vendere i prodotti del Gruppo.

1999

Nel 1999, Findomestic diventa **Banca**, senza cambiare la sostanza delle sue attività.

2013

Si realizza il progetto **"Findomestic Banca"**, che innova il modello di business della Banca e ne rafforza la centralità del cliente. Viene introdotta la firma digitale per la gestione 100% online delle richieste di credito.

2018

Per la prima volta nella storia della Banca, viene avviato un progetto legato all'introduzione di un conto corrente, lanciato nel 2019.

2019

Presentazione di un **nuovo logo Findomestic**: richiama i valori di responsabilità, solidità e affidabilità, ma anche autorevolezza e innovazione, tutti rappresentativi, da oltre 30 anni, del modo di essere di Findomestic. Il 2 Aprile viene aperto il primo **Conto Corrente Findomestic**.

2020

Findomestic si è impegnata a garantire la sicurezza dei suoi dipendenti, clienti e stakeholder e nel contempo a garantire un sostegno economico, attraverso donazioni e sponsorizzazioni, per contrastare l'emergenza sanitaria e sociale da Covid-19.

**Gilles Zeitoun**

Amministratore Delegato e Direttore
Generale Findomestic Banca

La Responsabilità Sociale in Findomestic è un impegno maturo e concreto, una visione piena e condivisa che unisce tutti i suoi stakeholder, dagli azionisti, il Gruppo BNP Paribas, che ha fatto della CSR un suo tratto distintivo, ai Partner commerciali, che operano insieme a noi in mercati tanto diversi tra loro. Dai fornitori, ai quali chiediamo di aderire e impegnarsi nei nostri stessi valori, alle Associazioni dei Consumatori e a quelle di Categoria. E, mai ultimi, i nostri clienti, che scelgono Findomestic anche per il suo posizionamento, e i collaboratori, che investono tutto il loro impegno e le loro competenze per accompagnarli.

Per questo la Responsabilità Sociale in Findomestic è parte integrante della nostra identità, quella di una comunità che agisce nel presente per costruire insieme il futuro.

Temi in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività della banca



FINDOMESTIC E IL GRUPPO BNP PARIBAS

L'appartenenza ad un gruppo internazionale: BNP Paribas

Presente in 70 Paesi nel Mondo con 200 mila dipendenti, BNP Paribas è una banca leader dell'Eurozona ed una delle principali banche a livello mondiale. I settori di attività in cui opera possono essere classificati in **Retail Banking**

& **Services** (al cui interno sono ricomprese le entità Domestic Markets ed International Financial Services) e **Corporate & Institutional Banking**. BNP Paribas si è contraddistinto per il raggiungimento di solidi risultati anche grazie all'attenzione sempre maggiore che il Gruppo rivolge alle tematiche di Corporate Social Responsibility.

I NUMERI DI BNP PARIBAS NEL MONDO



70
Paesi nel Mondo



200 mila
dipendenti



Banca LEADER
nell'Eurozona



44,3 miliardi
di Euro di ricavi



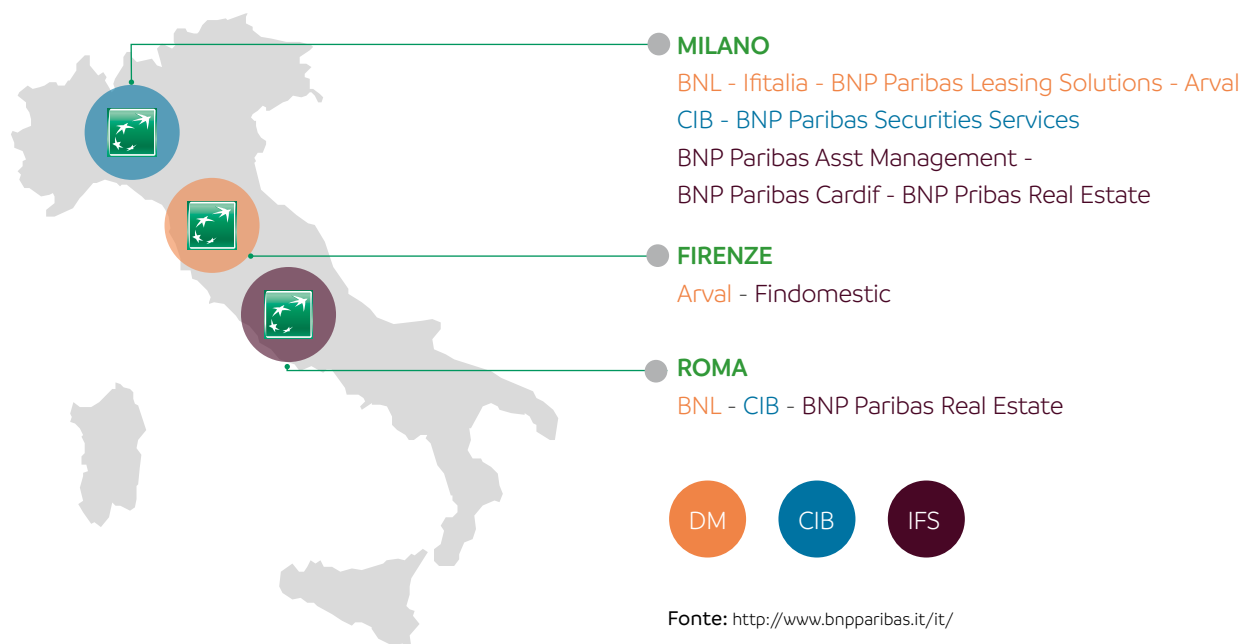
BNP Paribas in Italia

Dal 1967, anno in cui venne creato il primo ufficio di rappresentanza, BNP Paribas ha affermato la sua presenza in Italia divenendo uno dei principali gruppi bancari operanti nel Paese con aziende altamente specializzate e con una posizione di leadership in diversi settori (Retail Banking & Services e Corporate & Institutional Banking). Grazie all'acquisto di BNL e alla presenza delle altre 27 società del Gruppo, BNP Paribas mette, a disposizione dei clienti

italiani, prodotti e servizi, da quelli tradizionali ai più innovativi, in grado di soddisfare le esigenze di privati, professionisti, aziende ed istituzioni.

Attraverso il proprio gruppo societario presente sul territorio nazionale, BNP Paribas intende realizzare anche in Italia la sua "mission" primaria, ovvero quella di mantenersi al servizio dei propri clienti, creando relazioni di lunga durata e supportandoli nella realizzazione dei loro progetti personali e professionali.

IL GRUPPO BNP PARIBAS IN ITALIA



BNP Paribas Personal Finance: l'azionista di riferimento

Findomestic Banca è partecipata al 100% e controllata direttamente da BNP Paribas Personal Finance che, a sua volta, è controllata al 100% dal Gruppo BNP Paribas.

BNPP Personal Finance opera in 30 Paesi: i suoi 21 mila dipendenti sono al servizio di oltre 25 milioni di clienti attraverso l'erogazione di un'ampia gamma di servizi e prodotti di credito, di risparmio e assicurativi.



I NUMERI DI BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE NEL MONDO



30
Paesi nel Mondo

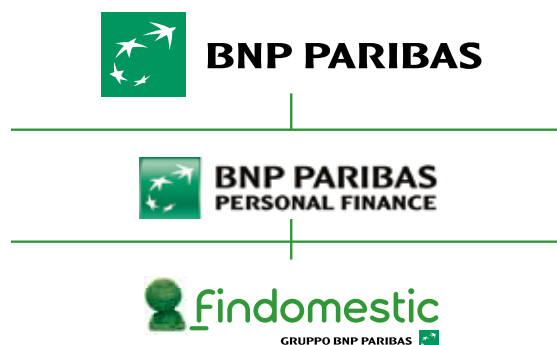


21 mila
dipendenti



Oltre 25 milioni
di clienti tra individui
e imprese

FINDOMESTIC E IL GRUPPO BNP PARIBAS



CAPITALE SOCIALE FINDOMESTIC	2020
Valore	659.403.400
Numero azioni	13.188.068
Azionisti e % di possesso	BNP Paribas Personal Finance (100%)

Si segnala che Findomestic è iscritta a partire dal 2020 all'albo dei Gruppi Bancari³.

3. Gruppo Bancario "Findomestic Gruppo" (iscritto all'Albo dei Gruppi Bancari al n° 3115):
- Findomestic Banca S.p.A. (Società Capogruppo);
 - Florence Real Estate Developments S.p.A. in forma abbreviata FRED S.p.A. (Società controllata).

Il Bilancio Consolidato include inoltre le risultanze economiche, patrimoniali e finanziarie delle società Florence SPV S.r.l. e Auto Florence S.r.l. che, in applicazione delle indicazioni contenute nello IFRS 10, rientrano nel perimetro di consolidamento ai fini di bilancio come meglio illustrato nella Parte A della Nota Integrativa.

LA RESPONSABILITÀ DI FINDOMESTIC

L'ambizione di Findomestic è quella di essere un'azienda innovativa, capace di guardare avanti e di cavalcare le nuove opportunità che il contesto offre. Oggi Findomestic si trova di fronte ad un'altra importantissima sfida, un nuovo impegno: quello di avere, attraverso il business e le azioni, **un impatto positivo sulla società e sull'ambiente**, in linea anche con i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) definiti dalle Nazioni Unite per il 2030. In futuro, sempre più qualsiasi azione o progetto realizzati verrà misurato non soltanto in termini di risultati finanziari ma anche dal punto di vista dell'impatto sull'ambiente che ci circonda.

MANIFESTO

al fianco dei nostri clienti e dei nostri partner, promuoviamo l'accesso ad un consumo più responsabile e sostenibile



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE





Anche il **Gruppo BNP Paribas Personal Finance** ha avviato numerose iniziative in linea con questo obiettivo e nel 2020 ha lanciato il **Manifesto dell'Engagement**, proprio per accelerare i propri impegni verso la società ed avere maggiore attenzione al benessere collettivo della comunità. La visione del Manifesto sarà considerata anche nel piano strategico 2025, per far sì che l'impatto economico delle azioni sia sempre in linea con gli obiettivi di sostenibilità. La sostenibilità infatti è una sedimentazione che va nel medio lungo termine, sia verso i clienti che verso i partner e verso la società. Questo implica un cambio di mindset, un nuovo equilibrio,

ovvero un giusto bilanciamento tra il nuovo modello di fare business e la redditività a breve termine. Così i principi che costituiscono il Manifesto devono incontrare le strategie aziendali.

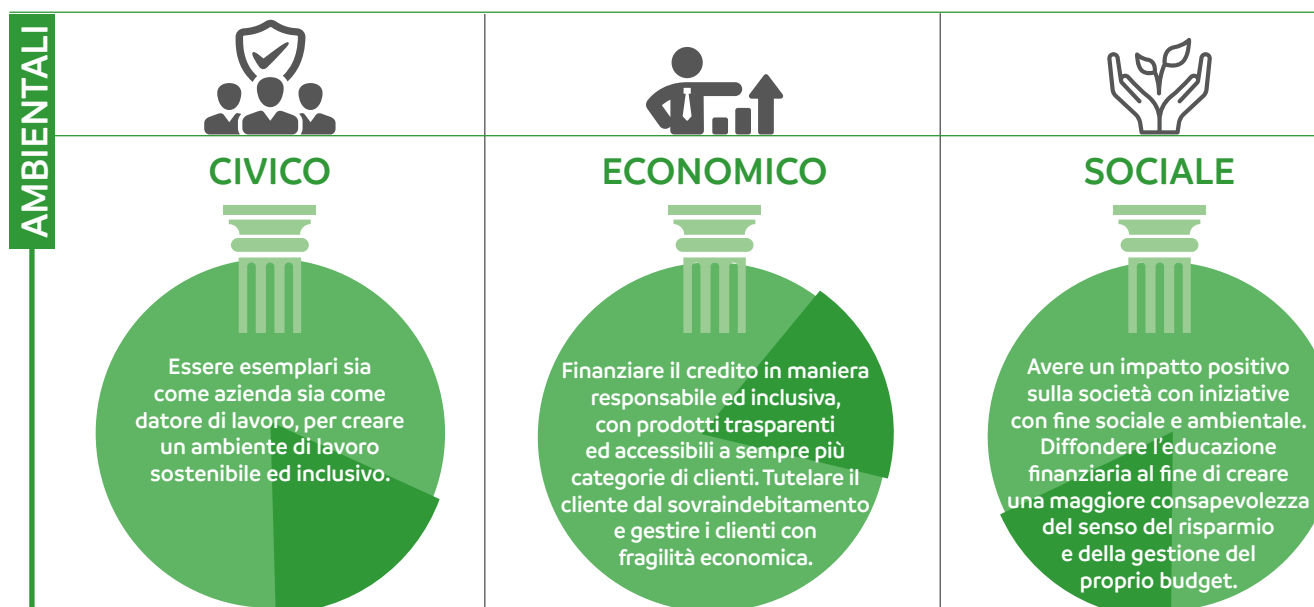
La visione del Manifesto si può sintetizzare nella "ragion d'essere" di Findomestic che deve diventare parte del vivere quotidiano e del modo di fare business.

"AL FIANCO DEI NOSTRI CLIENTI E DEI NOSTRI PARTNER, PROMUOVIAMO L'ACCESSO AD UN CONSUMO PIÙ RESPONSABILE E SOSTENIBILE"

Questo impegno si basa su 3 pilastri di sviluppo, **civico, economico e sociale**, nei quali la tutela dell'ambiente è un aspetto sempre presente e trasversale.



I PILASTRI DELLA RESPONSABILITÀ E I NOSTRI IMPEGNI





Alla struttura organizzativa **RSI**, all'interno della direzione EMA (Engagement, media and customer advocacy), interamente dedicata alle attività di **Responsabilità Sociale di Impresa**, è affidata l'attività di coordinamento e condivisione di tutte le attività sostenibili a cui Findomestic contribuisce e di confronto con l'alta Direzione e con il Gruppo, per assicurare il seguito di linee guida comuni e dei KPI identificati per rispondere all'esigenza di misurare concretamente le azioni intraprese.

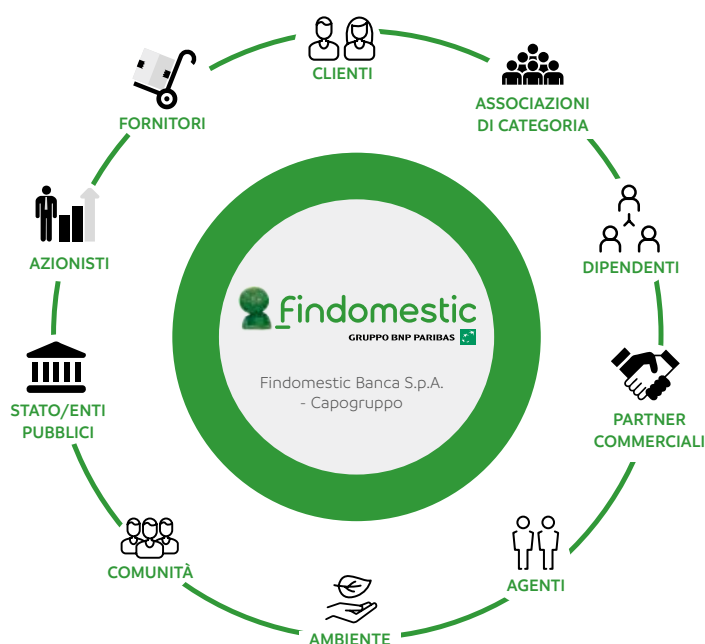
Tutto ciò presuppone una vera e propria trasformazione del modo di fare Business ed un coinvolgimento da parte di tutti i dipendenti, che sono i primi motori di questo cambiamento. **POSITIVE IMPACT STARTS WITH ME!** Non solo azioni, ma anche **Persone**. È infatti indispensabile che tutta l'azienda sia ingaggiata verso i nuovi obiettivi di sostenibilità.

Il dialogo con gli stakeholder in Findomestic

Di fondamentale importanza per contribuire attivamente agli obiettivi di sostenibilità di Findomestic è instaurare un dialogo costante con gli stakeholder della Banca.

Il dialogo e il confronto promossi dalla Banca con i propri stakeholder sono infatti fondamentali per comprendere il loro livello di soddisfazione rispetto all'operato della Banca e condividerne obiettivi e decisioni nella massima trasparenza e fiducia.

Per questo motivo, Findomestic si impegna a ricercare continue opportunità di confronto le quali vengono realizzate attraverso specifiche attività di comunicazione e dialogo con gli stakeholder, riassunte di seguito.



Positive impact starts with me!
non solo azioni, ma anche persone.



PRINCIPALI ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E DIALOGO CON GLI STAKEHOLDERS

L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

L'Osservatorio Findomestic è un sistema di indagini e ricerche di mercato concepito per fornire ai Partner commerciali, alla stampa nazionale e alle istituzioni, informazioni e analisi sulle tendenze dei principali mercati dei beni durevoli, sui comportamenti dei consumatori, e approfondimenti tematici sull'evoluzione degli scenari di riferimento.

DIALOGO CON LE ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI

Con le Associazioni dei Consumatori è attivo un canale di relazione privilegiato, attraverso il quale Findomestic condivide i passaggi più significativi del posizionamento dei propri nuovi prodotti e le attività portate avanti per ciò che concerne la divulgazione dell'educazione finanziaria e che consente di risolvere in maniera amichevole eventuali controversie sorte con i clienti.

EDUCAZIONE FINANZIARIA

L'educazione finanziaria è per Findomestic uno degli strumenti fondamentali per sviluppare un approccio al credito sempre più consapevole, con l'obiettivo di stabilire un positivo rapporto di corresponsabilità con il Cliente, in linea con il proprio payoff "Più responsabili, insieme".

GLOBAL PEOPLE SURVEY

L'indagine ha lo scopo di monitorare il livello di soddisfazione e di coinvolgimento dei dipendenti. Questo strumento è utile a far emergere suggerimenti e indicazioni che consentono un miglioramento della qualità globale.

FORMAZIONE E DIALOGO DEI PARTNER

Attività di formazione e dialogo svolta dagli Account del Mercato Distribuzione e del Mercato Veicoli attraverso delle visite presso i Partner commerciali, al fine di consolidare il canale di dialogo con gli stessi. Inoltre, vengono effettuate indagini volte a misurare la soddisfazione e il *Net Promoter Score* dei Partner.

ADESIONE ALLE PRINCIPALI ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Continua l'adesione alle principali associazioni di categoria al fine di promuovere l'adozione di regole di comportamento ispirate a principi di trasparenza, chiarezza e imprenditorialità, realizzando un mercato libero e concorrenziale (ABI e ASSOFIN).

L'ASCOLTO DEL CLIENTE

Ogni anno vengono intraprese attività di ascolto dei clienti per comprendere in maniera più approfondita le loro esigenze, attraverso indagini volte a misurare la soddisfazione e il *Net Promoter Score*, il monitoraggio dei reclami, l'ascolto presso i centri clienti e i sondaggi sul servizio di recupero crediti e contenzioso.

FORMAZIONE E DIALOGO DEGLI AGENTI

A tutti gli agenti è stato erogato un programma di formazione manageriale, in cui sono stati privilegiati i temi della relazione e dell'intelligenza emotiva, e corsi di formazione in ambito commerciale e sulla vendita.

UNA BANCA CHE COMUNICA A 360°



Oltre ai canali di comunicazione tradizionali, Findomestic si relaziona con i propri stakeholder anche attraverso i social network, che consentono uno scambio più diretto ed immediato di informazioni ed opinioni e sono un importante momento di ascolto. Tutto questo non può prescindere da una puntuale gestione di questi strumenti, che permettono di veicolare aggiornamenti e informazioni sulle attività della Banca, e al contempo di raccogliere i commenti, i suggerimenti e le testimonianze di tutti gli stakeholder, e dei clienti in particolar modo, mantenendo così aperto un canale di dialogo e di confronto.

L'ascolto e la conversazione, con tutti coloro che (clienti e non clienti) esprimono la loro opinione sui canali social della Banca, sono un elemento distintivo, che partecipa all'idea di Banca aperta propria di Findomestic.

Le notizie, i video, le foto ed i post che vengono caricati su profili social della Banca raccontano la quotidianità in Findomestic, seguendo una schema che canalizza le informazioni sul profilo più indicato per il tema trattato.

I valori e i principi di Findomestic

Findomestic, seguendo gli indirizzi di BNP Paribas, ha adottato dei valori aziendali che racchiudono l'essenza delle sue attività ed ha definito un insieme di regole e principi etici che costituiscono una guida per la conduzione delle proprie attività e per il comportamento di tutti i dipendenti. I principi etici e i principi manageriali sono gli elementi che costituiscono questo framework etico.

LE NOSTRE FORZE TRAINANTI



SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Crediamo fermamente che il nostro successo sia dovuto alla fiducia che i nostri clienti ripongono in noi, per questo vogliamo ascoltarli e lavorare a stretto contatto con loro.

APERTURA

Crediamo che ogni persona del Gruppo possa apportare un contributo importante allo stesso, per questo vogliamo che le nostre persone si sentano incluse e responsabilizzate in ciò che fanno. Incoraggiare le persone ad avere un approccio aperto e dinamico nei confronti dei nostri stakeholder è importante per noi.

CULTURA DELLA COMPLIANCE

Crediamo nell'adozione e nella diffusione di regole chiare e trasparenti per consolidare una forte cultura etica e di compliance.

AGILITÀ

Sosteniamo l'innovazione utile e abbracciamo la trasformazione digitale: vogliamo semplicità in ciò che facciamo.

I NOSTRI PUNTI FORZA

COMPETENZA

Il nostro futuro sono le persone: le loro competenze, riconosciute ed in continua crescita, rappresentano uno dei nostri maggiori punti forza.

RESPONSABILITÀ

Costruiamo il nostro futuro su una cultura basata sulla responsabilità ed integrità per servire al meglio gli interessi dei nostri clienti.

SOLIDITÀ

Siamo orientati al lungo termine: costruiamo il nostro futuro su una gestione solida, orientata su un modello di business diversificato ed integrato, e sulla nostra presenza internazionale.

AMBIENTE DI LAVORO FAVOREVOLE

Le nostre persone devono essere trattate con equità e rispetto, ci impegniamo a promuovere un ambiente di lavoro stimolante e favorevole per loro.



LE LEADERSHIP GUIDELINES DI FINDOMESTIC

**DARE UN SENSO
ALL'AMBIZIONE COLLETTIVA**

**RAFFORZARE LA TRASVERSALITÀ
E LA COOPERAZIONE**

SVILUPPARE LA FIDUCIA

**PROMUOVERE
L'INNOVAZIONE E L'AGILITÀ**



I 10 PRINCIPI ETICI DI FINDOMESTIC

1. Agire in maniera equa, onesta e trasparente per ottenere la fiducia dei clienti e, più in generale, di ogni persona con un interesse in Findomestic.
2. Rispettare le persone senza attuare alcuna forma di discriminazione.
3. Rispettare la legge, le regolamentazioni, gli standard professionali che disciplinano l'attività professionale, le normative interne e le iniziative di autoregolamentazione (procedure, metodologie operative, etc.).
4. Diffondere la cultura del credito responsabile a tutti i livelli aziendali, al fine di offrire ai clienti un credito non solo accessibile, ma anche utile socialmente ed economicamente.
5. Rispettare e tutelare gli interessi dei clienti:
 - a. fornendo i prodotti ed i servizi più appropriati, in relazione alle loro conoscenze, esperienze, risorse e scopi;
 - b. comportandosi in maniera trasparente, dando informazioni chiare e non ingannevoli, in particolare riguardo le caratteristiche dei prodotti e servizi, i loro costi ed i rischi ad essi collegati;
 - c. offrendo un servizio di qualità, in grado di preservare gli interessi dei clienti;
 - d. trattandoli equamente, senza alcun tipo di trattamento preferenziale o discriminatorio.
6. Preservare l'integrità dei mercati evitando di porre in essere ogni azione che potrebbe essere considerata come un abuso di mercato (ad esempio un non corretto utilizzo di informazioni interne).
7. Evitare i conflitti di interesse personali o relativi ad azioni personali, specialmente riguardo regali, interessi commerciali, offerte di ospitalità.
8. Comportarsi con professionalità:
 - a. incoraggiando il lavoro di squadra;
 - b. rispettando il segreto professionale;
 - c. agendo con lealtà verso Findomestic e le società del Gruppo BNP Paribas, evitando di andarne contro gli interessi;
 - d. contribuendo al miglioramento delle attività, in particolare nelle aree di gestione di rischio, di prevenzioni delle frodi, di controllo interno in generale.
9. Proteggere gli interessi di Findomestic utilizzando adeguatamente i beni e le risorse del Gruppo ed adottando tutte le misure possibili per prevenirne un uso non corretto.
10. Segnalare eventuali irregolarità all'unità aziendale preposta.

Il Codice di Condotta di Findomestic Banca

Elemento essenziale dell'etica professionale è il Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas che, insieme al "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" e attraverso la definizione di un sistema regolamentare interno, guida l'operatività ed i comportamenti del personale oltre a garantire un adeguato

livello di copertura dei rischi relativi ai reati previsti dal D.Lgs. 231/2001. Per Findomestic la creazione di un ambiente caratterizzato da un forte senso di integrità etica, che influisca su tutti i comportamenti dei propri collaboratori, contribuisce in modo decisivo all'efficacia delle politiche e dei sistemi di controllo. Nel

2016 con l'adozione e diffusione del Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas, Findomestic ha ribadito e condiviso la convinzione che il successo della Banca dipenda dal comportamento di ciascuno di noi. Il documento si compone di tre parti e un'appendice dedicata alla corruzione.

A

Mission e Valori

"GUIDARE ED ISPIRARE TUTTI I COMPORTAMENTI"

Stabilisce cosa il Gruppo BNP Paribas rappresenta e qual è il suo scopo. Definisce inoltre l'insieme dei valori del "BNP Paribas Way" e dei suoi 4 Punti di Forza e quattro Forze Trainanti.

B

Le regole di condotta

"REGOLE DI CONDOTTA DA CONDIVIDERE ED IMPLEMENTARE"

Comprende l'insieme delle regole concrete che ciascun collega del Gruppo BNP Paribas deve comprendere e seguire. Il rispetto di queste regole è essenziale per la capacità di sostenere i Valori e gli standard etici, un prerequisito per agire secondo il BNP Paribas Way.

Le regole di condotta sono organizzate in sette ambiti:

AMBITO DEL CODICE DI CONDOTTA	VALORI PUNTI DI FORZA E FORZE TRAINANTI	REGOLE DI CONDOTTA
Interessi dei clienti	Competenza Soddisfazione del cliente Cultura della compliance	• Comprendere le esigenze dei clienti • Assicurare un trattamento equo ai clienti • Proteggere gli interessi dei clienti • Proteggere le informazioni confidenziali dei clienti • Comunicare in maniera trasparente nelle attività di vendita e marketing • Trattare equamente i reclami dei clienti
Sicurezza finanziaria	Responsabilità Cultura della compliance	• Combattere il riciclaggio di denaro, la corruzione, l'abuso di ufficio e il finanziamento al terrorismo • Rispettare le sanzioni e gli embarghi
Integrità del mercato		• Promuovere la libera e corretta competizione • Rispettare le regole sul market abuse • Gestire i conflitti di interessi
Etica professionale		• Non usare mai informazioni riservate in transazioni personali • Evitare conflitti di interesse con attività esterne • Prendere misure contro la corruzione e l'abuso di ufficio
Rispetto per i colleghi	Ambiente di lavoro favorevole Apertura	• Applicare i migliori standard nel comportamento professionale • Respingere ogni forma di discriminazione • Garantire la sicurezza sul posto di lavoro
Protezione del gruppo	Solidità Agilità	• Costruire e proteggere i valori di lungo termine del Gruppo BNP Paribas • Proteggere le informazioni del Gruppo • Comunicare in modo responsabile • Operare in modo etico con soggetti esterni • Assumersi i rischi responsabilmente con un controllo accurato del rischio • Agire in modo responsabile quando si lascia il Gruppo BNP Paribas
Coinvolgimento nella società	Responsabilità Cultura della Compliance	• Promuovere il rispetto dei diritti umani • Proteggere l'ambiente e combattere il cambiamento climatico • Agire responsabilmente nei confronti della pubblica amministrazione

C

Il Codice di Condotta in pratica

"COME APPLICARE IL CODICE DI CONDOTTA NELLA REALTÀ OPERATIVA DI TUTTI I GIORNI"

Definisce chiaramente cosa ci si aspetta da ciascun collega e le domande necessarie che ciascuno si deve porre prima di prendere decisioni. Tale sezione mira a fornire indicazioni precise su come il codice si "relaziona" con le leggi, i regolamenti locali e con il Dispositivo di Allerta Etico (Whistleblowing).

APPENDICE

Il Codice di Condotta: combattere la corruzione

Fornisce i principi fondamentali della lotta alla corruzione e descrive il dispositivo di prevenzione adottato dal Gruppo. L'appendice sancisce il principio di tolleranza zero riguardo alla pratica della corruzione e del traffico di influenza illecita, fornisce infine definizioni ed esempi concreti dei comportamenti da evitare in quanto associabili alla corruzione.

LA GOVERNANCE DELLA BANCA

Il sistema di Corporate Governance

Findomestic Banca ha adottato un sistema di governo societario tradizionale in cui il Consiglio di Amministrazione, l'Assemblea dei Soci ed il Collegio Sindacale assicurano il raggiungimento dell'eccellenza in termini di efficienza operativa e di dominio del rischio, così come il concretamento di tutte le opportunità di sviluppo commerciale e di sinergia con le altre società del Gruppo BNP Paribas operanti in Italia.

Il Progetto di Governo Societario della Banca, regolamentato secondo la normativa di Banca d'Italia, è stato più volte aggiornato negli anni, e da ultimo nell'ottobre 2020 a seguito della costituzione del Gruppo Bancario "Findomestic Gruppo".

La necessità di richiedere a Banca d'Italia l'iscrizione di Findomestic Gruppo nell'Albo dei Gruppi Bancari è nata a seguito della costituzione, in data 12/09/2019, della Società Florence Real Estate Developments S.p.A. (in forma abbreviata anche FRED S.p.A.), della quale



Findomestic detiene una partecipazione totalitaria e che svolge attività di natura immobiliare.

In considerazione del fatto che Findomestic Banca S.p.A., in quanto appartenente al Gruppo BNP Paribas, debba essere considerata "banca significativa" (ai sensi dell'art. 6, par. 4 del Regolamento UE n. 1024/2013) e in tal senso rientrare tra le "banche di maggiori dimensioni o complessità operativa", il Consiglio d'Amministrazione di Findomestic Banca ha costituito tre Comitati Endo-consiliari con funzioni propositive, istruttorie e consultive, nella specie: Comitato Nomine, Comitato Remunerazioni e Comitato Rischi e Controllo Interno.

Il Consiglio di Amministrazione e i Comitati Endoconsiliari

Il Consiglio di Amministrazione di Findomestic Banca è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società. Esso può compiere tutti gli atti utili al conseguimento dello scopo sociale salvo quelli che la legge riserva espressamente all'Assemblea. L'attuale Consiglio è stato nominato nell'aprile del 2018 e scadrà ad aprile 2021, con l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2020.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

(situazione al 31/12/2020)

NOME E COGNOME	ETÀ	INCARICO	ESECUTIVO/ NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE/ NON INDIPENDENTE
Andrea Munari	>50	Presidente	Non esecutivo	Non indipendente
Chiaffredo Salomone ⁴	>50	Amministratore Delegato	Esecutivo	Non indipendente
Laurent David	30-50	Vice Presidente	Non esecutivo	Non indipendente
Chiara Palmieri ⁵	30-50	Consiglieri	Non esecutivi	Indipendente
Jean Deullin	>50			indipendente
Terence Mc Cormick	30-50			Non indipendente
Jany Gerometta	>50			Non indipendente
Adeline Leforban ⁶	30-50			Non indipendente
Gilles Zeitoun ⁷	>50	Direttore Generale		

4. In carica fino all'approvazione del bilancio di esercizio 2020, in seguito vice-presidente.

5. In carica dal 30/10/2020 fino all'approvazione del bilancio di esercizio 2020, in sostituzione di Ginevra Cerrina Feroni. In data 17/02/2021 la Consigliera Indipendente Chiara Palmieri ha rassegnato le proprie dimissioni, con decorrenza dal 1° Marzo 2021.

6. In carica dal 24/04/2020, in sostituzione di Florence Louis, e fino all'approvazione del bilancio di esercizio 2020.

7. Con l'approvazione del bilancio di esercizio 2020 anche Amministratore Delegato.

Per quanto concerne invece i Comitati Endo-Consiliari, la cui durata in carica segue quella del Consiglio di Amministrazione, la composizione è la seguente:

I COMITATI ENDOCONSILIARI

(situazione al 31/12/2020)

COMITATO	NOME E COGNOME	ETÀ	INCARICO	ESECUTIVO/ NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE/ NON INDIPENDENTE
Comitato Rischi e Controllo Interno	Jean Deullin Chiara Palmieri Terence Mc Cormick	>50 30-50 30-50	Coordinatore Consigliere Consigliere	Non esecutivo	Indipendente Indipendente Non Indipendente
Comitato Remunerazioni	Jean Deullin Chiara Palmieri Jany Gerometta	>50 30-50 <50	Coordinatore Consigliere Consigliere	Non esecutivo	Indipendente Indipendente Non Indipendente
Comitato Nomine	Jean Deullin Chiara Palmieri Laurent David	>50 30-50 30-50	Coordinatore Consigliere Consigliere	Non esecutivo	Indipendente Indipendente Non Indipendente

Nello svolgimento delle proprie funzioni, il Consiglio di Amministrazione della Banca delega compiti di gestione all'Amministratore Delegato, al Direttore Generale nonché, in relazione alle specifiche aree di competenza, ai singoli Direttori che compongono il Comitato di Direzione.

I Comitati

Il Consiglio di Amministrazione, nello svolgimento delle proprie funzioni, si avvale della collaborazione di una serie di Comitati al fine di assicurare sia una corretta conoscenza delle principali tematiche da affrontare, sia lo scambio di informazioni tra gli organi di Governance. Tali comitati sono dettagliatamente disciplinati in un apposito documento interno.

Collegio Sindacale

Il Collegio Sindacale si riunisce almeno tre volte l'anno e svolge funzioni di controllo sull'amministrazione della Società nonché sul rispetto della normativa rilevante con particolare riferimento alle norme previste dal Codice Civile e da Banca d'Italia. L'attuale Collegio è stato nominato nell'aprile del 2018 e scadrà con l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2020.



IL COLLEGIO SINDACALE (situazione al 31/12/2020)

NOME E COGNOME	INCARICO
Luca Eugenio Guatelli	Presidente
Roberto Santagostino Anna Lenarduzzi	Sindaci effettivi
Guido Cinti Giorgio Garolfi	Sindaci supplenti

Il Collegio Sindacale svolge anche funzioni Organismo di Vigilanza ex. D. Lgs. 231/2001.

Organismo di Vigilanza

In Findomestic il Collegio Sindacale svolge anche funzioni di Organismo di Vigilanza, che è l'organo deputato alla definizione e all'aggiornamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01 (adottato a giugno 2005 e aggiornato in funzione dell'evoluzione del contesto interno ed esterno di riferimento), nonché alla vigilanza sul funzionamento e sull'osservanza delle disposizioni dello stesso.

Nell'esecuzione della propria attività ordinaria, l'Organismo di Vigilanza si avvale anche della funzione Compliance.

La nuova Governance della Responsabilità Sociale d'impresa

Nel 2020 in Findomestic, è stata strutturata la nuova Governance della Responsabilità Sociale d'impresa con l'obiettivo di progredire sui temi Corporate Social Responsibility e di integrarli nel business. Nello specifico, sono stati costituiti due comitati strategici:

COMITATO	PARTECIPANTI	FREQUENZA INCONTRI	OBIETTIVO
COMITATO ENGAGEMENT RSI	Amministratore Delegato Direttore Generale Vice Direttore Generale Direttore EMA Direttore HR Responsabile RSI	Trimestrali	Individuare gli orientamenti strategici in termini di Engagement e attività inerenti la Responsabilità Sociale in coerenza con le linee guida del Gruppo. Condividere le azioni intraprese ed i relativi stati di avanzamento.
COMITATO DIREZIONE RSI	Comitato di Direzione Responsabile RSI Referenti RSI, su invito, in base alle tematiche trattate	Semestrali	Condividere e definire a livello aziendale gli orientamenti strategici e le attività nell'ambito dei Pilastri della Responsabilità Sociale d'Impresa, in coerenza con quanto deciso dal comitato Engagement e RSI. Stabilire le aree di lavoro prioritarie e i piani d'azione. Fare dei SAL piani di azione e la condivisione dei KPI.

All'interno di tutte le Direzioni della Banca sono stati individuati dei Referenti RSI con il ruolo di contribuire all'ingaggio della propria Direzione relativamente ai pilastri della responsabilità sociale. Ciascun referente RSI, ingaggiato direttamente dal Direttore, avrà il compito di:

- Proporre nuove iniziative nell'ambito dei pilastri e collaborare alla messa a terra dei piani d'azione individuati in base alle direttive del Comitato Direzione RSI;
- Contribuire al seguito dei KPI esistenti ed alla proposta di nuovi KPI.

Sono organizzati sulla base delle necessità, ed almeno semestralmente, dei Meeting Operativi appositamente organizzati in gruppo oppure one to one per garantire il coordinamento e l'interfaccia tra i Responsabili RSI e i referenti RSI individuati.



Compliance

La mission della funzione Compliance consiste nell'assicurare, secondo un approccio risk-based, l'identificazione, la valutazione e il controllo dei rischi di non conformità con riguardo a tutta l'attività aziendale e alle normative che hanno impatti sulla stessa. La funzione definisce e regola il Modello Organizzativo ed il quadro metodologico per la gestione del rischio di non conformità nel suo complesso, provvedendo a predisporre la politica di gestione di tale

rischio da sottoporre all'approvazione del Consiglio di Amministrazione. Inoltre, la funzione è direttamente responsabile della gestione del rischio di non conformità relativamente alle normative che riguardano l'esercizio dell'attività bancaria e di intermediazione, la gestione dei conflitti d'interesse, la trasparenza nei confronti della clientela e, più in generale, la disciplina posta a tutela del consumatore.

In particolare, il perimetro sotto la diretta responsabilità della funzione Compliance è costituito dalle aree normative, Governo

e Organizzazione, Protezione degli interessi dei clienti, Integrità dei mercati, Etica professionale, Responsabilità amministrativa e Sicurezza Finanziaria

Con riferimento invece alle altre normative che impattano sull'operatività (fiscale, sicurezza sul lavoro, etc.), sono identificate specifiche funzioni allocate presso altre unità funzionali a cui è direttamente affidata la gestione di ogni specifico rischio di non conformità, sempre nell'ambito del quadro metodologico definito dalla Compliance che svolge un ruolo di coordinamento,



monitoraggio e supporto per la concreta applicazione del modello definito.

L'attività di Compliance è svolta sulla base di un programma definito e formalizzato annualmente in coerenza con le linee guida approvate dal Consiglio di Amministrazione di Findomestic Banca. Possono essere svolte anche eventuali attività non pianificate ad inizio anno, sulla base di esigenze evidenziate dagli Organi Amministrativi, di Controllo e dall'Alta Direzione nonché di quelle derivanti dalle variazioni del contesto interno ed esterno di riferimento. La funzione trasmette agli organi aziendali, con periodicità annuale, una relazione in cui sono riportate le attività svolte, i risultati delle

stesse ed i principali eventi collegati al rischio di non conformità, con evidenza delle aree di miglioramento rilevate e degli interventi richiesti/adottati. In tale ambito, viene fornita anche una valutazione sull'adeguatezza e affidabilità del sistema di controlli interni predisposto per la gestione del rischio.

La funzione Compliance assicura, inoltre, il reporting continuativo, anche su base aggregata, all'Alta Direzione con riferimento ai risultati delle attività di controllo svolte sul complessivo andamento del rischio anche in occasione delle riunioni di specifici Comitati interni.

L'unità Sicurezza Finanziaria è collocata all'interno della Direzione Compliance di Findomestic Banca.

La mission dell'unità consiste nell'assicurare la predisposizione ed il funzionamento del sistema dei controlli in materia di sicurezza finanziaria, garantendo inoltre l'attuazione delle specifiche iniziative promosse da BNP Paribas nell'ambito del rafforzamento dei presidi di adeguata verifica delle controparti (KYC – Know Your Client, KYI – Know Your Intermediary, etc.) e del monitoraggio delle transazioni.

L'unità riferisce, secondo le periodicità definite, lo stato di avanzamento delle attività in carico, evidenziando eventuali elementi meritevoli di attenzione, agli Organi Amministrativi, di Controllo, all'Alta Direzione e alle funzioni di Conformità di BNP Paribas e Personal Finance.

L'attività di Compliance è svolta sulla base di un programma definito e formalizzato annualmente



LA GESTIONE DEI RISCHI AZIENDALI

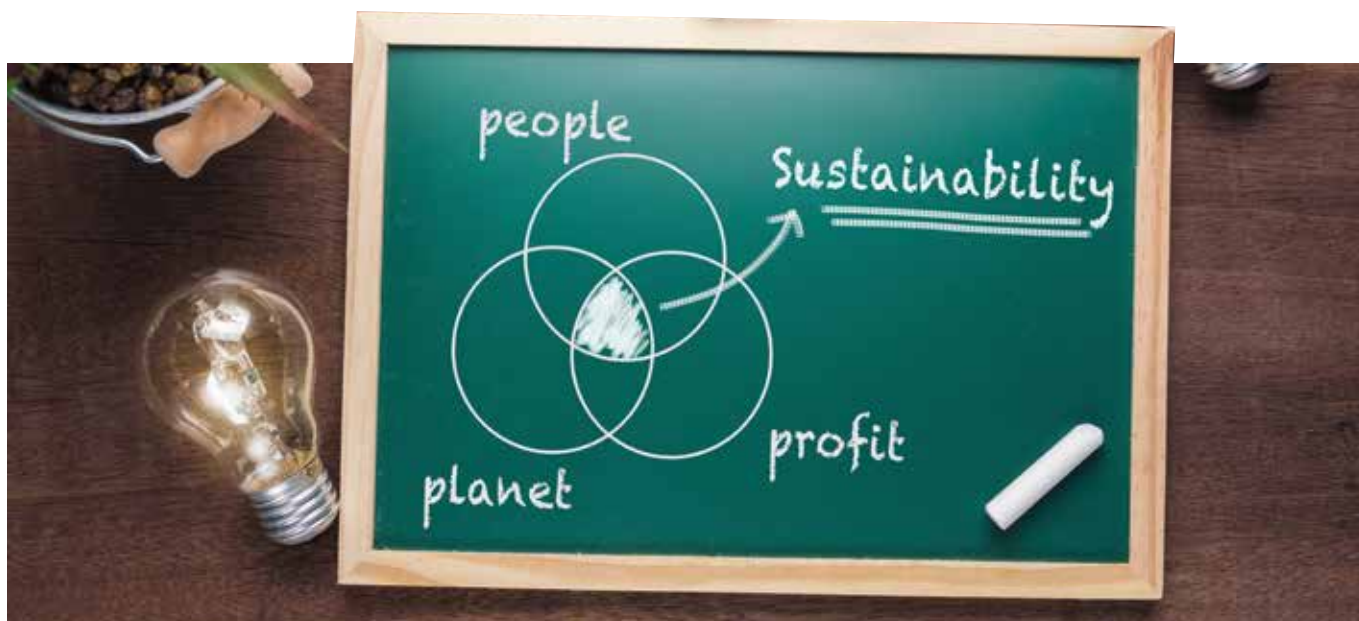
Il Sistema dei controlli di Findomestic è costituito dall'insieme delle regole, delle funzioni, delle strutture, delle risorse, dei processi e delle procedure che mirano ad assicurare il conseguimento degli scopi societari e a garantire l'operatività nel rispetto delle normative vigenti attraverso una consapevole assunzione e gestione delle differenti tipologie di rischio.

Strutturato su più livelli, il sistema dei controlli interni coinvolge con diversi compiti e responsabilità tutti gli organi e le strutture organizzative aziendali.

La funzione Risk Management, supportando il Chief Risk Officer, assicura nel continuo un efficace governo e una visione integrata dei rischi di credito, operativi, finanziari e degli altri rischi rilevanti. Garantisce, inoltre, agli Organi Sociali, all'Alta Direzione, agli Organi di controllo interno e ai Regulators un adeguato sistema di reporting anche sulla base dei flussi informativi forniti da tutte le funzioni dedicate al controllo e alla gestione dei rischi.

Il Dispositivo di Controllo Interno

In Findomestic Banca il Dispositivo di Controllo Interno è un sistema strutturato di attività, procedure e regole comportamentali che ha lo scopo di identificare, misurare e contenere i fattori di rischio che possono compromettere il perseguimento degli obiettivi aziendali e tutelare gli interessi degli stakeholder. Il sistema si compone di due tipologie di controllo: i controlli permanenti (prima e seconda linea di difesa) e i controlli periodici (terza linea di difesa).



CONTROLLI PERMANENTI		CONTROLLI PERIODICI
...di linea	...su rischi e conformità alle norme	
sono svolti all'interno dei processi operativi e diretti ad assicurare il corretto svolgimento delle operazioni. La prima linea di difesa poggia sui c.d. OPC (Operational Permanent Controller) in seno alle Direzioni, responsabili dell'individuazione e valutazione dei rischi come della definizione e realizzazione dei piani di controllo e degli opportuni piani d'azione a mitigazione dei suddetti rischi, nonché della diffusione della cultura della gestione del rischio nel perimetro di competenza.	sono svolti da funzioni diverse da quelle produttive, nello specifico si tratta della funzione RISK ORC (seconda linea di difesa), alla quale il Modello Organizzativo di Gruppo ha attribuito la responsabilità dei controlli di secondo livello (revisione delle cartografie dei rischi e dei piani dei controlli, control testing) e poteri di deroga a procedure e controlli permanenti generici di Gruppo.	si sostanziano nell'attività di revisione interna, svolta da una struttura indipendente esternalizzata presso l'Inspection Générale Hub Italy di BNL, finalizzata ad individuare violazioni delle procedure e della regolamentazione, nonché a valutare periodicamente la funzionalità e l'affidabilità del sistema dei controlli interni.

Il Dispositivo di Controllo Interno della Banca rappresenta un elemento essenziale per la guida dell'operatività e dei comportamenti del personale. Inoltre, grazie al supporto del Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas, al "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" e alla definizione di un sistema regolamentare interno, garantisce un adeguato livello di copertura dei rischi relativi ai reati previsti dal D. Lgs. 231/2001.

La gestione del rischio operativo

Il modello di gestione dei rischi operativi e dei controlli permanenti in Findomestic Banca è integrato a tutti i livelli aziendali e si basa su principi guida che riguardano tutto il personale, il quale ha il dovere di assicurare un controllo efficace delle attività poste sotto la propria responsabilità e deve dotarsi degli strumenti adeguati per la gestione del rischio. Una volta rilevati gli elementi di debolezza nel dispositivo di controllo, il responsabile dell'attività deve porre in essere azioni finalizzate a correggere o prevenire i rischi individuati. L'obiettivo è quello di ridurre le perdite attraverso una migliore gestione anticipatoria dell'esposizione ad eventi potenziali e di assicurare efficienza ed efficacia operativa attraverso l'accentramento delle attività di coordinamento (piani di azione, reporting, metodologie, etc.) e la definizione di ruoli specializzati nell'individuazione e gestione dei rischi presso ciascuna Direzione.

La *prima linea di difesa* poggia sulle strutture di Internal Control e dei corrispondenti Operational Permanent Control (OPC) esistenti nelle Direzioni, responsabili dell'individuazione e valutazione dei rischi come della definizione e realizzazione dei piani di controllo e degli opportuni piani d'azione a mitigazione dei suddetti rischi, nonché della diffusione della cultura della gestione del rischio a tutti i livelli.

La *seconda linea di difesa* poggia sulla struttura RISK ORC la quale, a partire dal 2018, ha esteso il proprio raggio



d'azione ponendo in essere anche una nuova attività di controllo di 2° livello con controlli dedicati alle cartografie dei rischi e ai piani dei controlli delle Direzioni e il reperforming dei controlli di 1° livello (cd. control testing) volti a verificare la qualità e attendibilità degli stessi. RISK ORC è affiancata in ciò dalle altre funzioni di 2° livello, ciascuna per il rispettivo dominio di expertise: Compliance, Legal, Finance.

La *terza linea di difesa* consiste invece nell'attività di Internal Auditing, già in precedenza esternalizzata presso l'Inspection Générale Hub Italy di BNL.

La gestione del rischio informatico

In un contesto sempre in continua evoluzione, e sempre più dipendente dalle tecnologie informatiche, come quello del settore bancario, il rischio e la sicurezza informatica risultano essere una priorità per la Banca. Pertanto, anche nel corso del 2020, il Gruppo BNP Paribas ha adottato il NIST (National Institute of Standards and Technology) Cyber Security Framework volto a ridurre tale rischio e rafforzare i presidi di sicurezza informatica. A tal proposito, in Findomestic la funzione Sicurezza, Governance e Datawarehouse della Direzione Informatica ha identificato un insieme di iniziative progettuali necessarie a raggiungere il livello di maturità "Repeatable" atteso dal Gruppo, entro la fine del 2022. Il modello proposto dal framework individua 5 grandi categorie (funzioni) che rappresentano il ciclo di vita del processo di Cyber Security Management.



IL CICLO DI VITA DEL PROCESSO DI CYBER SECURITY MANAGEMENT

IDENTIFY

Funzione legata alla comprensione e all'individuazione degli asset che supportano i processi di business e i rischi ad essi associati.



PROTECT

Funzione associata all'implementazione delle misure di sicurezza mirate alla protezione degli asset e dei processi di business.



DETECT

Funzione associata all'implementazione di attività mirate all'identificazione rapida degli eventi di sicurezza e degli incidenti.



RESPOND

Funzione legata allo sviluppo e all'implementazione delle attività adatte a contenere e gestire gli incidenti di sicurezza identificati. L'obiettivo di quest'area è la riduzione dell'impatto legato agli incidenti.



RECOVER

Funzione legata alla definizione e all'implementazione di un piano di attività di rientro e recupero dei servizi o dei processi interessati da un incidente. L'obiettivo è assicurare la resilienza di sistemi e infrastrutture e, in caso di incidente, supportare per la veloce riattivazione delle operazioni di business.



In particolare, nel 2020, grazie alle attività svolte è stato raggiunto il livello di maturità 3 – Repeatable, secondo lo standard NIST, delle seguenti macro aree:

- gestione delle identità rinforzando il processo di gestione degli accessi logici;
- protezione della rete potenziando gli strumenti di difesa sia interni alla rete che perimetrali;
- protezione dei dati rafforzando le tutele di controllo della Banca dal punto di vista della confidenzialità, integrità, disponibilità e tracciabilità in base alla tipologia di dati;
- patch management mantenendo costantemente aggiornato il livello di sicurezza degli asset del Sistema Informativo contro potenziali vulnerabilità;
- security application rafforzando le misure di sicurezza relative alle applicazioni sviluppate dalla Banca.

In continuità a quanto fatto in ambito sicurezza nel corso del 2018, 2019 e 2020, Findomestic si pone l'obiettivo, nell'anno 2021, di migliorare e raggiungere il livello di maturità 3 - Repeatable anche in altre 6 aree.

CAPABILITY MATURITY MODEL INTEGRATION DEVELOPMENT



Findomestic ha ottenuto la certificazione CMMI DEV 2.0, un insieme integrato di best practice nei processi di produzione dei software e delle soluzioni informatiche che migliora le prestazioni e le funzionalità chiave per sviluppare prodotti, componenti e servizi migliori.





UN PASSO IMPORTANTE PER LA **SALVAGUARDIA DEL PATRIMONIO INFORMATIVO**

Findomestic Banca ha ottenuto l'ultima versione della Certificazione ISO 27001:2013, standard internazionale che definisce i requisiti per impostare e gestire un Sistema di Gestione della Sicurezza delle informazioni (SGSI) ed include aspetti relativi alla sicurezza

logica, fisica ed organizzativa. Il sistema di gestione della sicurezza delle informazioni garantisce la riservatezza, l'integrità e la disponibilità delle informazioni applicando un processo di gestione dei rischi e assicurando che siano gestiti adeguatamente.

Il valore della privacy e della sicurezza dei dati

La protezione dei dati personali è da sempre un elemento di grande attenzione per Findomestic e per il Gruppo BNP Paribas, sia dal punto di vista della sicurezza dei dati che, più in generale, per quanto riguarda i diritti delle persone. Nell'ambito della propria attività la Banca considera debitamente i rischi per i diritti e le libertà degli interessati che potrebbero derivare dal trattamento dei loro dati personali. Nel rispetto e secondo quanto definito dal Regolamento Generale per la Protezione dei Dati (GDPR), la Banca ha designato un Responsabile per la Protezione dei Dati Personali (o Data Protection Officer, DPO), individuato all'interno del Gruppo BNP Paribas in Italia.

La Banca garantisce un presidio specialistico attraverso una struttura dedicata all'interno della Direzione Rischi a supporto del DPO. Per assicurare efficacia nella protezione

dei dati personali la Banca si è dotata di un'organizzazione basata sul coinvolgimento di tutte le direzioni, con il coordinamento di uno specifico polo di competenza all'interno della Direzione Operations.

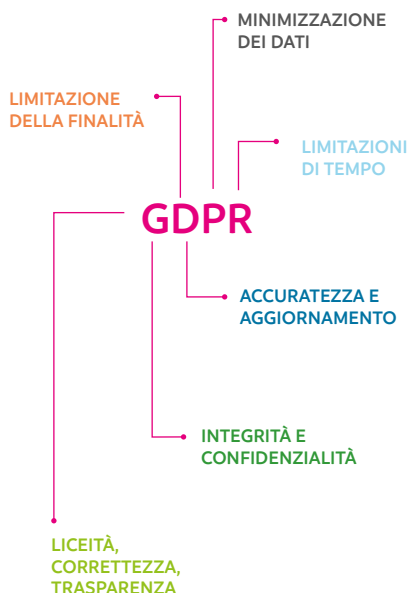
Ogni nuova iniziativa è valutata secondo i principi di "privacy by design" e "privacy by default", assicurando l'osservanza dei principi di liceità, correttezza, trasparenza, limitazione della finalità, minimizzazione, esattezza, limitazione della conservazione, integrità e confidenzialità, sin dalle prime fasi di ideazione e per impostazione predefinita.

Agli intermediari con cui la Banca opera ed ai fornitori che svolgono attività connesse al trattamento di dati personali sono richiesti standard di sicurezza e misure tecniche ed organizzative adeguate a garantire la protezione dei dati personali.

Ogni nuova iniziativa è valutata secondo i principi di "privacy by design" e "privacy by default"



I DIRITTI DELL'INTERESSATO NEL GDPR



Le attuali normative puntano a restituire ai soggetti interessati il controllo dei propri dati, attraverso un rafforzamento dei loro diritti.

Il primo di tali diritti è quello di essere informati sulle tipologie, le finalità e le modalità di trattamento che Findomestic effettua sui loro dati personali.

Findomestic Banca s'impegna quindi a garantire, per tutti i soggetti interessati, il pieno rispetto dei diritti di:

- **Accesso:** l'interessato ha il diritto di ottenere la conferma che sia o meno in corso un trattamento di dati personali che lo riguardano e, in tal caso, di ottenere l'accesso ai dati insieme ad una serie di informazioni tra cui le finalità del trattamento.
- **Rettifica:** qualora l'interessato ritenga che i propri dati personali siano inesatti o incompleti, può richiedere che tali dati vengano modificati di conseguenza.
- **Cancellazione:** è possibile richiedere la cancellazione dei propri dati personali, nella misura consentita dalla legge.
- **Limitazione:** è possibile richiedere la limitazione del trattamento dei propri dati personali, nella misura consentita dalla legge.
- **Opposizione:** l'interessato può opporsi al trattamento dei propri dati personali svolto sulla base del legittimo interesse di Findomestic, per motivi relativi alla propria particolare situazione.
- **Revoca del consenso:** se un trattamento è basato sul proprio consenso, l'interessato, ha il diritto di revocarlo in qualsiasi momento.
- **Portabilità dei dati:** se il trattamento si basa sul consenso o sul contratto ed è effettuato con mezzi automatizzati, e l'interessato ha il diritto di ricevere da Findomestic copia dei propri dati, sempreché tale diritto non leda i diritti e le libertà altrui. L'interessato ha anche il diritto di ottenere dalla Banca, se tecnicamente fattibile, la trasmissione diretta dei medesimi dati ad altro titolare del trattamento.

La gestione del rischio di credito

I ruoli e le responsabilità all'interno del processo di gestione del rischio di credito sono definiti in linea con le normative di Vigilanza, le Politiche di gestione dei Rischi di BNP Paribas e in coerenza con quanto definito nella Politica Generale di Gestione dei Rischi di Findomestic. Findomestic ha costituito un sistema integrato di gestione del rischio di credito con deleghe e limiti operativi alle funzioni aziendali incaricate delle operazioni di erogazione del credito nonché modalità specifiche di controllo e monitoraggio.

I sistemi di misurazione del costo del rischio sono stati omologati alle indicazioni previste nel principio IFRS 9. È stato sviluppato, per tutti i prodotti, un motore di calcolo automatico per la determinazione

delle componenti del costo del rischio ed un cruscotto di controlli di data quality.

In un contesto nuovo come quello del 2020, Findomestic ha dimostrato capacità di adattamento anche per quanto riguarda i processi e le modalità di gestione del rischio di credito assicurando il sostegno all'economia.

La Banca ha attivato prontamente la moratoria ex-lege per le piccole e medie imprese e ha supportato i clienti privati aderendo alla "moratoria Covid 2019 per il credito ai consumatori" promossa da Assofin, ispirata alle linee guida tracciate dall'EBA. Ha inoltre applicato le regole di segnalazione e di supervisione previste dalle linee guida stesse.

Sono stati fatti interventi mirati sulle politiche e sulle regole di accettazione, in maniera da agire dinamicamente sulle caratteristiche

necessarie alla valutazione delle richieste di credito con lo scopo di sostenere sia i clienti, in particolare a tutela del rischio di sovraindebitamento, sia i partner. Sono stati implementati nuovi strumenti di prevenzione delle frodi, in particolare nell'ambito dell'e-commerce e dei prestiti on-line, attivando nuovi strumenti informatici ed individuando nuovi profili di clientela ad alto rischio.

Nel corso del 2020 sono state portate avanti anche le attività necessarie per le implementazioni della nuova definizione di default, per l'adeguamento dei processi aziendali per la gestione e il monitoraggio dei crediti deteriorati e per ottenere la validazione all'utilizzo del metodo avanzato per il calcolo dei requisiti patrimoniali relativi al rischio di credito.

Business Continuity

L'attività di Business Continuity in Findomestic, con il continuo aggiornamento del Business Continuity Plan (BCP), è il frutto della continua ricerca di soluzioni per garantire ai propri clienti la continuità operativa dei servizi forniti e, nello stesso tempo, proteggere i

propri beni materiali e immateriali, anche in caso di eventi estremi.

Il BCP attualmente operativo garantisce, nel rispetto delle indicazioni del Gruppo BNPParibas e delle norme emanate sul tema da Banca d'Italia, la ripartenza dei processi critici (concordati con le varie direzioni di Business) in tempi definiti sia con soluzioni di

Disaster Recovery fisiche che virtuali. In Findomestic il Business Continuity Manager ha ottenuto nel 2019 la Certificazione da parte del Business Continuity Institute, l'organismo leader nel mondo per la continuità operativa, nonché il più importante ente di certificazione per i professionisti di Business Continuity a livello globale.



CONTINUITÀ OPERATIVA LA CERTIFICAZIONE ISO 22301

La norma internazionale ISO22301, relativa alla gestione della continuità operativa, specifica i requisiti per pianificare, stabilire, attuare, rendere operative, monitorare, mantenere attivo e migliorare continuamente un

Sistema di Gestione documentato finalizzato alla protezione, alla riduzione della possibilità di accadimento, alla preparazione, alla risposta ed al recupero a seguito di eventi destabilizzanti.

La crisi pandemica dichiarata a Marzo 2020 è stato il primo banco di prova in produzione delle regole studiate e perfezionate durante gli anni. Terminato il periodo di crisi e messi in sicurezza sia i dipendenti che le attività, è stato erogato un questionario di soddisfazione ai dipendenti che ha dato risultati globalmente soddisfacenti sull'applicazione di tale piano ed ha suggerito ulteriori fine tuning da implementare nelle prossime releases del BCP.



Azioni intraprese dalla Banca nel periodo di emergenza legato al Coronavirus

Il 2020 è stato un anno caratterizzato dagli impatti globali derivanti dalla pandemia del virus Covid-19. Findomestic si è mossa tempestivamente, anche con il supporto dell'unità di Business Continuity, per garantire la tutela della salute dei propri collaboratori e dei clienti, attivando una serie di misure di tutela volte a limitare il più possibile il contagio ed a mitigare i potenziali rischi connessi alla prosecuzione in sicurezza delle attività lavorative.

In particolare, Findomestic, ha provveduto ad attivare postazioni di lavoro da remoto sia per le strutture funzionali di sede che per le piattaforme operative, sono stati incrementati i servizi di pulizie e sanificazione dei locali, utilizzando appositi prodotti con presidio medico chirurgico, sono stati messi a disposizione

idonei dispositivi di protezioni individuale ed i gel per la sanificazione delle mani. Tutte le misure sono state individuate all'interno del Documento di Valutazione del Rischio, con appendice specifica, e rispettano le norme emanate dal Governo e le indicazioni di prevenzione e protezione individuate dai vari Protocolli di accordo con le OSS.

Findomestic ha inoltre attivato un corso di formazione e-learning circa la prevenzione da contagio biologico da Covid-19, al fine di informare i dipendenti su tutte le misure di prevenzione da Covid-19 e mitigare il principale rischio individuato, ovvero il mancato rispetto delle norme di prevenzione e protezione messe in atto da Findomestic Banca S.p.A..

A tale scopo sono stati anche istituiti appositi circuiti di controllo, sia verso i fornitori esterni (principalmente in ambito facility), sia verso i lavoratori dell'Azienda.

Tali controlli hanno evidenziato un buon rispetto delle norme, anche se con alcuni punti di attenzione, che hanno generato nel tempo le seguenti azioni:

- Richiami formali scritti ai lavoratori dell'Azienda;
- Richiami formali ed azioni di contestazione del servizio verso i Fornitori.

Tali azioni hanno generato n. 40 SAL settimanali di governo dell'impianto di controllo, producendo n. 617 audit gestiti sia da funzioni interne che da fornitori esterni appositamente ingaggiati.

Rilevante è stata anche la gestione degli accessi nei locali da parte di personale esterno, generalmente inibita, salvo fornitori indispensabili censiti con apposite normative o salvo richiesta di deroga (ad esclusione dei clienti delle Agenzie).

Al fine di garantire la sicurezza dei dipendenti, infatti, sono state individuate due principali categorie di fornitori in funzione delle esigenze di accesso fisico in azienda:

- Fornitori che, in funzione dello specifico campo di intervento, hanno accesso continuo ai locali Findomestic, previa condivisione del protocollo di sicurezza per la prevenzione del contagio da SARS-Covid-19 redatto dall'RSPP/ASPP.
- Fornitori che dovendo accedere occasionalmente nei locali Findomestic, devono chiedere autorizzazione e aderire di volta in volta al suddetto protocollo.

Invece per i visitatori "occasionalmente ed indispensabili" in ingresso e per la clientela delle Agenzie sono state predisposte apposite informative.

In generale, tutti i servizi offerti dalla Banca sono stati erogati telefonicamente o via web e, nei casi di necessità di visita del cliente in filiale, tutto è stato gestito nel rispetto delle indicazioni Ministeriali sul coronavirus e degli accordi ABI/OSS. Questo ha messo le Reti, seppure a distanza o in situazioni di mobilità limitata,

Tutte le misure sono state individuate all'interno del Documento di Valutazione del Rischio



Alla data del 31 dicembre 2020, circa 60.000 clienti (di cui 4.600 imprese), per un importo di 1,1 mld di euro di credito residuo, avevano ricevuto i benefici della sospensione del credito.



in condizioni di prestare il proprio servizio ai clienti, fornendo loro il consueto supporto nelle operatività richieste e di essere presenti nel mercato continuando la proposizione dei prodotti. Alcune delle soluzioni individuate e messe a terra potranno trovare valida applicazione anche in futuro, alla auspicata conclusione dell'emergenza Covid.

Inoltre, durante il periodo di emergenza dovuto a Covid19, la Banca, sin da subito e prima ancora dell'entrata in vigore del Protocollo Assofin in tema di sospensione dei pagamenti (di seguito anche moratoria Assofin), ha risposto, concretamente ed in maniera tempestiva, a tutti quei clienti che hanno manifestato difficoltà economiche legate alla pandemia, proponendo loro, a titolo gratuito, la sospensione di tre mensilità dei finanziamenti in corso. Successivamente, Findomestic ha, poi, anche aderito al suddetto protocollo che permette ai clienti, che ne facciano richiesta e che ne abbiano i requisiti⁸, di ottenere, a titolo oneroso, una sospensione del pagamento delle mensilità, da minimo di una rata ad un massimo di 6 rate. Alla data del 31 dicembre 2020, circa 60.000 clienti (di cui 4.600 imprese), per un importo di 1,1 mld di euro di credito residuo, avevano ricevuto i benefici della sospensione del credito.

La Banca ha anche aderito alla convenzione ABI per l'anticipazione della Cassa integrazione in deroga (CIG), predisponendo moduli per queste due iniziative che richiamano la modulistica di trasparenza esistente e tengono in considerazione la necessità di adottare un linguaggio di facile comprensione per tutti.

Findomestic ha, inoltre, predisposto sul proprio sito un'area dedicata, suddivisa in sezioni contraddistinte dalle domande relative al tema in argomento e in due sottosezioni per categoria di clientela. Con riferimento alla moratoria Assofin, l'area dedicata, che ospita tutte le informazioni di carattere generale, privilegiando il contatto telefonico per l'approfondimento, in maniera tale da permettere al cliente di avere chiara evidenza della "rimodulazione" del suo credito e del nuovo costo complessivo del suo finanziamento, sia in forma "argumentativa" (attraverso lo specifico colloquio telefonico), sia in forma dettagliata e formale (mediante l'invio di apposita e completa documentazione).

A fine marzo 2020 è stato lanciato il Progetto di flessibilità aziendale "One Bank!", Progetto Trasversale sponsorizzato dalla Direzione Generale, che ha coinvolto molte delle Direzioni di Findomestic.

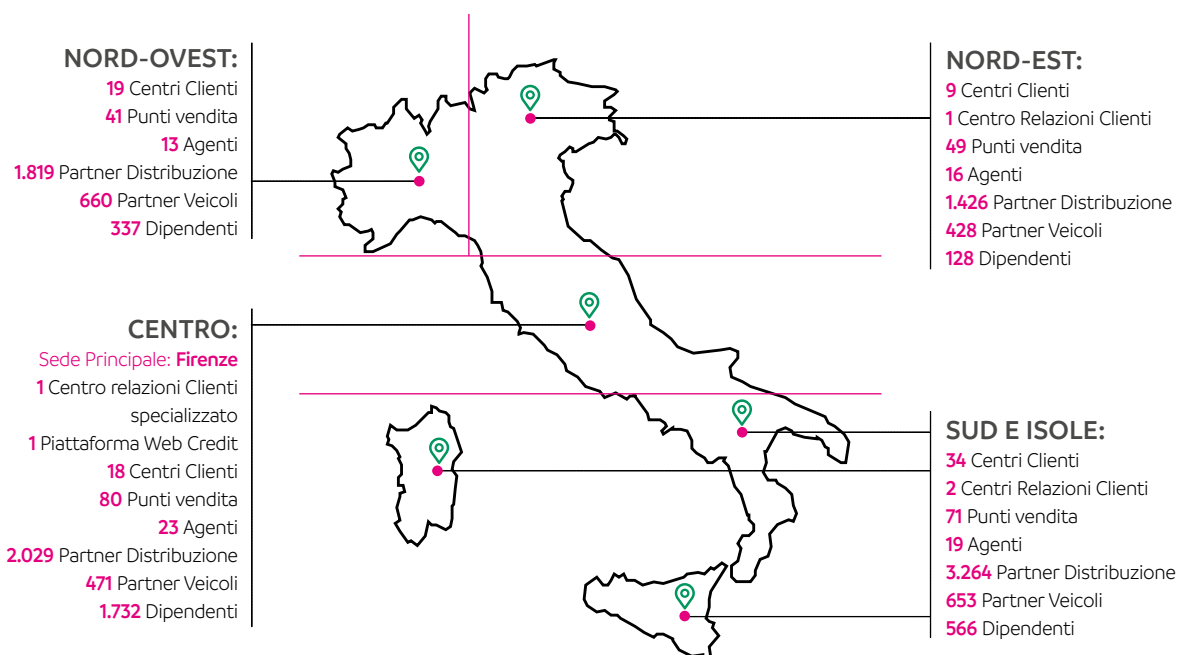
Tale progetto, coordinato dalla Direzione Operations e Supporto al Business ed in particolare da Ingegneria dei Processi, è partito nella fase delicata dell'emergenza sanitaria, per continuare a garantire ai Clienti un servizio d'eccellenza e supportare, parallelamente, le aree aziendali più impattate, tra le quali Customer Solutions e Dopovendita. Grande è stata la manifestazione di solidarietà dimostrata da tutti i 600 colleghi coinvolti nelle oltre 20 task force attivate, volte a sostenere e soddisfare in maniera efficace le richieste dei Clienti. Questa esperienza ha dimostrato che Findomestic è in grado di rispondere velocemente ai cambiamenti e che lo spirito di squadra rappresenta un fattore essenziale per il successo.

8. La moratoria ha riguardato tutti coloro che, a seguito dell'emergenza sanitaria, avevano subito una riduzione dello stipendio o una sospensione o una riduzione dell'orario di lavoro per almeno 30 giorni o per i professionisti che avevano subito un calo del fatturato a causa di chiusura o sospensione dell'attività.

LA PRESENZA DI FINDOMESTIC SUL TERRITORIO E LA PROSSIMITÀ AL CLIENTE

La multicanalità di Findomestic Banca si concretizza attraverso un'ampia offerta di canali, sia online che fisici, ramificati su tutto il territorio nazionale e messi a disposizione dei consumatori per garantire un pacchetto di prodotti e servizi il più possibile diversificati.

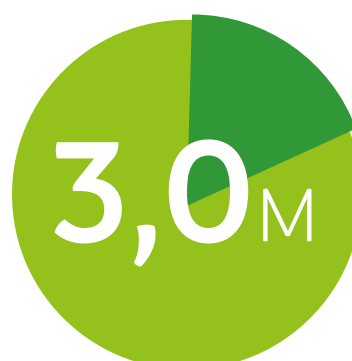
LA PRESENZA DI FINDOMESTIC SUL TERRITORIO



Un portafoglio ampio e omnicanale

La pluralità dei canali di vendita messi a disposizione da Findomestic Banca è fondamentale per garantire il maggior accesso possibile al credito, offrendo una vasta gamma di prodotti di credito, di risparmio e assicurativi realizzati secondo principi di responsabilità e sostenibilità, valori al centro delle scelte della Banca.

Molti degli investimenti in tecnologia e sviluppo digitale sono andati a sostegno di questa multicanalità, nei canali web, app e sito business, cercando di andare incontro sempre più alle esigenze di partner e clienti. Il 2020 ha visto la conferma dell'app come principale strumento di relazione digitale tra clienti e banca. I download e gli accessi sono cresciuti di due ordini di grandezza e la soddisfazione espressa tramite gli store è cresciuta arrivando ai massimi livelli di settore.



di **clienti attivi**
della Banca

LA MULTICANALITÀ DI FINDOMESTIC PER L'OFFERTA DEI PRODOTTI⁹

CANALE DIRETTO

CENTRI CLIENTI FINDOMESTIC BANCA

Centri distribuiti in tutta Italia, che offrono prodotti di credito, risparmio e assicurativi tramite telefono, posta o direttamente presso gli uffici.



80
Centri clienti

SUL LUOGO DI VENDITA

PARTNER COMMERCIALI

Operatori commerciali convenzionati a cui Findomestic Banca offre mezzi e tecnologie per praticare il credito direttamente dal punto di vendita in modo semplice e rapido.

8.538
Partner
Distribuzione
2.212
Partner Veicoli



CANALE WEB

INTERNET

A disposizione dei clienti la possibilità di usufruire di tutti i canali on e off-line secondo i principi della cross-canaltà.



4 Profili social
3 App
6 Siti internet
3 mln
di visite al mese
890.000
iscritti all'area
clienti

CANALE INDIRETTO

RETE AGENTI E PUNTI VENDITA

Agenti monomandatari che offrono alla propria clientela i prodotti del Gruppo Findomestic Banca.

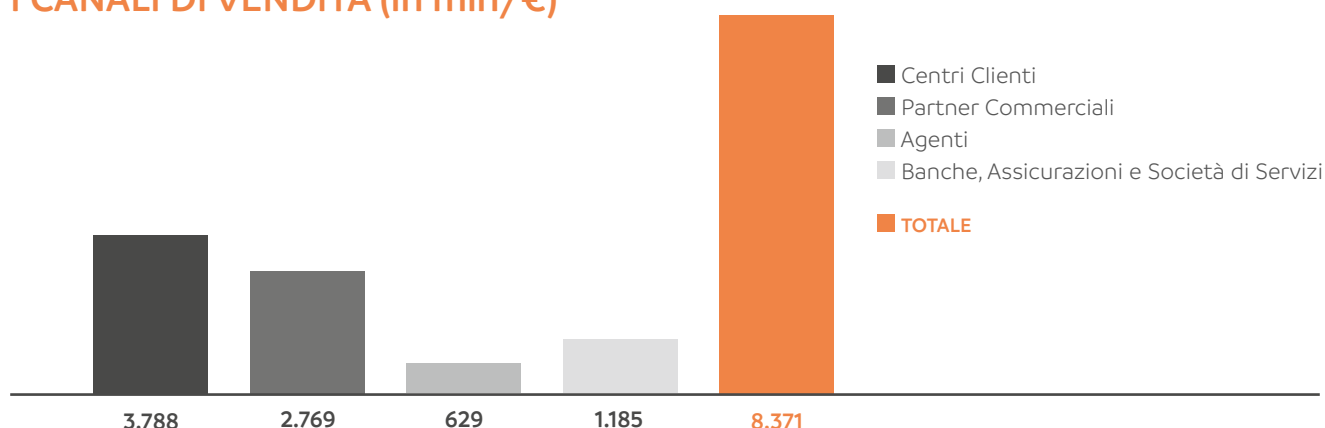
BANCHE, ASSICURAZIONI, SOCIETÀ DI SERVIZI

Partner che utilizzano i servizi messi a disposizione da Findomestic Banca come strumento strategico di fidelizzazione della clientela.



71 Agenti
241 Punti vendita
2 Partner Bancari
e Poste Italiane

GLI IMPORTI FINANZIATI NEL 2020 ATTRAVERSO I CANALI DI VENDITA (in mln/€)



9. Il canale "sul luogo di vendita" riguarda tutti i Partner Commerciali con cui Findomestic intrattiene rapporti di collaborazione. In base al mercato di riferimento vengono suddivisi in Partner Distribuzione e Partner Veicoli. La definizione di *Partner Distribuzione* fa riferimento alle collaborazioni che la Banca ha intrapreso con aziende operanti nel mercato dei beni durevoli e di consumo, tra cui ipermercati, centri commerciali e punti vendita. Per *Partner Veicoli*, invece, si fa riferimento alle collaborazioni intraprese nei settori dell'automotive, dei motoveicoli e dei veicoli ricreazionali, tra cui concessionarie, rivenditori e salonisti.

I centri clienti

Il Mercato Diretto di Findomestic Banca consente, attraverso gli 80 centri clienti, di sviluppare la sua presenza diretta su tutto il territorio nazionale, aumentando la prossimità al cliente e favorendo una conoscenza più approfondita delle sue esigenze. Attraverso i Centri Clienti, oltre ai prodotti di Findomestic Banca, vengono offerti anche i principali prodotti delle altre Società del Gruppo BNP

Paribas (ad esempio mutui, prodotti assicurativi di Cardif, ecc.).

Il 2020 è stato un anno caratterizzato dai continui cambiamenti dovuti all'emergenza della pandemia anche per il mercato diretto. È stato necessario spostare i flussi a seguito delle varie chiusure durante il primo lockdown, in particolare per la Lombardia, effettuando anche cambi di attività nelle Piattaforme centrali per garantire il

necessario servizio ai Clienti.

Si sono rese necessarie integrazioni di nuove operatività per garantire un servizio continuo ai Clienti che continuavano a richiedere i nostri prodotti, creando anche processi temporanei a distanza per la rete degli Agenti cercando di sfruttare le stesse caratteristiche di processi già consolidati, come ad esempio il flusso delle richieste gestite dal WEB.

La nostra rete Agenti

Findomestic, grazie ad un crescente sviluppo di sinergie con la rete dei 71 agenti e dei 241 punti vendita (6 in più rispetto al 2019), contribuisce ad estendere la prossimità al cliente. Seguendo un piano di offerta allargata, il portafoglio prodotti a disposizione degli agenti comprende, oltre gli stessi prodotti Findomestic Banca, anche i principali prodotti delle altre società del Gruppo BNP Paribas.

Tutti gli agenti Findomestic, al fine di garantire il corretto svolgimento delle pratiche commerciali ed una sempre maggiore integrazione con il Gruppo, sono tenuti al rispetto dei principi del Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas e alla partecipazione ai corsi previsti dalla normativa in materia di trasparenza, nonché di privacy e trattamento dei dati personali. Nelle occasioni plenarie d'incontro, gli stessi agenti vengono inoltre sensibilizzati sul credito responsabile, sull'etica e sulla deontologia professionale.

Anche nel 2020, in continuità con gli anni precedenti, sono state previste delle attività formative per tutti gli agenti e molti dei loro collaboratori. La formazione per la rete agenti è stata allineata in termini di contenuti manageriali a quella effettuata per i manager della Direzione Mercati Clienti. Nel corso del 2020 è stato erogato il modulo sul tema dell'outbound commerciale per 8 sessioni di un totale di 1.080 ore ed è stato lanciato il nuovo percorso sulla formazione commerciale composto da due nuovi moduli sulla tecnica di vendita per un totale di 5 sessioni con 1.125 ore erogate. La formazione sul conto corrente rivolta a tutti i collaboratori addetti alla vendita, è stata erogata anche alla rete agenti con tre diversi moduli.



punti vendita,
6 in più rispetto
al 2019





I Partner Commerciali

Findomestic Banca presidia i propri mercati di riferimento attraverso collaborazioni con Partner convenzionati, che operano nei settori dell'automotive, motoveicoli e veicoli ricreazionali, dell'elettronica di consumo, mobili per la casa, ma anche efficienza energetica, tempo libero, bricolage, cura della persona ed assicurazioni, sia attraverso il canale fisico che via web.

La Banca seleziona in modo rigoroso i Partner commerciali con il quale instaurare un rapporto di collaborazione, monitorando la loro affidabilità tramite sistemi costantemente aggiornati secondo l'evoluzione dei mercati di riferimento.

La scelta dei propri Partner segue regole rigorose definite nella "Politica di Accettazione Clienti ed Intermediari" (POLAC) ed avviene sulla base di criteri previsti dal codice di comportamento in materia di credito responsabile, rispetto dei diritti della persona e tutela dei consumatori.

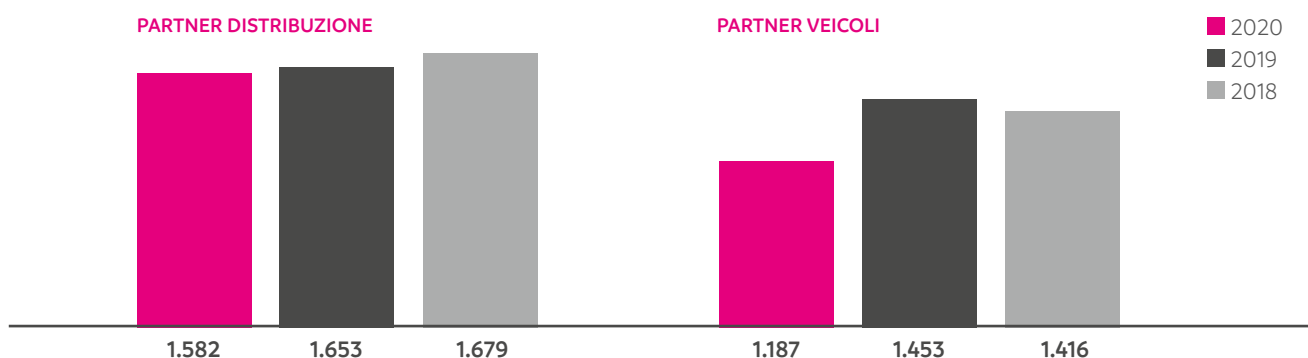
In aggiunta all'attività centralizzata di monitoraggio e controllo, la Rete specializzata di Account effettua un costante presidio di prossimità sulla correttezza del rapporto e sull'attività del Partner nell'ambito della vendita del Credito al consumo. I Partner sono affiancati costantemente con attività formative e di sensibilizzazione verso i temi della "Responsabilità nei confronti del cliente" e di condivisione delle linee guida in tema di "Trasparenza Bancaria". La forza commerciale a supporto dell'attività dei Dealer convenzionati si articola in 2 reti specializzate dedicate ai due segmenti di mercato che rispondono a logiche ed esigenze diverse: la Direzione Mercato Distribuzione e la Direzione Mercato Veicoli.



Partner
Commerciali

La scelta dei Partner segue regole rigorose definite nella "Politica di Accettazione Clienti ed Intermediari"

FATTURATO SUDDIVISO PER CATEGORIA DI PARTNER COMMERCIALE (mln/€)

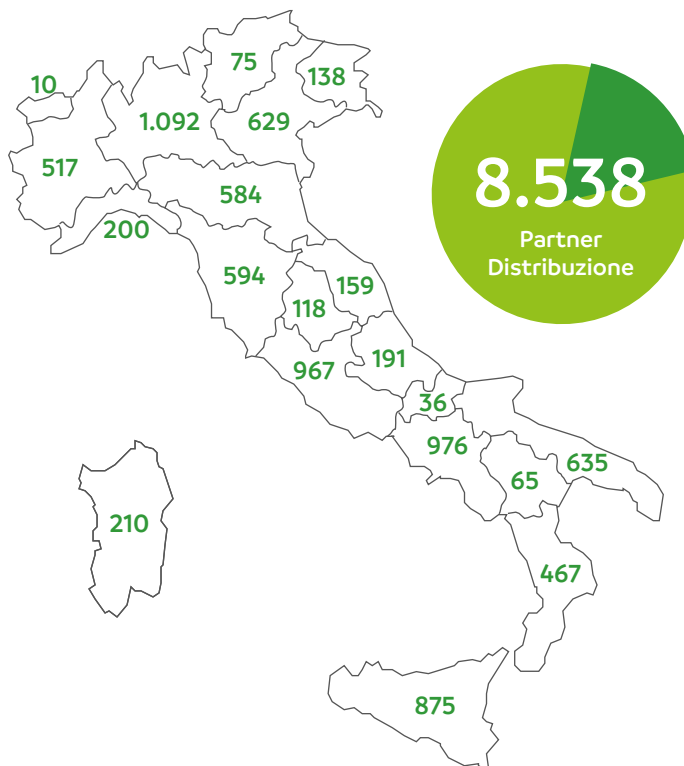




Partner del canale Distribuzione Coinvolgimento, formazione e dialogo

Nel corso del 2020, la rete commerciale ha effettuato 65.000 contatti (visite in store/telefonate/video conference) con i Partner commerciali del canale distribuzione, con l'obiettivo di mantenere sempre aggiornate le risorse che propongono il finanziamento. A supporto dell'attività di vendita del credito, sono state gestite circa 150.000 chiamate Inbound tramite i Partner Care dedicati. Findomestic, inoltre, mette a disposizione dei Partner una piattaforma e-learning sempre aggiornata, all'interno di un portale dedicato. Il piano di formazione erogato è finalizzato a trasferire ai Partner la conoscenza dei prodotti finanziari e le linee guida in tema di "Trasparenza Bancaria", "Antiriciclaggio" e "Credito Responsabile", per aiutarli a proporre il credito in maniera etica e commisurata alle esigenze del cliente.

Le difficoltà del contesto pandemico, che in alcuni periodi hanno reso impossibile o limitato l'attività frontale, sono state affrontate adattando il modello di servizio a modalità di comunicazione succedanea (telefono, mail, elearning, video-pills) in modo da assicurare la continuità del supporto a Partner e Clienti.



**Diminuzione
della produzione
nel Mercato
Distribuzione
rispetto al 2019**

Le strategie di Findomestic nel canale Distribuzione

Nel 2020 Findomestic ha consolidato la propria presenza nel Mercato Retail, raggiungendo una Quota di Mercato nel perimetro Assofin pari al 29%, in incremento rispetto all'anno precedente nonostante l'incertezza dovuta al contesto socio-economico. Questo grazie ad importanti investimenti finalizzati a consolidare relazioni commerciali già avviate e ad acquisire nuovi player strategici.

È ripresa la collaborazione con un'importante insegna del settore dell'Imbottito e sono state consolidate tutte le relazioni con i Top Partner, sia nei settori tradizionali (Eldom, Arredamento, DoItYourself) che nei mercati di sviluppo del credito (Telco, Habitat). Infine sono state attivate nuove collaborazioni con molti Partner che operano nel canale online.

Partner del canale Veicoli Coinvolgimento, formazione e dialogo

Nel 2020 i Partner commerciali del Mercato Veicoli hanno ricevuto 31.240 contatti (visite in store/telefonate/video conference) da parte degli Account, con una media di 3,23 contatti al giorno. Netamente inferiore rispetto all'anno precedente vista la situazione sanitaria che ha imposto grosse riduzioni di mobilità lavorativa. La loro programmazione è legata al modello di servizio della Banca e vengono pianificate per il lancio degli accordi siglati, lancio di promozioni, necessità di azioni di supporto o per lo sviluppo di prodotti particolari. Vengono inoltre messi a disposizione dei partner degli strumenti di dialogo a distanza, diversi a seconda dell'informazione da veicolare: il Portale Veicoli per comunicazioni immediate e dirette, il Web Marketing per comunicazioni verso su un certo numero di Partner, o direttamente tramite mailing dell'azienda. Considerando il periodo particolare vissuto nel 2020 legato alla pandemia, sono stati introdotti anche sistemi via web (sistemi di videoconferenza) per supportare le attività dei dealer anche per la vendita a distanza. Infine, è stato consolidato l'alto valore della rete Account specializzata come presidio primario dello sviluppo e della continuità delle relazioni con tutti i Dealer.

Le strategie di Findomestic nel canale Veicoli

La strategia del mercato veicoli si è dovuta adattare al nuovo contesto legato alla crisi pandemica. Dopo i primi due mesi in cui la strategia era stata impostata nell'ottica dello sviluppo e del consolidamento delle partnership esistenti, a partire dal mese di Marzo la strategia si è dovuta adattare al nuovo scenario. Findomestic ha anticipato le criticità supportando i Partner lungo tutta la catena del valore e supportato le fasce di clientela più impattate dalla crisi pandemica. La Banca ha accelerato il processo di

digitalizzazione ampliando le soluzioni di vendita a distanza per i Partner e siglando accordi con i più importanti player del settore digitale. È stato rinnovato l'accordo OEM Moto in scadenza nel 2020 ed è stata siglata la nuova partnership nel settore due ruote. Lato Top Dealer, sono state ulteriormente consolidate le partnership con i più importanti dealer del mercato automotive in Italia. Nel secondo semestre è significativamente aumentata la quantità dei veicoli elettrificati finanziati.



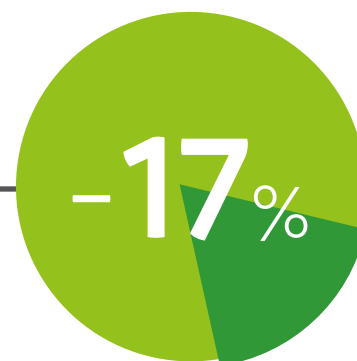
**Diminuzione
della produzione
nel Mercato Veicoli
rispetto al 2019**

I Partner bancari e le società di servizi

La Partnership con le Banche, che consente ai Partner di esternalizzare i servizi finanziari di credito alle famiglie, continua ad evolvere sulla base di strategie consolidate. Il perimetro di operatività vede il coinvolgimento di più di 14.000 sportelli e circa otto accordi di collaborazione, tra i quali Poste Italiane e Widiba, per la vendita del prestito personale tramite il canale fisico e web e BNL per la commercializzazione del prodotto carta. In quest'anno di emergenza pandemica, di particolare importanza è stato il supporto offerto ai clienti dei Partner nel poter effettuare la sospensione delle rate, in coerenza con il protocollo Assofin, e le iniziative di direct marketing e promozionali per agevolare la ripresa del credito alla fine del lockdown. Dal 2019 la partnership con Widiba, già attiva per i prestiti personali collocati dal canale fisico e web, si è arricchita con il prodotto installment, linea di credito per la rateizzazione delle spese addebitate sul conto corrente, al fine di fornire uno strumento aggiuntivo al cliente per la gestione del proprio budget di spesa. La partnership con BNL è caratterizzata dallo sviluppo della linea di prodotto carta, che da quest'anno si è evoluta in carta multifunzione, e delle sinergie corporate. Per BNL è stato

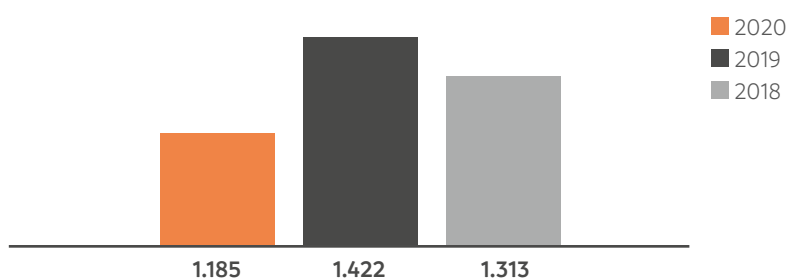
attivato inoltre il processo di vendita a distanza con firma digitale del contratto, al fine di agevolare la gestione dei clienti nel periodo della pandemia e attivare un processo di gestione omnicanale del cliente. Nell'ambito della gestione commerciale delle partnership rientra anche il mercato Bank@Work, attraverso il quale Findomestic ha sviluppato importanti accordi con aziende di primario standing con l'ampliamento e la personalizzazione della gamma prodotti a favore dei loro dipendenti o associati. In quest'anno particolare, sono stati integrati ulteriori supporti di comunicazione digitale per poter gestire ed animare la relazione a distanza. Tra le azioni in sinergia con altre società del Gruppo BNP Paribas rilevante è stato il lancio del programma WellMAKERS, il nuovo ecosistema welfare e sostenibilità, dedicato alle Aziende e al benessere dei loro Dipendenti. Il progetto rientra nel costante impegno verso la costruzione di un futuro migliore sia dal punto di vista ambientale che sociale. WellMAKERS by BNP Paribas mette a disposizione un'offerta innovativa, in un'unica convenzione, con un'ampia gamma di prodotti e servizi bancari, finanziari, assicurativi e relativi alla mobilità sostenibile.

Findomestic Banca collabora con



diminuzione della
produzione dei **partner
bancari** e delle **società
di servizi** rispetto al 2019

FATTURATO DEI PARTNER BANCARI (mln/€)



Coinvolgimento, formazione e dialogo

La Funzione Commerciale Findomestic, nell'ambito della propria attività, eroga un primo livello di formazione alla rete bancaria sui prodotti commercializzati, e all'occorrenza, per motivazioni specifiche, garantisce anche la prossimità sulla rete di filiali attraverso la Direzione Commerciale della Banca

e tramite l'organizzazione di video meeting con le filiali interessate. La struttura commerciale attivata tra la Filiale e il team studio di Findomestic permette di migliorare la relazione e garantisce assistenza e supporto al personale di filiale. Ciò comporta un miglioramento nella qualità delle richieste in entrata

ed una conseguente diminuzione delle percentuali di rifiuto. Inoltre, è assicurato un sistema di comunicazione con le filiali, attraverso un portale dedicato, all'interno del quale il Partner può accedere agli applicativi commerciali e trovare tutte le informazioni e le novità per la collaborazione.

Il monitoraggio della rete di vendita esterna

L'andamento del rapporto con la rete di vendita esterna (Partner commerciali convenzionati, Agenti in attività finanziaria, Partner bancari) è oggetto di monitoraggio e controllo continuativo. Tale attività si concretizza, in primo luogo, in fase di istruttoria delle richieste di finanziamento, a cura delle strutture operative, con la verifica della completa e corretta compilazione della documentazione contrattuale e della modulistica collegata. Inoltre, periodicamente, vengono effettuate analisi finalizzate ad evidenziare, mediante

l'elaborazione di indicatori statistici, l'andamento quantitativo e qualitativo della produzione, nonché le eventuali anomalie nell'operatività, e a verificare il permanere dei requisiti minimi previsti per la continuazione del rapporto di collaborazione.

Nel campo delle partnership continueranno le attività di fine-tuning per migliorare gli strumenti di front-end a disposizione delle reti di vendita e per la proposizione di prodotti che possano essere coerenti con l'impegno verso i temi della trasparenza e della sostenibilità.

I FORNITORI

Il processo di acquisizione di fornitori, in carico a BNL, è orientato alla trasparenza, collaborazione e all'osservanza delle previsioni di legge nel massimo rispetto dell'ambiente.

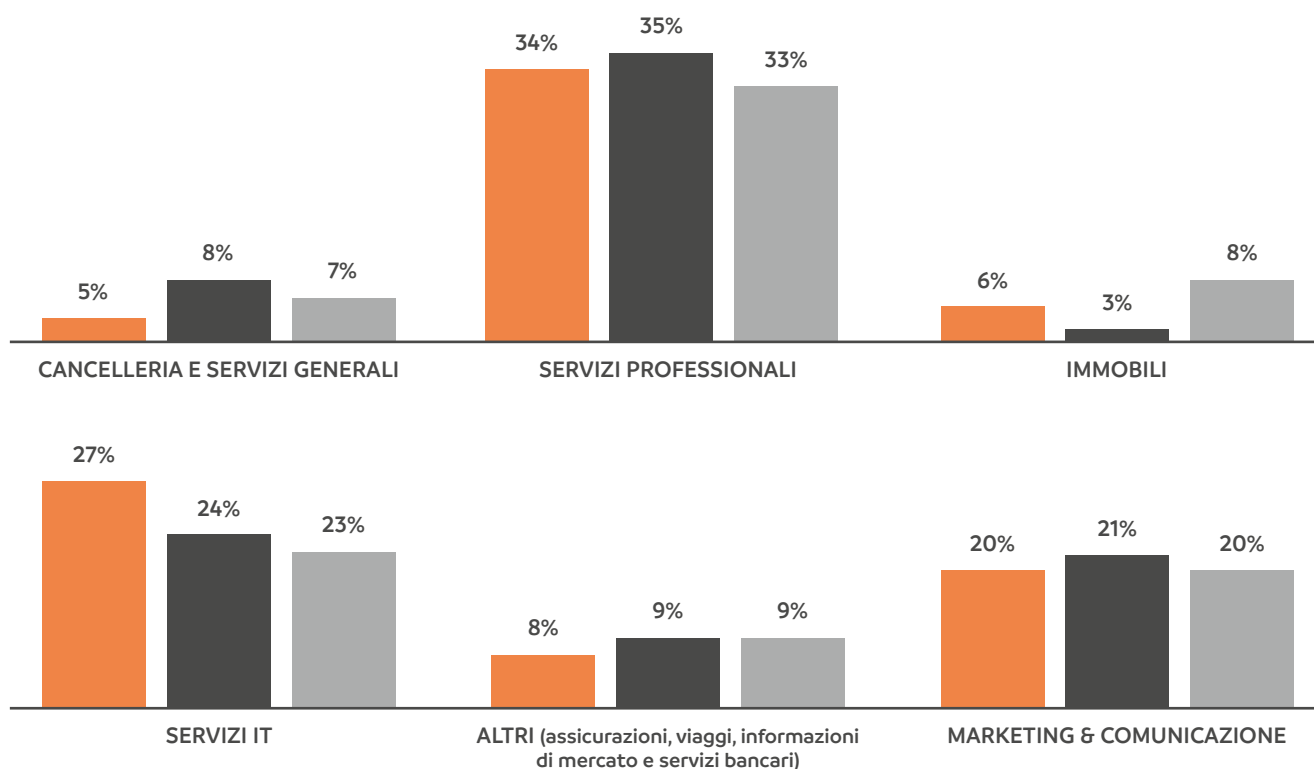
La selezione dei fornitori

Gli ordini di acquisto possono essere trasmessi solo a fornitori che rientrino nell'Albo Fornitori, il cui accreditamento avviene anche sulla base di criteri non prettamente economici, tra i quali ad esempio: la certificazione del sistema qualità o del prodotto, la valutazione diretta delle capacità del fornitore e del suo sistema qualità o prove effettuate su campioni del prodotto/servizio. Per i PSE (Prestatori di Servizi Essenziali) la procedura di accreditamento richiede anche la verifica del loro piano di continuità operativa (BCP) e le relative procedure di attivazione. Nel caso di rapporti di fornitura gestiti tramite gare d'appalto, un ulteriore parametro di selezione dei fornitori è la verifica dei parametri di responsabilità sociale e ambientale, attraverso la compilazione di un questionario.



GLI ACQUISTI DI BENI E SERVIZI DI FINDOMESTIC

2020 2019 2018



Il monitoraggio della relazione con il fornitore

L'attenzione riposta nel processo di selezione dei fornitori è accompagnata da una meticolosa attività di seguito delle prestazioni, formalizzata nella verifica di KPI concordati. Nel caso di risultati non soddisfacenti, è sempre attivato un dialogo con i fornitori per rientrare nello standard definito.



I PILASTRI DELLA RESPONSABILITÀ DI FINDOMESTIC E I RISULTATI RAGGIUNTI



PILASTRO CIVICO

*Essere esemplare
come azienda e come
datore di lavoro¹⁰*

2.763

dipendenti Findomestic
Banca

53%

presenza femminile in
azienda

98 mila

ore di formazione erogate

-58%

consumo di carta utilizzata
rispetto al 2012

94%

utilizzo di carta certificata per
uso interno ed esterno

-48%

riduzioni delle emissioni di
CO₂ rispetto al 2012



PILASTRO ECONOMICO

*Trasformare le nostre
attività, i nostri modelli
operativi e le nostre
offerte*

138 milioni €

utile record nell'esercizio

2,52%

costo del rischio della Banca

Oltre 631 milioni €

valore economico
distribuito agli stakeholder

100% online

cessione del quinto



PILASTRO SOCIALE

*Avere un impatto posi-
tivo al di là delle nostre
attività, nelle nostre
aree di competenza*

Oltre 179 mila €

dedicati ai progetti di
Educazione Finanziaria

Oltre 153 mila €

devoluti sponsorizzazioni a
fine sociale

Oltre 353 mila €

devoluti in libertà

Circa 3.910

alberi piantati nel mondo
grazie al progetto Foresta
Findomestic

Oltre 400 mila €

a supporto della Pandemia

10. Le variazioni percentuali sono effettuate rispetto alla baseline 2012, in linea con gli obiettivi di BNP Paribas

PILASTRO CIVICO

Essere esemplari come azienda e datore di lavoro



- **Creare un ambiente di lavoro sostenibile, equo e inclusivo**, raggiungendo la totale parità tra i sessi e includendo tutta la diversità all'interno dei nostri team; implementando processi e azioni di gestione e sviluppo esemplari e facendo affidamento su un'organizzazione del lavoro flessibile che soddisfi le aspettative degli stili di vita dei nostri collaboratori.
- **Avere un impatto neutro sull'ambiente**, riducendo le emissioni di CO₂ delle nostre attività dirette e il nostro consumo di energia.

SDGs



In Findomestic, le persone sono un fattore chiave per il successo e per la sostenibilità dell'azienda nel tempo. Adottando una visione di lungo periodo, la Banca investe nello sviluppo dei dipendenti e dei collaboratori sia mediante la crescita di professionalità interne che, talvolta, attraverso l'inserimento di competenze esterne su settori ad elevato livello di specializzazione.

Findomestic Banca da sempre crede fortemente nei suoi dipendenti e pone al centro della sua strategia la creazione di un ambiente di lavoro motivante, dinamico e capace di mettere in risalto i differenti profili professionali, al fine di gestire al meglio il personale e i collaboratori. Coerentemente a ciò, ed in linea con la strategia del Gruppo BNP Paribas, Findomestic ha approvato un ambizioso Piano basato su tre cantieri principali:

- *Strategic Workforce Planning;*
- *Esperienza trasversale dei collaboratori;*
- *Employee Relationship Management.*

Il primo cantiere si concentra sulla necessità di realizzare una mappatura dinamica delle competenze per

anticipare le esigenze future, definire un piano formativo per colmare i gap, ottimizzare il processo di selezione e individuare le competenze digitali presenti e future; il secondo "Esperienza trasversale dei collaboratori", riguarda invece un'analisi dei temi di natura trasversale, ad elevato impatto sulla motivazione e sulla valorizzazione delle risorse, che ridefinisca il processo di valutazione delle performance dei dipendenti e dei manager; infine, l'*Employee Relationship Management* mira ad introdurre un modello di interazione tra i dipendenti e la Banca più interattivo e fondato sulle competenze e aspettative di sviluppo professionale, tutto ciò grazie all'introduzione di strumenti innovativi (tra cui My Mobility e About Me).

LA VISION HR DI FINDOMESTIC

Vogliamo essere la direzione che in maniera agile, innovativa e digitale mette i collaboratori al centro di tutte le sue attività curandone lo sviluppo, valorizzandone le potenzialità ed il merito; ma anche la direzione che realizza, in partnership con le altre direzioni, il piano findomestic 2020 e la digital transformation della banca.



Obiettivo della Banca è quindi far fronte ad un contesto in rapida evoluzione con progetti strategici che consentano di sviluppare ed individuare le nuove competenze necessarie per raggiungere i traguardi strategici prefissati. Oltre a ciò, Findomestic vuole impegnarsi per accompagnare le persone in tutti i momenti chiave della loro vita professionale attraverso un maggior supporto e una forte sensibilizzazione sui valori dell'inclusione e la valorizzazione delle diversità.

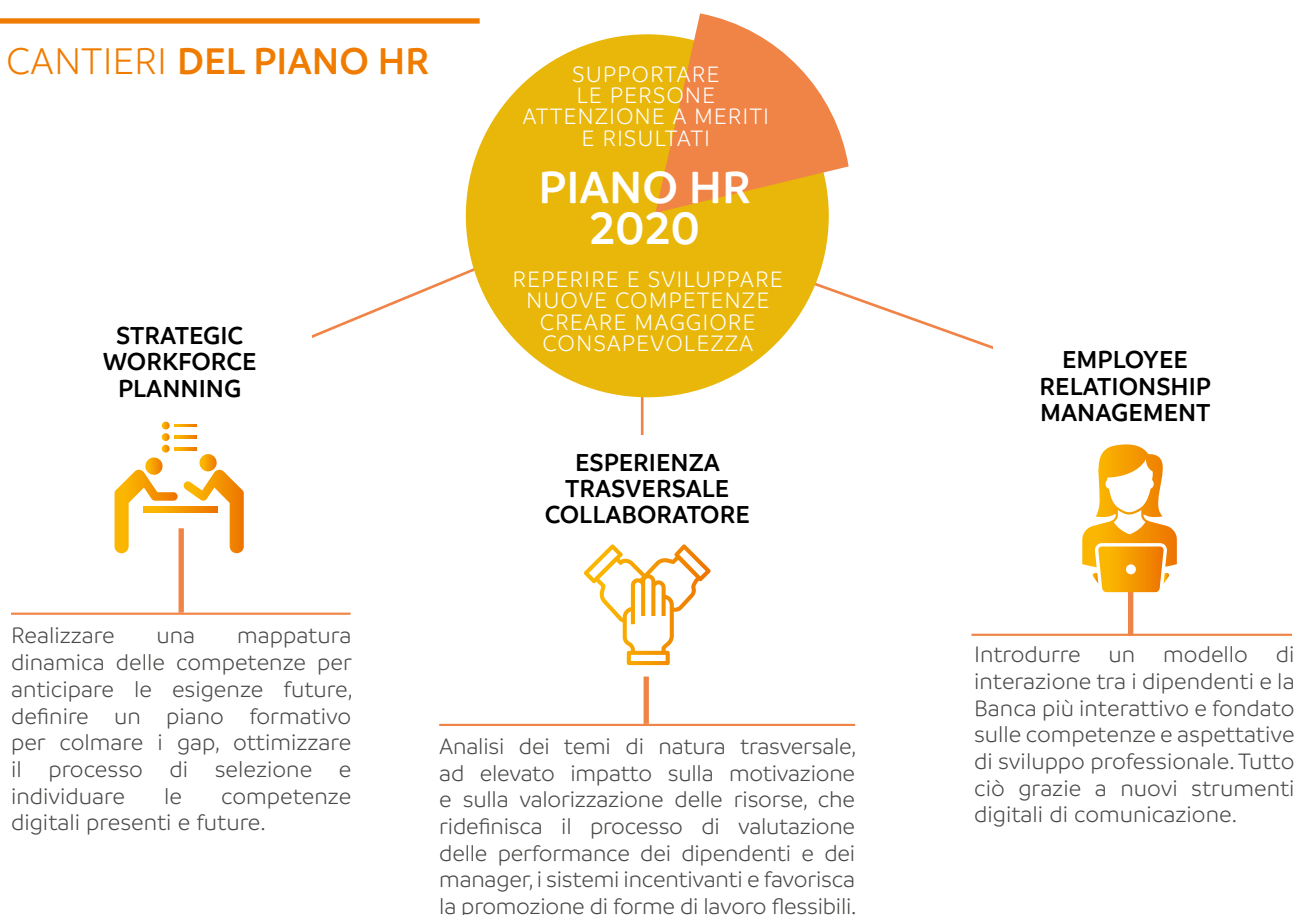
Tutte le attività "per la cura dei dipendenti" svolte da Findomestic si ispirano alle Leadership Guidelines del Gruppo BNP Paribas: dare un senso all'ambizione collettiva, rafforzare la trasversalità e la cooperazione, sviluppare la fiducia, promuovere l'innovazione e l'agilità.



L'OBIETTIVO DI FINDOMESTIC NELLA GESTIONE DELLE PERSONE

Sviluppiamo le qualità di tutte le nostre persone e favoriamo l'inclusione, valorizzando le diversità. Agevoliamo l'innovazione e guidiamo l'evoluzione culturale e manageriale. Facilitiamo il raggiungimento dei risultati e la soddisfazione di ognuno di noi nel rispetto delle regole. Siamo il partner strategico per il business.

I CANTIERI DEL PIANO HR



RICONOSCIMENTI DI FINDOMESTIC IN AMBITO HR

Gli ultimi anni sono stati speciali per Findomestic, abbiamo ricevuto numerosi riconoscimenti:



Great Place To Work Italia

Ogni anno il Great Place to Work Institute premia le migliori aziende per la qualità del loro ambiente di lavoro: senso di appartenenza e orgoglio per il proprio lavoro sono alcuni dei temi su cui si sono espressi i nostri collaboratori, il cui parere è stato decisivo per questo riconoscimento. Dal 2018 Findomestic è riconosciuta Great Place To Work ed è stata parte, a più riprese, delle classifiche Best Workplaces Italia e Best Workplaces for Millennials.

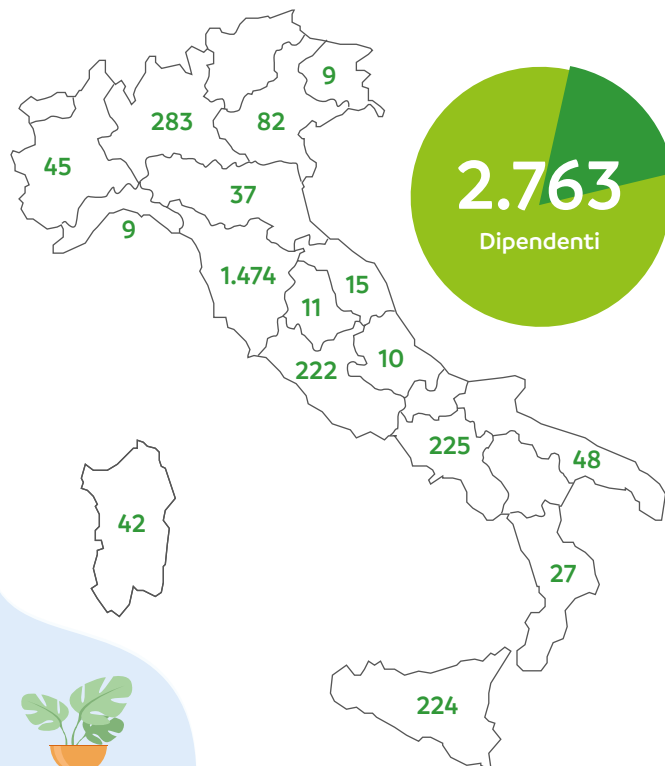
Top Employer Italia ed Europa

La ricerca annuale condotta da Top Employers Institute certifica le più grandi aziende al mondo per la qualità delle loro strategie HR: quelle che integrano, formano e sviluppano i talenti a ogni livello aziendale, che offrono eccellenti condizioni di lavoro e che si sforzano costantemente di migliorare e ottimizzare le loro pratiche nel campo delle risorse umane. Dal 2017 Findomestic è certificata Top Employer Italia (7° su 112 aziende nel 2021) ed Europa.

CHI SONO I DIPENDENTI DI FINDOMESTIC

Nel 2020 l'organico di Findomestic conta 2.763 persone, di cui circa l'91% con contratti a tempo indeterminato ed il 53% rappresentato da donne; durante l'anno, sono stati trasformati ben 34 contratti da tempo determinato a tempo indeterminato.

SUDDIVISIONE TERRITORIALE DEI DIPENDENTI



90%

Personale assunto a tempo indeterminato

53%

Presenza femminile in azienda

59%

Dipendenti in possesso di laurea

Sono stati trasformati ben 34 contratti da tempo determinato a tempo indeterminato



DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E PER GENERE	2020	2019	2018
Contratti a tempo indeterminato	2.523	2.496	2.297
<i>di cui donne</i>	53%	52%	51%
Contratti a tempo determinato ¹¹	240	287	351
<i>di cui donne</i>	56%	58%	62%
TOTALE	2.763	2.783	2.648
<i>di cui donne</i>	53%	53%	53%
Contratti di somministrazione	2	11	10
<i>di cui donne</i>	100%	54%	80%
Stagisti	3	5	2
<i>di cui donne</i>	33%	60%	50%
NUMERO DI CONTRATTI TRASFORMATI DA TEMPO DETERMINATO AD INDETERMINATO			
Numero di contratti trasformati da tempo determinato a indeterminato	34	99	167

NUMERO DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER AREA DI INQUADRAMENTO E GENERE	2020	2019	2018
Aree professionali	2.048	2.120	2.035
<i>di cui donne</i>	60%	60%	60%
Quadri	664	618	566
<i>di cui donne</i>	33%	33%	32%
Dirigenti	51	45	47
<i>di cui donne</i>	16%	15%	15%
TOTALE	2.763	2.783	2.648

11. include i contratti di inserimento

FASCE DI ETÀ DEL PERSONALE DIPENDENTE			
18 – 25	31	84	92
26 – 35	716	727	713
36 – 45	695	838	925
Oltre i 45	1.321	1.134	918
TOTALE	2.763	2.783	2.648
ETÀ MEDIA DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE			
Dirigenti	55	55	54
Quadri	50	50	49
Aree professionali	40	39	39
ETÀ MEDIA TOTALE	48	48	47
ANZIANITÀ DEI DIPENDENTI			
Fino a 10 anni	740	1.074	1.014
Da 11 a 20 anni	1.053	866	1.055
Oltre i 20 anni	970	843	579
TOTALE	2.763	2.783	2.648
LIVELLO DI ISTRUZIONE DEI DIPENDENTI ¹²			
Diploma	1.092	1.092	1.035
Laurea	1.634	1.652	1.587
<i>di cui lauree in ambito economico/giuridico/socio-politico</i>	<i>77%</i>	<i>82%</i>	<i>75%</i>



La maggior parte dei dipendenti lavora al centro, in particolare in Toscana, ed è impiegata nella Direzione Centrale e negli uffici operativi di Firenze, nelle altre aree risulta equamente distribuita.

TOTALE DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA E PER GENERE	2019	2019	2018
Nord	465	439	386
<i>di cui donne</i>	<i>57%</i>	<i>57%</i>	<i>61%</i>
Centro ¹³	1.732	1.773	1.751
<i>di cui donne</i>	<i>53%</i>	<i>53%</i>	<i>50%</i>
Sud e Isole	566	571	511
<i>di cui donne</i>	<i>51%</i>	<i>51%</i>	<i>58%</i>
TOTALE	2.763	2.783	2.648

12. 37 risorse hanno un titolo di studio inferiore

13. il personale commerciale in mobilità è considerato in Toscana, in quanto Firenze è la sede amministrativa di appartenenza

LA RICERCA DEI TALENTI

L'iter di selezione di Findomestic Banca si basa sui principi stabili dalla policy "BNP Paribas Recruitment Worldwide Organization and Process Guidelines" i quali fanno dell'equità e della lotta alla discriminazione gli assi portanti di tutto il processo di recruiting.

Durante il periodo dell'emergenza sanitaria Covid, per garantire la continuità operativa della Banca e gli inserimenti negli uffici, Findomestic ha rivoluzionato il modo di fare selezione tramite la messa a terra di una piattaforma che permette ai candidati di vivere un'esperienza 100% digitale: dal test iniziale fino alla web call con il recruiter.

Questa pratica è stata riconosciuta dal Top Employers Institute Italia come una delle migliori Best Practice HR del 2020, scelta fra le centinaia di aziende che partecipano.

Da marzo a dicembre oltre 1.000 millennials hanno partecipato all'intero processo di selezione, con un tasso di soddisfazione superiore al 70%.

Fino al 2019 il percorso prevedeva tre step di selezione: test su tablet in aula, prove di gruppo e colloquio individuale. A gennaio 2020, sono stati resi disponibili test on demand eseguibili da remoto. L'obiettivo era di permettere ai recruiter di avere un approccio personalizzato, portando in aula soltanto i candidati che avevano superato

il primo step di selezione. Al tempo si pensava ad un progetto da realizzare nel corso del 2020 mirato alla digitalizzazione dell'intero processo di selezione. A fine febbraio però, l'emergenza sanitaria ha indotto un'imprevista accelerazione che ha permesso di completare la realizzazione del «Remote Recruiting Process» in tempi immediati.

A marzo 2020, il nuovo iter di selezione, 100% digitale, è andato quindi in produzione, permettendo ai candidati di affrontare i diversi step (test attitudinali, survey online e web call con il recruiter) attraverso un'unica piattaforma, ideata in modalità Test & Learn. Il «Remote Recruiting Process» ha permesso di raggiungere gli obiettivi in termini di semplificazione dell'esperienza del candidato, riduzione dei tempi grazie ad un processo automatizzato, una maggior protezione dei dati sensibili, la tutela dell'ambiente con un sistema completamente paperless e soprattutto restituire l'immagine di una banca innovativa.

30.000 mila
candidature ricevute

18 giornate di
selezione (pre Covid)

1.238 colloqui
svolti via Web

2 stage attivati con la
collaborazione dei Centri
per l'impiego a Firenze

4 edizioni di HR
Focus Point dedicate
ai dipendenti a tempo
determinato (pre Covid)

178 Assessment
online

Circa **1.400**
persone contattate

**Il Remote
Recruiting
Process**
riconosciuto
fra le migliori
Best Practice
HR 2020!

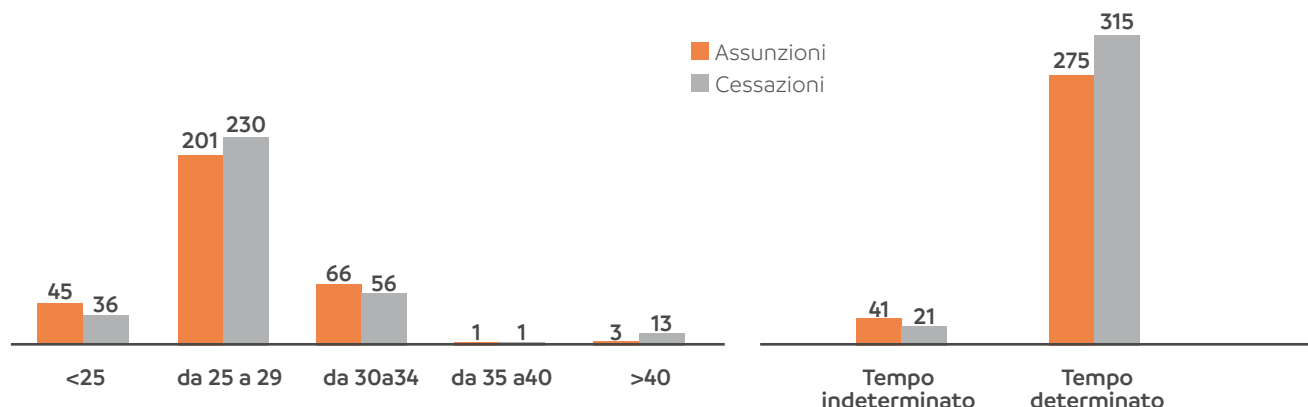
NUMERO DI ASSUNZIONI PER CONTRATTO E GENERE	2020	2019	2018
Assunzioni con contratto a tempo indeterminato	41	228	167
di cui donne	44%	63%	63%
Assunzioni con contratto a tempo determinato	275	397	513
di cui donne	60%	59%	62%
TOTALE	316	625	680
di cui donne	58%	60%	62%
NUMERO DI ASSUNZIONI PER FASCIA DI ETÀ			
< 25	45	39	78
da 25 a 29	201	342	527
da 30 a 34	66	151	68
da 35 a 40	1	16	7
> 40	3	77	0
TOTALE	316	625	680

NUMERO DI ASSUNZIONI PER SUDDIVISIONE TERRITORIALE			
Nord	53	109	135
Centro	180	390	408
Sud e Isole	83	126	137
TOTALE	316	625	680

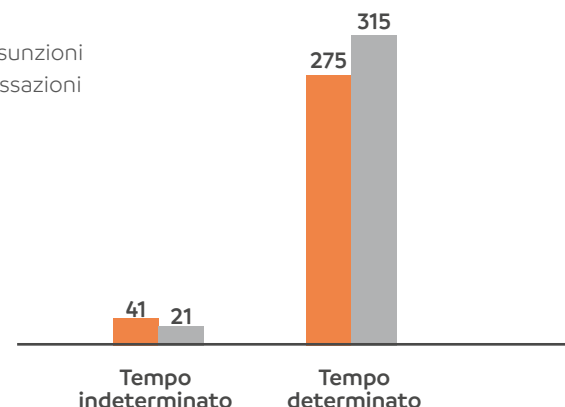
NUMERO DI CESSAZIONI PER CONTRATTO E GENERE	2020	2019	2018
Cessazioni di contratti a tempo indeterminato	21	32	19
<i>di cui donne</i>	43%	31%	32%
Cessazioni di contratti a tempo determinato	315	457	473
<i>di cui donne</i>	61%	62%	62%
TOTALE	336	489	492
<i>di cui donne</i>	60%	60%	61%
NUMERO DI CESSAZIONI PER MOTIVAZIONE E GENERE			
Dimissioni volontarie	59	86	65
<i>di cui donne</i>	54%	43%	47%
Scadenza contratto	267	394	418
<i>di cui donne</i>	62%	64%	64%
Passaggio ad altra Società del Gruppo	0	0	1
<i>di cui donne</i>	0%	0%	0%
Licenziamento	0	2	1
<i>di cui donne</i>	0%	50%	0%
Non superamento periodo prova	9	5	6
<i>di cui donne</i>	44%	60%	50%
Decesso	1	2	2
<i>di cui donne</i>	100%	50%	50%
TOTALE	336	489	492

NUMERO DI CESSAZIONI PER FASCIA DI ETÀ			
< 25	36	39	24
da 25 a 29	230	344	352
da 30 a 34	56	85	105
da 35 a 40	1	2	5
> 40	13	19	6
TOTALE	336	489	492
NUMERO DI CESSAZIONI PER SUDDIVISIONE TERRITORIALE			
Nord	62	88	265
Centro	176	291	112
Sud e Isole	98	110	115
TOTALE	336	489	492
TASSO DI TURNOVER			
<i>Tasso di turnover</i>	12,2%	17,6%	18,6%

ASSUNZIONI E CESSAZIONI PER FASCE D'ETÀ



ASSUNZIONI E CESSAZIONI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE



LA VALUTAZIONE DEL PERSONALE E LO SVILUPPO PROFESSIONALE

La politica di sviluppo professionale di Findomestic è un processo strategico che ogni anno coinvolge trasversalmente tutta la Banca appoggiandosi ai risultati della Global People Survey e del Great Place to Work Survey, nonché alle strategie del Gruppo BNP Paribas.

EVOLUZIONE DELLE CARRIERE	2020	2019	2018
Totale numero di avanzamenti di livello	275	297	564
di cui donne	42%	50%	60%
Totale numero di passaggi di categoria (da aree professionali a quadri direttivi)	52	36	24
di cui donne	31%	50%	25%
Totale nomine di dirigenti provenienti da percorsi di carriera interni	0	0	0
di cui donne	0%	0%	0%

La gestione delle prestazioni

Il processo di Gestione delle Prestazioni dal 2020 è stato spostato sul nuovo tool del Gruppo BNPParibas: About me. Il nuovo tool di Gruppo non è dedicato solo alla gestione delle Prestazioni, ma raccoglie tutte le informazioni e le funzionalità utili al Manager e al Collaboratore per agevolare lo scambio continuo di feedback, condividere gli obiettivi di sviluppo professionale, censire le competenze già acquisite e quelle da sviluppare nel futuro, e inserire e monitorare le azioni di sviluppo da

mettere a terra nell'anno.

Il nuovo Processo di Gestione delle Prestazioni si inserisce proprio in questo cambio culturale, che è volto a rendere ancora più trasparente, continuo e fluido il rapporto tra Manager e Collaboratore, in quanto il tool prevede proprio la massima trasparenza e responsabilità da entrambi i ruoli.

Il processo di "gestione delle prestazioni" rimane sempre lo strumento mediante il quale Findomestic monitora e valuta con cadenza annuale il contributo personale ai

risultati attesi dal ruolo. Il processo è esteso a tutto il personale aziendale a tempo indeterminato ed è un momento di condivisione con il proprio responsabile della crescita personale e professionale di ciascuna risorsa. Al fine di adeguare il processo al nuovo tool di Gruppo About me, che ha come 4 pilastri la Trasparenza, la Trasversalità, la Semplicità e la Fiducia, gli obiettivi di valutazione sono stati completamente rivisti e semplificati. Tutti i collaboratori di Findomestic hanno due

obiettivi di valutazione trasversali che raccolgono i valori del Gruppo; Il primo di Apertura e Inclusion, e il secondo di Compliance Rischi e Data Protection. I collaboratori del Business hanno poi tre obiettivi predefiniti: Copertura del Ruolo, Risultati Operativi e Soddisfazione del Cliente/Interlocutore, non modificabili dai Manager. Tutti i ruoli funzionali, oltre ai due obiettivi trasversali, hanno invece un minimo di tre obiettivi individuali definiti dal Manager o proposti dallo stesso collaboratore.

Il processo di valutazione è molto semplice, all'apertura della campagna di valutazione il Manager valuterà i singoli obiettivi già inseriti

e condivisi con il collaboratore su About Me, aggiungerà un commento e inserirà lui stesso il punteggio globale della valutazione, che non sarà più frutto di un algoritmo, ma sarà deciso e inserito dallo stesso Manager in coerenza con il punteggio dei singoli obiettivi e ben motivato. Se necessario potrà richiedere un commento integrativo della valutazione ad un Manager co-valutatore, soprattutto nei casi in cui il collaboratore nell'anno abbia cambiato posizione e Manager. Con About me la finestra di valutazione è più breve, proprio perché il Manager, da metà Novembre a fine Gennaio, ha completa autonomia sulle tempistiche

della valutazione e del colloquio.

A chiusura della valutazione non verrà più inserita la competenza da sviluppare. Il processo di condivisione del Piano di Sviluppo, è stato separato dal momento della valutazione per dedicargli uno specifico colloquio che verrà effettuato a Febbraio, definito di Sviluppo. In questo nuovo colloquio Manager e collaboratore condivideranno i nuovi obiettivi di valutazione, e il collaboratore sceglierà insieme al proprio Manager le competenze da Sviluppare nell'anno e le azioni di sviluppo per lavorare su quelle stesse competenze, completando il proprio Piano di Sviluppo con l'iscrizione ad un percorso formativo.



La gestione individuale e lo sviluppo professionale

Per Findomestic Banca, la gestione individuale di sviluppo è lo strumento che consente di legare tra loro i bisogni dei diversi attori organizzativi, vale a dire i dipendenti, i responsabili e l'azienda. I dipendenti hanno infatti necessità di fare chiarezza sulle prospettive individuali, sulle proprie competenze, nonché sulle opportunità di mobilità, di crescita professionale e di carriera; i responsabili necessitano di competenze adeguate per raggiungere gli obiettivi assegnati alle proprie strutture organizzative e di un supporto gestionale per lo sviluppo delle loro risorse; ed infine l'azienda, nel suo complesso, intende far evolvere le competenze delle persone in funzione della sua evoluzione strategica ed operativa. In risposta a tali necessità, nel 2020 sono stati effettuati 433 colloqui individuali di sviluppo con altrettante

risorse, che hanno consentito di dare continuità e seguito alle esigenze espresse dai dipendenti nonché ai piani di azione e di sviluppo delle competenze concordati in occasione dei colloqui precedenti.

Oltre a questi, sono stati svolti circa 438 tra colloqui relativi a dimissioni, rientri da assenze lunghe (maternità e/o malattie gravi), situazioni gestionali o su richieste specifiche dei dipendenti.

317 sono stati gli incontri di People Focus, che rappresentano un momento di incontro tra gestore individuale e manager diretto atto a fare il punto della situazione gestionale e di clima del team e ad affrontare per ciascuna risorsa il livello di competenze possedute, le aspirazioni, il piano di sviluppo, le possibili mobilità trasversali e/o evolutive.

844 colloqui

di sviluppo professionale

317 incontri

di People Focus

14 HR Highlights**278 Incontri**a supporto dei Manager
per l'emergenza Covid-19**133 Persone** coinvolte
nel programma Key People**56 Persone** coinvolte
in sessioni di Assessment

278, infine, sono state le digital interview a supporto dei Manager per far fronte all'emergenza Covid-19.

Quanto emerso e raccolto durante l'anno viene sintetizzato e presentato alle Direzioni in occasione degli HR Highlights (14 effettuati nel 2020) che hanno la funzione di verificare la coerenza tra quanto proposto sulle singole persone dalle Direzioni e le strategie della Direzione Risorse Umane. I responsabili, inoltre, mantengono un confronto periodico e costante sulle necessità di sviluppo o inserimento di competenze adeguate nei rispettivi team, sulla situazione gestionale complessiva delle unità di loro competenza e sugli specifici fabbisogni formativi e di sviluppo per i singoli collaboratori.

Infine, accanto alla gestione individuale di sviluppo, è presente il Talent Management, una struttura dedicata all'individuazione di figure "potenziali" all'interno dell'azienda, che, attraverso un processo strutturato e sistematico, possono sviluppare competenze idonee al raggiungimento di livelli superiori di responsabilità e complessità. La struttura ha permesso di selezionare nel 2020, 56 risorse da coinvolgere in sessioni di assessment center (standard e manageriale) e 133 persone che nell'ambito dei Programmi Key People hanno partecipato a specifiche attività locali come il Programma Key Resources 2020 (alcuni esempi di eventi sono: lo Smart Mentoring, il Feedcafé e lo Scenario) o internazionali (ma in versione digital) come il Programma LFT (tra cui: Talent Act, Active Inclusion, Harvard Spark) con la finalità dello sviluppo delle risorse personali, di quelle comportamentali e delle competenze. Ai due programmi appena citati si somma il Programma X Potential, promosso dalle entità del Gruppo BNPP presenti in Italia con la finalità di promuovere la mobilità infragruppo. A questo programma nel 2019 e 2020 hanno partecipato 30 persone di cui 4 di Findomestic.



La formazione

Fattore decisivo per il conseguimento degli obiettivi strategici aziendali è la crescita continua dei dipendenti della Banca attraverso le attività di formazione del personale.

Durante tutto il 2020 tutta l'attività di formazione malgrado la pandemia, non si è mai fermata. L'attività di formazione e sviluppo si è sviluppata in due fasi:

1. Prima fase dell'emergenza (aprile-giugno): è stata sviluppata una pagina in Echonet per supportare manager nella gestione dei collaboratori. All'interno della pagina erano presenti, video, pillole tutorial per la gestione delle equipe e vademecum. Inoltre abbiamo offerto a tutti i manager la possibilità di accedere ad un percorso di coaching on line (con coach esterni), per avere un supporto e un contributo nella gestione e animazione dei collaboratori in un momento di fortissima fragilità emotiva.

2. Seconda fase dell'emergenza: in brevissimo tempo, tutta l'offerta formativa per lo sviluppo di competenze trasversali, è stata riprogettata in modalità digitale. E' stato lanciato con questa modalità il programma *Improve* che offre più di 20 percorsi diversi per lo sviluppo di competenze comportamentali e trasversali permettendo a più di 700 colleghi di seguire la propria formazione con modalità digitale, per la prima volta scelta in autonomia in funzione del proprio Piano di Sviluppo. Idem per i corsi di lingua e per tutti quei programmi di accompagnamento e supporto al business in cui l'obiettivo formativo ha trovato una sua realizzazione con queste nuove modalità. Con l'occasione, i colleghi sono stati formati anche sull'utilizzo di strumenti digitali quali Skype e Webex fondamentali per accedere alle sessioni.

Il 2020 ha visto anche il lancio del nuovo programma manageriale di Findomestic sempre tutto in modalità digitale "About Manager". Tale programma si ispira alla filosofia del Manager Umanista dove gli è consapevole e responsabile del proprio autosviluppo e crescita, promotore e sostenitore dell'autosviluppo e crescita dei suoi collaboratori. Il programma non definisce un percorso unico di sviluppo/evoluzione per tutti, ma propone un ventaglio di opportunità/stimoli/occasioni che rafforzano le Leadership Guide Lines (modello manageriale di Gruppo) e le competenze funzionali alle nuove sfide di Findomestic. È il Manager che sceglie come costruire il suo percorso, in linea con la logica di About me, tool di Gruppo. I manager stimolati attraverso una serie di streaming (5 nel 2020), hanno potuto conoscere l'offerta di seminari del programma e attraverso una App, scegliere le sessioni di formazione manageriale alle quali iscriversi. Da giugno a dicembre 2020 sono state erogate 80 sessioni manageriali per un totale di 2.900 ore di formazione in aule live digitali. Sempre con questa nuova modalità di erogazione è continuato il programma a supporto della trasformazione Agile della IT e il progetto legato all'utilizzo del linguaggio di genere "Che genere di parole", un workshop

che permette di riflettere sull'utilizzo del linguaggio e sul suo impatto nella gestione della diversità di genere. Inoltre di notevole rilevanza nel secondo semestre, la ripresa della formazione sul conto corrente Daily Banking con tre diversi moduli che ha coinvolto tutta la rete vendita e la rete agenti con 26 sessioni di formazione e circa 800 partecipazioni.



ORE DI FORMAZIONE PER AREE DI INQUADRAMENTO	2020	2019	2018
Aree professionali	73.953	104.287	119.663
Quadri	22.298	29.942	37.997
Dirigenti	2.232	1.827	4.185
TOTALE	98.483	136.055	161.845
ORE DI FORMAZIONE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO			
Contratti a tempo indeterminato	78.792	114.334	130.263
Contratti a tempo determinato	19.691	21.721	31.582
TOTALE	98.483	136.055	161.845
ORE DI FORMAZIONE PER GENERE			
Donne	53.727	73.484	85.646
Uomini	44.756	62.572	76.199
TOTALE	98.483	136.055	161.845
ORE DI FORMAZIONE PER SEDE DI LAVORO			
Agenzie commerciali	35.581	51.144	61.526
Uffici operativi	24.117	29.612	35.676
Rete account	6.238	9.363	14.128
Direzione centrale, sede e uffici operativi di Firenze	32.546	45.936	50.514
TOTALE	98.483	136.055	161.845
MEDIA PRO-CAPITE DELLE ORE DI FORMAZIONE			
Media pro-capite delle ore di formazione	32,7	42,8	53
di cui donne	33,3	42,7	53

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

La creazione di un ambiente di lavoro sempre più inclusivo è una prerogativa della Banca. Inoltre, Findomestic si pone anche l'obiettivo di migliorare la "work-life balance" per consentire di conciliare al meglio vita lavorativa e privata. Nel 2020 è stato attivato il remote working per l'87% della

popolazione aziendale durante il lockdown ed è stato avviato un tavolo di lavoro post pandemia, grazie al quale sono state stabilite delle turnazioni che prevedono una settimana in presenza in ufficio ed una da remoto.

Molte sono state le azioni a sostegno dei collaboratori e delle proprie

famiglie durante la pandemia:

- possibilità di lavorare in remote working durante il periodo estivo e durante il periodo di chiusura delle scuole nel periodo natalizio;
- possibilità di fruire di 2 giorni di smart working anche nella settimana in presenza in ufficio.

NUMERO DEI DIPENDENTI PER AREA DI INQUADRAMENTO E TIPO DI IMPIEGO	2020	2019	2018
Aree professionali	2.048	2.120	2.035
di cui part time	26%	24%	25%
Quadri	664	618	566
di cui part time	6%	7%	7%
Dirigenti	51	45	47
di cui part time	0%	0%	0%
TOTALE	2.763	2.783	2.648
di cui part time	21%	20%	20%

Altro obiettivo di Findomestic Banca è quello di favorire la mobilità all'interno del Gruppo BNP Paribas al fine di valorizzare le competenze e le aspettative del percorso lavorativo dei collaboratori. Proseguono le pubblicazioni delle posizioni aperte sul tool My Mobility con relativo piano di comunicazione sul primo piano di Echonet ed è in corso di potenziamento del piano di comunicazione. È stata confermata, inoltre, la partecipazione annuale ai Mobility Days di Gruppo.

Il valore della Diversity

L'attività del 2020 si è concentrata principalmente su 4 filoni: violenza di genere e sessismo, orientamento sessuale e affettivo, disabilità e differenze tra i generi. Figura centrale della Governance della Diversità e Inclusione è quella del **Diversity Officer**¹⁴ il quale prosegue le proprie attività sia a livello interno che a livello internazionale (grazie alla community dei Diversity Officer & People Care). Sono proseguiti infatti anche gli incontri trimestrali del Comitato Diversità e Inclusione per la definizione della strategia e delle linee guida e per la messa a terra delle azioni ed è stata lanciata la sezione Echonet dedicata con tutte le informazioni utili su tale tematica suddivise per macro-area.



¹⁴. Figura nata a settembre 2018, agisce come canale di informazione (verso l'alto, verso il basso e trasversalmente), è centro di raccolta delle azioni e dell'attuazione del modello di funzionamento, coordina, sotto il governo del Comitato Diversità e Inclusione di Findomestic Banca Spa, le azioni del proprio perimetro di riferimento, assicura la traduzione operativa della strategia e degli obiettivi monitorati e diffonde a cascata le informazioni sulla Diversità.

Nel corso del 2020 sono state portate avanti una serie di iniziative di seguito descritte:

1. Violenza di genere e sessismo: sono state realizzate 3 edizioni del corso manageriale “Che genere di parole” sull'utilizzo del linguaggio sessista. È terminato il ciclo di incontri sulle molestie in ambito professionale in collaborazione con Valore D per sensibilizzare i collaboratori, aiutarli a distinguere ciò che è molestia da ciò che non è molestia ed aiutarli ad individuare i segnali tipici della molestia. È stato rivisto il Circuito interno di segnalazione delle molestie con l'introduzione di uno spazio specifico dedicato alle molestie sessuali (verbali e non) e il coinvolgimento, come possibili parti attive e passive, dei nostri fornitori, stagisti, VIE (Volontariat International en Entreprise), consulenti ecc. ed è stata prevista l'introduzione di un percorso di sensibilizzazione verso i nostri fornitori. Sono ripresi gli incontri sulla violenza di genere in ambito domestico con particolare riferimento al periodo del lockdown con il centro antiviolenza Artemisia ed è stata svolta la giornata mondiale contro la violenza di genere (25 novembre) con l'incontro «Con voce di donna» con Daniela Morozzi, l'avvocato Marina Capponi, Chiara Riondino, l'avvocato Amelia Vetrone e la Dottoressa Alessandra Schiavon. È stata potenziata la casella di posta dedicata alla segnalazione delle molestie: sos@findomestic.com.



2. Orientamento affettivo e sessuale: su tale tema prosegue la collaborazione con Parks. È stata celebrata la Giornata mondiale contro l'omofobia e la transfobia con un arcobaleno umano di colleghi postato su LinkedIn e slogan dedicato e la partecipazione all'evento organizzato da Parks IDAHOT l'inclusione non si ferma. Sono ripresi i workshop in format digitale con Parks “Come costruire una rete efficace di alleati”; e a settembre hanno preso avvio i lavori per la costituzione di una rete network LGBT. A giugno Findomestic ha partecipato per la prima volta al Pride Italia in modo virtuale. Il direttore esecutivo di Parks, Igor Suran, ha effettuato un intervento in Comitato di Direzione sulla Leadership inclusiva. Inoltre Findomestic ha partecipato all'evento organizzato da Parks Networks aziendali LGBT+A. Durante la settimana della Diversity è stata svolta una tavola rotonda sull'orientamento sessuale e affettivo nei luoghi di lavoro e la genitorialità sociale.

SETTIMANA DELLA DIVERSITY & INCLUSION (12-16 OTTOBRE 2020)



Un evento al giorno dedicato a uno dei nostri temi:

- **12 ottobre:** La violenza domestica durante il lockdown in collaborazione con Artemisia
- **13 ottobre:** L'orientamento sessuale e affettivo nell'ambiente di lavoro e la genitorialità sociale con testimonial interni ed esterni in collaborazione con Parks
- **14 ottobre:** Le molestie in ambito professionale in collaborazione con Valore D
- **15 ottobre:** Identità plurali in collaborazione con DiverCity (il diritto al rispetto della dignità della persona nelle varie fasi della vita) con ospiti esterni (MAURO DANESI: Festival del cinema, della danza e del teatro Orlando - Focus sull'identità di genere; NICOLA PALMARINI: direttore del Centro Internazionale di innovazione per la Terza Età del Regno Unito - Focus sulla terza età; PIA LOCATELLI: ex-deputata e parlamentare europea, presidentessa della Fondazione AJ Zaninoni - focus sull'identità socio-politica; ANNALISA SCOPINARO: Presidentessa della Federazione delle associazioni di persone affette da malattie rare - focus sulle malattie croniche); Lancio del Progetto Gina X (Casa degli artisti di Milano): il gender gap nell'arte
- **16 ottobre:** Le disabilità visibili e invisibili con ospiti esterni



3. Disabilità: è stato dato avvio al percorso digitale dedicato alle disabilità visibili e invisibili; Findomestic si è posta delle domande attraverso l'organizzazione di 3 workshop aperti a tutti i colleghi (cosa è cambiato durante il lockdown? Impatti sul business: perchè le aziende hanno il dovere di occuparsi della disabilità?). Il 3 dicembre è stata celebrata la Giornata mondiale della disabilità con una donazione di materiale informatico ai Ragazzi di Sipario, una cooperativa di ristorazione di Firenze che accoglie ragazzi affetti da syndrome di down o disabilità psichiche con cui Findomestic collabora.

4. Differenze tra i generi: è proseguita l'attività di Findomestic Donna con incontri formativi, azioni di mentoring e eventi dedicati alla valorizzazione dell'empowerment femminile ed è stata rinnovata la partnership con Valore D con incontri e percorsi di formazione. Sono proseguite le attività di mentoring infra-Gruppo (Inspiring Women) con la Camera di commercio italo-francese (a settembre è terminata l'edizione 2019-2020 e a ottobre abbiamo lanciato l'edizione 2020-2021) che coinvolgono giovani colleghe neo-manager. È stata lanciata, in collaborazione con le società del Gruppo, l'edizione 2020 del concorso MIA (Miss in Action) dedicato alle start up al femminile (o con una prevalenza di componenti donna) con la vittoria di 3 start up: Findomestic, insieme a Cardif, ha avviato un rapporto di collaborazione con una delle start up vincitrici nel 2019 e una di quelle vincitrici nel 2020. A marzo 2020 è stato lanciato il portale Child, il master dedicato alla genitorialità ed a settembre 2020 Findomestic ha aderito alla Carta Bianca dell'ABI per la promozione delle pari opportunità. Infine è proseguita la collaborazione con il magazine digitale DiverCity con 3 pubblicazioni nel 2020 («Quanta strada abbiamo fatto», «La tecno-inclusione», «Il linguaggio Inclusivo») e 3 eventi streaming ospitati da Findomestic.

Findomestic Donna

La Community di Findomestic Donna nasce nel 2018 e conta oggi 726 iscritte, pari al 54% circa delle donne con contratto a tempo indeterminato della banca.

Dal 2019 Findomestic Donna ha come obiettivo lo sviluppo dell'empowerment femminile attraverso la realizzazione di un'offerta formativa mirata all'accrescimento della consapevolezza, self confidence e skills delle iscritte alla Community.

Nel 2020 le iscritte sono state supportate durante il lockdown con gli Sharing caffè, uno spazio in cui ogni partecipante ha potuto raccontare la propria esperienza in un momento così particolare. La Community ha dato vita anche ad una serie di iniziative di Workshop per sviluppare le distintività e percorsi di Mentoring



attivando 30 binomi di Mentor e Mentee per un totale di 60 persone. Sulla pagina intranet di Echonet, sono state pubblicate delle Pillole formative di "Work Wide Women" relative al tema della leadership e la presenza nei social network. Tutto

ciò è stato affiancato in modo continuativo dagli eventi organizzati localmente dalle Referenti Territoriali della Community.

Grazie all'associazione di Findomestic Banca con Valore D, la Community ha partecipato ad

iniziative virtuali, riservate agli associati, funzionali alla conoscenza del livello di parità nei contesti sociali e produttivi, sviluppo dei giovani talenti, Managers e Dirigenti, potendo così anche customizzare l'offerta.

Anche nel 2020, come ogni anno, è stato organizzato un evento plenario, per coinvolgere tutte le

iscritte e offrire visione ed ispirazione grazie all'intervento ospiti VIP di valore.

In collaborazione con Daxo Group Findomestic Donna ha introdotto un workshop "Empowerment e Leadership delle donne per l'Industria 4.0" con lo scopo di aiutare altre donne nell'individuazione delle proprie competenze

distintive, utili per delineare il proprio sviluppo professionale in azienda nell'era 4.0.

Findomestic Donna in armonia con le iniziative dell'Alta Direzione e della Direzione Risorse Umane continua a mettere in atto azioni concrete per contribuire a creare una cultura aziendale di parità, inclusiva e consapevole.

In collaborazione con Daxo Group Findomestic Donna ha introdotto un workshop "Empowerment e Leadership delle donne per l'Industria 4.0"



MISS IN ACTION

MIA, Miss In Action è un programma di accelerazione che supporta l'imprenditoria femminile, promosso da Digital Magics e Gruppo BNP Paribas per accelerare e supportare il talento digitale delle donne e di contribuire a far crescere la compagine femminile all'interno dell'ecosistema dell'innovazione italiano.

Tra tutte le candidature di startup fondate e guidate da donne, ne sono state selezionate 10 che hanno presentato i loro progetti in occasione della giornata dell'Innovation Day del 3 aprile 2020.

Obiettivo di questa seconda edizione: la ricerca di idee creative dedicate allo sviluppo di prodotti e/o servizi innovativi in ambito Smart home, Smart mobility, Open banking, CSR, Welfare, Well-being, Insurtech, Fintech e Immobiliare.

La giuria, composta dal management delle Società del Gruppo BNP Paribas, dagli esperti di Digital Magics e da donne top manager, imprenditrici, business angels e rappresentanti delle istituzioni, ha selezionato 3 startup vincitrici che hanno avuto accesso al Programma di Accelerazione, affiancate da mentor e advisor durante tutto il loro percorso di crescita che consiste in tre mesi di formazione e di sviluppo del prodotto e/o servizi, tre mesi dedicati alla creazione di un POC (Proof Of Concept) e nella partecipazione all'evento finale con gli investitori.

Equa retribuzione del personale

La Banca, inoltre, garantisce un'equa remunerazione a tutti i dipendenti. La remunerazione delle risorse di Findomestic è costituita dai seguenti elementi:

- **Retribuzione Annua Lorda** ossia la retribuzione la cui corresponsione è garantita e comprende Stipendio ed altre voci costanti nel tempo previste dal contratto e si basa su criteri di non discrezionalità e trasparenza e riflette il livello di esperienza professionale e anzianità del personale:



- **Retribuzione Variabile** che comprende Premio aziendale (ex VAP), previsto dal contratto integrativo aziendale, un Sistema incentivante annuale per tutto il personale (Dirigenti, Quadri Direttivi e Aree Professionali), Piani di Incentivazione a Lungo Termine e altri Benefits e Agevolazioni. Il sistema di incentivazione implementato si differenzia per le aree Business (incentivo RVB) e le aree non Business (incentivo Bonus). La retribuzione variabile è la leva per riconoscere i risultati raggiunti valutando la performance della risorsa sotto un profilo quantitativo e qualitativo, differenziando e selezionando le "migliori performance".

I membri del Consiglio di Amministrazione non sono soggetti alle Politiche Retributive di Findomestic ed in particolare non sono destinatari di strumenti variabili volti a valorizzare le performance dell'anno di esercizio, fatta eccezione per l'Amministratore Delegato, in quanto dipendente della Banca, e per gli Amministratori Indipendenti destinatari di un compenso fisso stabilito dall'Assemblea. Per quanto attiene il Trattamento di fine rapporto Findomestic applica quanto previsto dalla normativa vigente.

Infine, Findomestic ha istituito un Fondo di previdenza integrativa aziendale nel quale, oltre al versamento del dipendente, la Banca versa una percentuale del 4,50% concordata con le parti sociali.

RAPPORTO TRA SALARIO BASE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI

SALARIO MEDIO BASE DEI DIPENDENTI PER FUNZIONE	2020	2019	2018
Dirigenti	70%	70,02%	65,72%
Quadri	95,30%	92,77%	92,37%
Aree professionali	99,86%	98,87%	99,76%

RAPPORTO TRA LA REMUNERAZIONE MEDIA (comprensiva anche della parte variabile) DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI

REMUNERAZIONE MEDIA DEI DIPENDENTI PER FUNZIONE	2020	2019	2018
Dirigenti	76,00%	72,33%	67,49%
Quadri	93,95%	91,86%	91,79%
Aree professionali	98,65%	98,56%	99,47%

In accordo con le organizzazioni sindacali, anche per l'anno 2019-2020 Findomestic dà ai propri collaboratori la possibilità di scegliere il Piano Welfare aziendale, che consente di convertire il premio aziendale in beni e servizi fino ad un massimo di 3.000€. La Legge di Stabilità (Legge n.208 del 28 dicembre 2015) ha permesso una detassazione totale del premio aziendale se convertito in benefit, cioè in elementi di retribuzione non monetari. Questo consente ad ogni dipendente di

beneficiare dell'intero ammontare del premio stesso, aumentandone il valore economico quasi del 20%. Come incentivo per chi fa la scelta del premio aziendale in quota welfare, **Findomestic integra l'importo convertito con un 10% in più**, portando circa al 30% l'aumento del valore economico del premio aziendale. La Banca, inoltre, mette a disposizione dei propri dipendenti una serie di benefit variabili a seconda della tipologia di contratto.

I BENEFIT A FAVORE DEI DIPENDENTI

TIPO DI BENEFIT	PREVISTO PER:				AMMONTARE 2020
	Contratti a tempo indeterminato	Contratti a tempo determinato	Full time	Part time	
Polizza infortuni	x	x	x	x	675.821,46 €
Polizza sanitaria	x	-	x	x	1.918.254,00 €
Fondo pensione	x	x (per contratti di durata pari o superiore a 5 mesi)	x	x	5.221.389 €
Polizza vita dipendenti	x	-	x	x	125.425 €
Contributo mutui dipendenti	x	-	x	x	-
Contributo finanziamenti dipendenti	x	-	x	x	-

Sempre in termini di **Welfare & People Care** Findomestic ha portato avanti azioni per la cura e il benessere dei collaboratori durante e dopo il lockdown con:

- video pillole sulla corretta alimentazione durante il lockdown, sulla corretta postura durante il lavoro da remoto, di ginnastica con il trainer;
- estensione della copertura assicurativa ai casi di Covid-19 per i collaboratori e i propri familiari;
- telemedicina e test sierologici;
- percorso con un team di

nutrizionisti dedicato alla costruzione del piatto in forma durante la pandemia e visite on line con il nutrizionista;

- avvio del percorso sulla prevenzione delle malattie;
- webinar dedicati al periodo del lockdown e alla gestione dello stress;
- attivazione di sportello psicologico.

Inoltre è stato avviato un percorso dedicato ai pericoli della rete per i figli dei dipendenti, in collaborazione

con Cardif e una delle 3 vincitrici dell'edizione di Miss In Action 2020 ed in fase di test l'app BodyGuard che blocca i messaggi ostili. Infine è stato rinnovato, insieme alla community People di IFS, il TechCamp per i figli dei dipendenti che permette a 20 studenti dal secondo al quarto anno delle scuole superiori di frequentare un corso di formazione in lingua inglese presso il Politecnico di Milano (una delle borse di studio è stata donata a uno studente proveniente da una realtà socio-economica disagiata).



LE RELAZIONI DELLA BANCA CON I PROPRI DIPENDENTI

Informazione e coinvolgimento

La comunicazione interna

A causa della situazione pandemica, che ha comportato lo svolgimento delle attività dei collaboratori per la quasi totalità in remote working, si è verificata la necessità di riadattare il Piano di comunicazione previsto ad inizio anno per soddisfare le forti esigenze informative sia sull'organizzazione, sia sulle modalità con le quali l'azienda stava affrontando questo momento straordinario. L'obiettivo principale è stato quello di rafforzare il senso di vicinanza e rassicurare i nostri collaboratori. Parallelamente abbiamo cercato di riadattare al nuovo contesto molte delle attività di comunicazione che fanno parte del nostro format comunicativo come gli eventi.



Engagement

In Ufficio da mamma e papà

L'evento dedicato ai bambini non si è potuto svolgere nella tradizionale modalità in presenza ma è stato comunque realizzato in collaborazione con lo staff di Dynamo Camp un programma di contenuti video di intrattenimento sul canale You Tube di Findomestic per concedere alcune ore di svago ai bambini all'interno delle proprie abitazioni sempre in coincidenza della giornata solitamente dedicata all'evento in presenza.

Convention

I consueti eventi in presenza di luglio e dicembre sono stati adattati alla modalità digitale e frammentati in più appuntamenti di minore durata: per consentire al top management di illustrare l'andamento delle strategie aziendali ed i risultati di business sono state organizzate 3 webex e nel mese di Dicembre la Convention è stata realizzata all'interno di uno studio televisivo con il solo Comitato di Direzione in presenza e trasmessa in streaming. L'intero management e le figure professionali hanno avuto la possibilità di interagire durante tutti gli appuntamenti grazie a sessioni di Questions & Answers attraverso gli strumenti di collegamento.

Piano di comunicazione Coronavirus

Articoli

Aggiornamenti in tempo reale sulla situazione.

Sezione dedicata sulla Intranet aziendale "Findomestic ai tempi del Coronavirus"

È stata creata nella intranet aziendale una sezione contenente consigli per lo svolgimento delle attività in remote working sia per collaboratori che per manager (utilizzo di strumenti informatici, linee guida, contatti utili), consigli per salute e benessere (attività fisica in casa tramite link al sito "Playmore" e tutorial di esperti sulla nutrizione), comunicazioni operative generali e un servizio di ascolto e supporto psicologico da parte di un professionista.

Video Direttori

Ciascun membro del Comitato di Direzione ha comunicato attraverso un breve video le principali azioni messe in campo all'interno della propria direzione in funzione del contesto.

Video Punti di Vista

I nostri colleghi appartenenti a strutture prevalentemente di rete che hanno una relazione con clienti e partner ci hanno raccontato i loro sentimenti, il loro vissuto sia dal punto di vista professionale che personale nel periodo peggiore della pandemia.

Brochure “Rientro in Ufficio”

Conclusa la fase di totale lockdown e in vista del rientro in ufficio su turnazione è stata redatta una brochure pubblicata all'interno della intranet e declinata in formato screensaver contenente tutte le indicazioni e le regole di sicurezza per il rientro in ufficio (dispositivi di protezione individuale, dispositivi per misurazione temperatura, sanificazioni, utilizzo sale riunioni e utilizzo locali di aggregazione). Il documento è stato aggiornato in funzione dei vari DPCM.

Piano di comunicazione Findomestic Forward

È proseguita l'attività tradizionale di comunicazione del nostro programma rivolto a tutti i dipendenti denominato “Findomestic Forward”. Sono stati diffusi, soprattutto nella fase di ripresa dopo la prima ondata, articoli sullo stato dei progetti, video e newsletter trimestrali sull'andamento economico dell'Azienda.

Digital Magazine

La diffusione delle notizie legate a business è proseguita anche con il Digital Magazine, lo strumento che consente anche a chi lavora in mobilità o non è fisicamente presente in azienda per lunghi periodi, di rimanere sempre connesso e poter ricevere con cadenza trimestrale le principali notizie sull'azienda.



Ascolto ed informazione

Per Findomestic i dipendenti sono al centro e l'ascolto del loro sentiment è di primaria importanza. Sono state infatti numerose le occasioni di ascolto attraverso strumenti come la *Global People Survey* e la *Customer Satisfaction Interna*.

La Global People Survey

Nel 2020 il Gruppo BNP Paribas ha rinnovato il format della survey annuale rendendolo più “innovativo” al fine di individuare piani di azioni più efficaci in termini di definizione, implementazione e seguito.

L'obiettivo primario rimane quello di raccogliere le percezioni e le attese dei propri collaboratori in merito ad aree specifiche come engagement, leadership e ad altri aspetti della vita aziendale.

Oltre a far emergere il “sentiment” della popolazione aziendale, l'indagine consente alla Banca di individuare quali sono le aree sulle quali devono essere focalizzate le principali azioni ai fini di un miglioramento continuo. I collaboratori hanno quindi l'opportunità di esprimersi liberamente e di contribuire a migliorare il proprio ambiente lavorativo.

LE RELAZIONI SINDACALI

Nel corso del 2020, i diversi incontri, gran parte dei quali da remoto, tra la Banca e Sindacati hanno reso possibile la sottoscrizione di diversi accordi tesi al miglioramento delle condizioni di vita e lavoro dei dipendenti.

Innanzitutto è stato rinnovato, per il biennio 2020/2021, l'accordo sul premio aziendale. Nel corso del mese di aprile è stato, inoltre, raggiunto un accordo, con la maggioranza delle sigle sindacali aziendali, per la gestione delle assenze dei colleghi lombardi, in seguito alla chiusura delle sedi aziendali insistenti in quella Regione a causa della pandemia.

A giugno è stata raggiunta un'intesa, ad integrazione dei percorsi di carriera previsti dal nostro CCA, avente la finalità di annullare, a partire dal 1° luglio, gli slittamenti di tali percorsi (6 mesi) per le colleghe che si sono assentate per maternità e per le risorse che si

sono assentate a causa di malattie oncologiche o patologie di analoga gravità. La stessa regola sarà applicata anche nel caso in cui l'assenza di valutazione si sia determinata in seguito alla richiesta di aspettativa, derivante dalla necessità di seguire le procedure per l'adozione o l'affidamento.

La firma di questo accordo rappresenta un altro importante passaggio a tutela dell'integrazione e dell'apertura che da sempre contraddistingue la nostra Azienda e che ci vede in prima linea non solo nelle azioni di sensibilizzazione / formazione ma anche e soprattutto nei fatti concreti.

Sempre nel corso del 2020, è stata prorogata la vigenza delle dotazioni orarie della Banca della Solidarietà, che verrà alimentata anche da: banca ore scaduta, permessi straordinari e permessi retribuiti aggiuntivi non fruiti.

Le Parti sociali hanno raggiunto anche un accordo per riconoscere un contributo, in termini di credito welfare, per tutte le risorse che, in ragione delle mansioni svolte, non hanno potuto beneficiare della possibilità di lavorare da remoto nel periodo dal 16 marzo al 31 maggio. Nel mese di dicembre, infine, Azienda e OO.SS. hanno raggiunto un'intesa per il rinnovo quadriennale dell'Accordo regolante la Continuity Credit & Partner Care. Si segnala che il numero dei contenziosi giudiziali sebbene aumentato rispetto all'anno precedente rimane molto esiguo, a riprova del clima di lavoro positivo e dello scrupoloso rispetto delle norme in materia da parte di Findomestic. Lo stesso dicasi per le Sanzioni Disciplinari, in diminuzione rispetto all'anno precedente, a conferma del diffondersi tra tutti i colleghi della cultura della Compliance e del rispetto delle regole.



RELAZIONI SINDACALI DELLA BANCA	2020	2019	2018
Numero di dipendenti iscritti al sindacato	1.702	1.650	1.499
Ore di permesso per l'esercizio dei diritti sindacali	23.865	26.623	23.151
Provvedimenti disciplinari	2	7	13
Numero di contenziosi	5	2	1

● LA SALUTE E SICUREZZA IN FINDOMESTIC

Nel corso del 2020 l'attività della funzione "Business Continuity Safety & Security" (nella quale è stato inglobato il Servizio Prevenzione e Protezione) è stata fortemente impattata dall'emergenza pandemica tutt'ora in corso. Per le attività ordinarie afferenti la "Safety", seppur con delle variazioni di cronoprogramma, è proseguito il piano di aggiornamento costante dei Documenti di Valutazione dei Rischi, collaborando con la DHR/Formazione negli adempimenti legislativi sulla formazione per la nomina di nuovi Addetti alle Emergenze e Preposti, che hanno visto nascere nuovi corsi e-learning (invece che in aula), in funzione delle variazioni normative dovute alla pandemia, nonché sulla formazione dei Lavoratori di nuova assunzione, oltre che sulla formazione e-learning necessaria alla prevenzione dal contagio da Covid-19.

Con riferimento ai Documenti di Valutazione dei Rischi (di seguito DVR) per le unità produttive sul territorio nazionale, è stato portato a termine l'aggiornamento e la prima redazione (nuove agenzie) di n. 29 DVR. Tali documenti sono comprensivi di Valutazione Microclimatica e Piani di Emergenza ed Evacuazione, valutazione rischio Campi Elettromagnetici.

È stata svolta, ed è tuttora in corso per alcune filiali, l'indagine per il rischio Radon. Allo stato attuale non risultano rischi da segnalare. È in corso di ultimazione la valutazione secondo la L.R. n. 13 del 8 luglio 2019 promulgata dalla Regione Campania, relativa all'indagine del rischio Radon ai piani terreni delle agenzie presenti sul territorio di riferimento. Per il 2021 è prevista una nuova analisi in linea con il D.Lgs. 101/2020, emanato a parziale recepimento della Direttiva Comunitaria Euratom.

partecipanti
a sessioni di
formazione con
**corsi e-learning
di Sicurezza** sul
lavoro per tutti i
lavoratori



partecipanti a sessioni
di formazione con
**corsi e-learning sulla
gestione dell'emergenza
sanitaria da covid-19**

Sono state eseguite le prove di evacuazione cosiddette "in bianco" in tutti i locali individuati dal D.M. 10 marzo 1998, utili ad evitare assembramenti di persone ai punti di raccolta esterni agli immobili aziendali. Tale attività ha riguardato l'esecuzione di specifici audit, nei quali è stata rilevata la corretta rispondenza organizzativa e tecnico/impiantistica dei locali, secondo quanto previsto dai Piani di emergenza ed Evacuazione.

Si segnala che il servizio di sorveglianza sanitaria spetta al Medico Competente in linea con il D. Lgs. 81/08 e s.m.i. Nel corso del 2020 sono state svolte 2 riunioni periodiche ai sensi dell'art. 35 del D. Lgs 81/2008, oltre ad altre 3 riunioni di consultazione dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza, al fine di fronteggiare al meglio insieme la realtà pandemica in Azienda. Sulla base delle tematiche emerse è stato aggiornato il Documento di valutazione del Rischio. È stato sospeso il "Comitato Sicurezza" con cadenza trimestrale che ordinariamente si riunisce in azienda, costituito da Datore di lavoro, Dirigenti delegati, personale della funzione Risorse Umane, RSPP e personale della funzione Business Continuity Safety & Security (nella quale è confluito il Servizio di Prevenzione e Protezione), che affronta i temi della sicurezza sui luoghi di lavoro in base ad eventuali aggiornamenti legislativi e che provvede a monitorare l'operatività del Servizio di Prevenzione e Protezione e della Sorveglianza Sanitaria. Tale sospensione è stata attuata a fronte dell'emergenza pandemica costituendo il "Comitato Sicurezza/Salute del Personale" a cui hanno partecipato Datore di lavoro, Direttore Generale, Vicedirettore Generale, Dirigenti

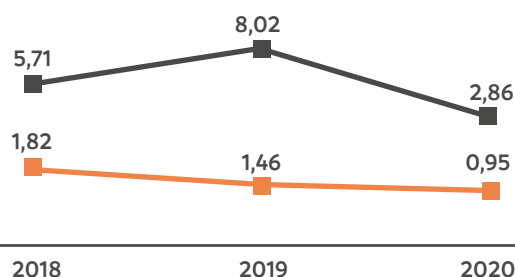
delegati, RSPP, Medico Competente, personale della funzione Risorse Umane e personale della funzione Business Continuity Safety & Security che si è riunito 42 volte per fronteggiare al meglio l'emergenza pandemica in atto.

Per quanto riguarda il circuito della sicurezza nonché le modalità di segnalazione di eventuali rischi e/o pericoli, è da tempo attivo in azienda un numero di reperibilità H24 del Servizio di Prevenzione e Protezione rivolto a

tutti i colleghi che lavorano in orari notturni e/o nei giorni festivi. Nel 2020, per facilitare il raggiungimento dei servizi messi a disposizione dall'unità di Business Continuity, Safety and Security, e per diffondere la cultura della sicurezza, è stata installata in tutti i telefonini aziendali una APP (denominata SOS Findomestic) che consente con un solo gesto di chiamare il corretto numero aziendale per inoltrare eventuali segnalazioni di urgenza fuori del normale orario di lavoro.

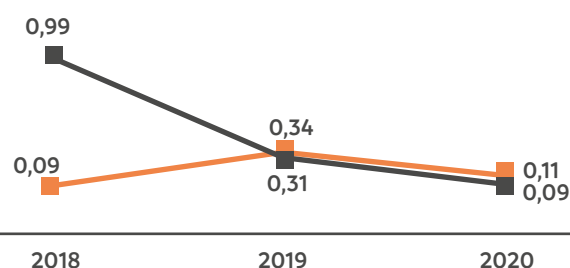
FREQUENZA DEGLI INFORTUNI SUL LAVORO E IN ITINERE

■ Indice di frequenza degli infortuni sul lavoro
■ Indice di frequenza degli infortuni in itinere



GRAVITÀ DEGLI INFORTUNI SUL LAVORO E IN ITINERE

■ Indice di gravità degli infortuni sul lavoro
■ Indice di gravità degli infortuni in itinere



INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI	2020	2019	2018
Numero infortuni sul lavoro registrabili (esclusi itinere)	4	6	7
Numero infortuni sul lavoro registrabili con gravi conseguenze (esclusi itinere)	0	0	0
Numero di decessi	0	0	0
Numero di ore lavorate	4.194.449	4.113.156	3.851.758
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0,95	1,46	1,82
Giorni persi per infortuni sul lavoro	62	184	45
Indice di gravità degli infortuni sul lavoro	0,11	0,34	0,09
ASSENZE PER ADDETTO (GIORNI)			
Malattia	6,42	6,57	6,48
Maternità (obbligatoria, facoltativa, allattamento)	4,52	4,91	4,00
Permessi sindacali	1,23	1,28	1,35
Permessi retribuiti (visite mediche, etc.)	3,09	2,10	3,82
Permessi non retribuiti/aspettativa	0,76	0,47	0,61
Altre assenze (congedi matrimoniali, per studio, etc.)	0,25	0,41	0,37
Scioperi	0,00	0	0
TOTALE	16	16	17

Nota Si segnala che nel corso dell'anno 2020 non si sono riscontrate malattie professionali, e che il numero di infortuni in itinere è stato 12 (21 in meno rispetto al 2019), con un numero di giorni di assenza pari a 358.

LA TUTELA DELL'AMBIENTE

"Avere un impatto neutro sull'ambiente, riducendo le emissioni di CO₂ dalle nostre attività dirette e il nostro consumo di energia." Questo l'impegno che BNP Paribas Personal Finance, e la Banca si pongono in prima persona per la lotta contro il cambiamento climatico, per salvaguardare le risorse naturali e ridurre la propria "carbon footprint".

LA GESTIONE EFFICIENTE DEL PATRIMONIO IMMOBILIARE

In ottica di sostenibilità ambientale, la gestione responsabile del patrimonio immobiliare rappresenta uno dei fattori più rilevanti che Findomestic si impegna a realizzare.

Proprio per questo, ogni anno, la Banca pone in essere iniziative di ammodernamento degli edifici e di efficientamento energetico. Fin dal 2013 Findomestic utilizza un software che consente la rilevazione del consumo di energia elettrica in tempo reale. Grazie a questo software, negli anni, è stato possibile individuare anomalie e sprechi nei consumi e, soprattutto, sviluppare azioni di rimedio semplici ed efficaci.

A causa della pandemia, nel 2020 tutti i progetti di efficientamento sono stati sospesi per dedicarsi alla sicurezza fisica dei dipendenti.



**di energia
da fonti
rinnovabili
in tutti gli
immobili
della Banca**

IL MONITORAGGIO DEI CONSUMI NEI PC AZIENDALI

Alla luce del l'impatto che il settore ICT provoca sul totale delle emissioni in atmosfera (circa 1,4% delle emissioni totali globali), e della crescente sensibilità verso le tematiche ambientali da parte della Banca, l'Esercizio della Direzione IT ha implementato una serie di iniziative volte a monitorare i consumi energetici derivanti dalle proprie attività ed a mettere in atto azioni correttive per la loro costante diminuzione. Tra queste, nel corso dei primi mesi del 2020, sono stati definiti degli indicatori per il monitoraggio dei consumi energetici derivanti dai dispositivi PC e monitor con il

fine di poter stimare i benefici derivanti dalla **graduale sostituzione dei dispositivi a minor efficienza energetica con dispositivi più efficienti energeticamente**. Tale iniziativa, oltre a consentire il monitoraggio dei consumi, consente anche di poter focalizzare il processo di approvvigionamento in ottica sostenibile e di riduzione degli impatti. In particolare, nel corso del 2019 sono stati sostituiti 1.100 PC e nel 2020 circa 500 che porteranno ad una riduzione stimata del 40% dei consumi energetici dei PC con conseguente riduzione delle emissioni di CO₂ in atmosfera.

SUPERFICIE OCCUPATA DAI SITI ¹⁵	2020	2019	2018
Numero sedi	12	12	10
di cui superficie totale (mq)	18.740	18.740	15.670
Numero sedi distaccate	91	94	90
di cui superficie totale (mq)	23.448	23.342	20.515
TOTALE SITI	103	106	100
TOTALE Superficie (mq)	42.188	42.082	36.185

15. I dati si riferiscono al periodo dal 1/10/2019 al 30/09/2020

La sede Findomestic con un'anima green

L'edificio di via Pratese 107 a Firenze, (in passato destinato a magazzino ed archivio), riqualificato secondo i canoni del Green Building ed inserito nel percorso evolutivo delle smart cities europee, ha garantito al territorio e ai dipendenti della Banca un contesto professionale in perfetta armonia con l'ambiente. Oggi, l'edificio "Le Cupole", così ribattezzato in virtù della sua caratteristica copertura, ha soddisfatto i parametri di **certificazione LEED** (Leadership in Energy and Environmental Design), **livello GOLD**, concentrandosi su tre aspetti cruciali:

- ottimizzazione della prestazione energetica e utilizzo di fonti energetiche rinnovabili;
- abbattimento dei consumi idrici grazie a politiche di riciclo delle acque piovane per riutilizzo interno e per la gestione del verde;
- attenzione alla qualità dell'aria attraverso l'utilizzo di materiali e prodotti scelti per la riduzione delle componenti volatili.

CERTIFICAZIONE LEED GOLD

- risparmio energetico ed idrico
- riduzione delle emissioni di CO₂
- qualità ecologica degli interni
- materiali e risorse impiegate
- progetto e scelta del sito



I CONSUMI DI RISORSE

In linea con i valori di sostenibilità promossi da Findomestic, la gestione dei consumi delle risorse viene costantemente monitorata al fine di ridurre gli sprechi e, dove possibile, diminuirne l'utilizzo. Nel 2020 il consumo di carta è leggermente aumentato rispetto al 2019 (+3%) perché, nonostante la pandemia ci abbia costretto, attraverso lo smart work, a ridurre il numero di stampe, è stato necessario aumentare il numero di comunicazioni istituzionali ai clienti. Nonostante il leggero aumento, l'utilizzo di

carta certificata si attesta al 94% del totale della carta utilizzata dalla Banca, sia per comunicazione all'esterno che per l'utilizzo interno della Banca (rispetto al 78% del 2019).

Nel corso del 2020, i consumi di risorse energetiche sono diminuiti, grazie ad un aumento dello smart working e alla riduzione dei viaggi e della mobilità in generale (la stragrande maggioranza degli incontri è avvenuta in modalità remota per sicurezza pandemica). Nello specifico i consumi di **gasolio**

sono diminuiti del 9%, il consumo di **energia elettrica** del 5% (approvvigionata interamente da CVA, Compagnia Valdostana delle Acque, con un contratto per la fornitura di energia 100% da fonti rinnovabili in tutti gli immobili della Banca). I consumi di **acqua** sono diminuiti del 6% rispetto al 2019. Infine, i consumi di **metano**, sono diminuiti del 6% rispetto ai consumi dell'anno passato.

Nella tabella seguente sono riportati i valori dei consumi energetici e di risorse nel corso del triennio.

CONSUMI DI RISORSE ¹⁶	2020	2019	2018
Energia Elettrica (KWh)	5.819.660	6.105.825	4.769.986
Metano (m3)	141.552	151.163	136.980
Gasolio (L)	218	240	234
Acqua (m3)	55.567	59.147	45.826
CONSUMI DI CARTA (ton) ¹⁷			
Carta per uso interno	39	58	69
<i>di cui certificata</i>	39	58	69
Carta per i clienti	557	490	693
<i>di cui certificata</i>	522	389	506
Altra carta (buste, etc.)	121	148	176
<i>di cui certificata</i>	116	93	83
TOTALE	717	696	938
<i>di cui certificata</i>	94,40%	77,5%	70%

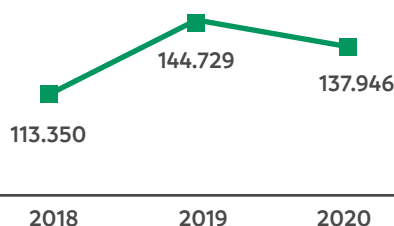


● 16-17. I dati si riferiscono al periodo dal 1/10/2019 al 30/09/2020

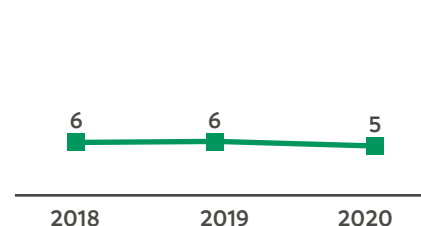
Di seguito si riportano invece i consumi di risorse indicizzati con la superficie totale occupata dalle sedi della Banca.

I dati relativi ai consumi, indicizzati con la superficie totale occupata dalle sedi della Banca, consentono di ottenere delle misurazioni maggiormente rappresentative del reale consumo di risorse da parte di Findomestic.

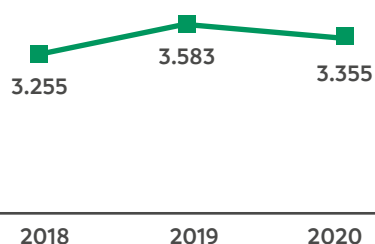
ENERGIA ELETTRICA
-kwh/m²-



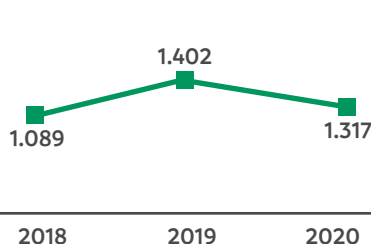
GASOLIO
-l/m²-



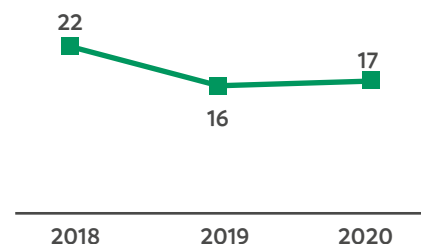
METANO
-mc/m²-



ACQUA
-mc/m²-



CARTA
-ton/m²-



IL PROGETTO NO PLASTIC



In Findomestic è stato avviato ed ha conseguito i primi importanti risultati il progetto NO PLASTIC che continuerà il suo sviluppo nel 2021. Il progetto ridurrà in maniera drastica l'utilizzo di plastica nei locali Findomestic. Un primo risultato è stata l'eliminazione di tutta la plastica legata all'acquisto di bottiglie di acqua potabile, sostituita in tutta l'azienda con erogatori di acqua corrente purificata. Inoltre, attraverso la distribuzione a tutti i dipendenti di borracce per l'acqua, è stato eliminato l'approvvigionamento dei bicchieri di plastica. I principali risultati sono stati:

**Eliminazione totale
dell'acquisto annuo di
BOTTIGLIE DI ACQUA**

**media di 14.372
bottiglie all'anno**

**Eliminazione totale
dell'acquisto annuo di
BICCHIERI DI PLASTICA**

**media di 157.900
bicchieri all'anno**

LE EMISSIONI

Dall'utilizzo di energia elettrica "verde", ai progetti di riqualificazione e certificazione degli edifici, nonché il complesso caratterizzante i processi, per loro natura a basso impatto ambientale, si può dedurre che le principali emissioni atmosferiche generate dall'attività di Findomestic siano dovute agli spostamenti del personale. In ragione di ciò, la Banca dispone di una *Travel Policy* in conformità agli obiettivi di sviluppo sostenibile del Gruppo BNP Paribas, al fine di ridurre ulteriormente i propri

impatti ambientali: sono da privilegiare la comunicazione elettronica al viaggio, il treno all'aereo (meno CO₂ per chilometro), così come le automobili dal ridotto impatto ambientale e, laddove possibile, è da evitare la stampa dei biglietti su carta. Con la medesima intenzione, oltre ad incentivare il personale all'utilizzo di bici e mezzi elettrici con soluzioni concrete come le colonnine elettriche, la Banca pone molta attenzione anche alla tecnologia delle auto appartenenti alla flotta aziendale, nonché all'utilizzo

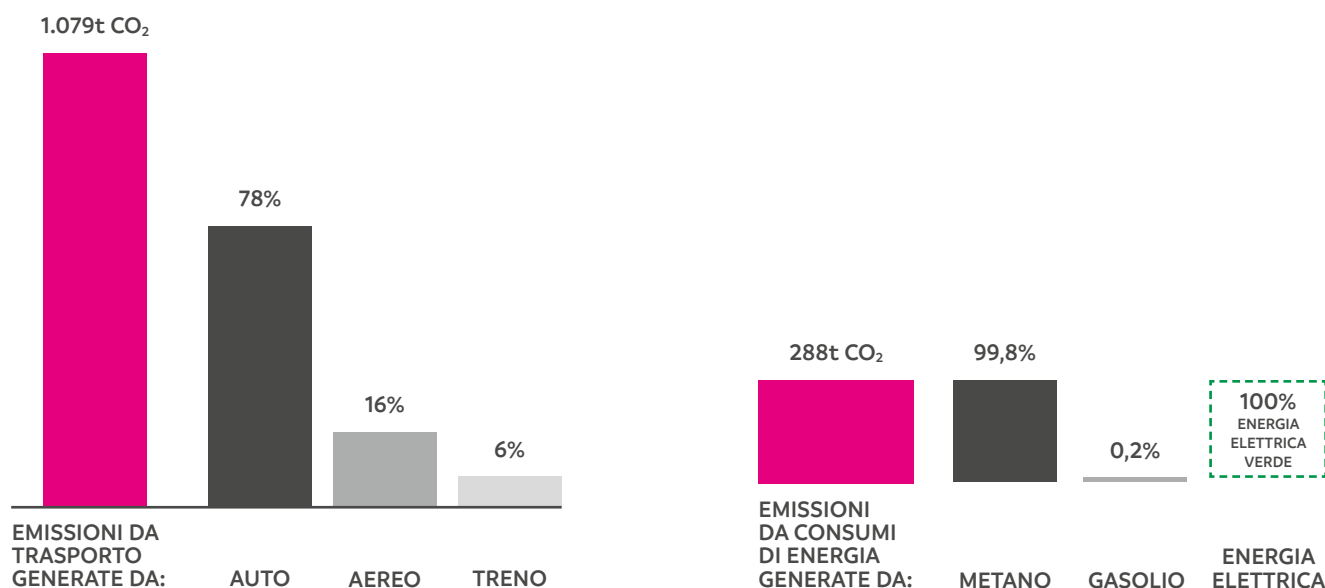
del servizio di car sharing. Nel 2020, conseguentemente alla riduzione dei consumi, dovuta principalmente alla riduzione della mobilità, si sono ridotte anche le emissioni di CO₂.

EMISSIONI DA TRASPORTI (t CO ₂) ¹⁸	2020	2019	2018
Auto	837	920	830
Aereo	175	505	536
Treno	66	174	178
TOTALE	1.079	1.600	1.544
EMISSIONI DA CONSUMI DI ENERGIA (t CO ₂) ¹⁹			
Metano	287	307	280
Gasolio	1	1	1
Energia elettrica	0	0	0
TOTALE	288	308	281
MEDIE EMISSIONI RIFERITE ALLA FLOTTA AZIENDALE ²⁰			
Media g CO ₂ /km	110	108	106
Media kg CO ₂ unitario	2.564	2.807	3.184



18-19. I dati si riferiscono al periodo dal 1/10/2019 al 30/09/2020

20. Fonte: dati ARVAL basati sulle emissioni medie dichiarate dalle case automobilistiche per ciascun modello di auto (la classe di riferimento è la B)

EMISSIONI DI CO₂ GENERATE DA FINDOMESTIC NEL 2020

IL SERVIZIO DI CARPOOLING AZIENDALE

Come impegno concreto nell'avviare e sostenere un progetto di mobilità sostenibile o raggiungere la sede di lavoro in caso di scioperi dei trasporti e piccoli imprevisti, è disponibile per i dipendenti di Findomestic Banca un servizio di Carpooling Aziendale, una vera e propria community che consente di individuare i colleghi della stessa azienda o di aziende limitrofe, selezionando orario, giorno e mezzi di trasporto, al fine di condividere il tragitto casa-lavoro.

Inoltre, il sistema di certificazione viaggi, dell'App Jojob, consente di certificare i viaggi in auto condivisa, misurando sia il numero di passeggeri a bordo, che il chilometraggio percorso e di quantificare la reale CO₂ risparmiata.

La pandemia dichiarata nel Marzo 2020 ha impedito di fatto sia l'utilizzo del carpooling aziendale (tutt'ora sospeso) sia di ogni forma di condivisione di mezzi di trasporto.



VALORE PER LA BANCA

- promozione della mobilità sostenibile
- garanzia di trasporto in caso di imprevisti
- strumento di aggregazione tra dipendenti

VALORE PER I DIPENDENTI

- flessibilità negli spostamenti
- condivisione dei costi di trasporto
- garanzia di trasporto in caso di imprevisti

VALORE PER LO STATO ED ENTI PUBBLICI

- decongestionamento del traffico
- riduzione dei costi di trasporto pubblico
- migliore efficienza del trasporto pubblico

VALORE PER IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

- riduzione delle emissioni in atmosfera
- riduzione del traffico
- interazione tra dipendenti di aziende del territorio

LA SENSIBILIZZAZIONE DEL PERSONALE A TUTELA DELL'AMBIENTE

Findomestic promuove il rispetto e la tutela dell'ambiente, incoraggiando uno stile di vita conforme ai valori di sostenibilità e biodiversità, puntando ad un futuro ecologicamente più sostenibile. Con questo obiettivo Findomestic organizza corsi di sensibilizzazione per i propri dipendenti sul tema della sostenibilità diffondendo così la cultura ambientale in azienda e promuove il benessere personale, raggiungibile con cibo sano e attività fisica, attraverso pillole informative nella Intranet aziendale. Inoltre, Findomestic mette a disposizione, nelle sedi fiorentine, il servizio del bike sharing, con un parco di biciclette che possono essere utilizzate dalle 8 del mattino alle 19 della sera, sia per

motivi personali che lavorativi. Per unire obiettivi ambientali a scopi di tipo sociale, le biciclette sono state acquistate dalla Cooperativa Sociale Ulisse, realtà fiorentina che si occupa dell'inserimento e dell'integrazione lavorativa di persone svantaggiate, la quale offre, presso ogni sede Findomestic, anche un servizio di manutenzione ordinaria e straordinaria delle biciclette fornite. Al fine di contribuire alla diffusione di modalità di trasporto sostenibili Findomestic ha installato delle colonnine per la ricarica di veicoli elettrici, come auto, biciclette e motocicli attraverso le quali i dipendenti possono avere un "pieno di energia" a costo zero e nel rispetto dell'ambiente.



GREEN IT & OFFICE PRINTING



Esercizio IT, inoltre, si è impegnato nella sensibilizzazione dei dipendenti rispetto a micro-azioni virtuose attraverso la diffusione delle seguenti pillole informative:

- Una **fotocopiatrice lasciata accesa durante la notte** utilizza una **quantità di energia** pari a quella usata per produrre **1500 fotocopie**.
- Una **sola e-mail** da 1 megabyte provoca l'emissione di circa **19 grammi di CO₂**.
- La rottamazione di un dispositivo informatico pesa fino a 20KG

CO₂, per questo è conveniente allungare la vita di ogni device.

Findomestic ha incentivato i propri dipendenti a preferire la modalità di stampa in modalità "hold" o riservata, che riduce del 20% in numero di stampe eliminando le produzioni inutili. Sapendo, infatti, che 500 fogli di carta equivale alla produzione di circa 2,1 kg di CO₂, l'utilizzo e la diffusione di questa modalità di stampa ci permette di risparmiare fino a 7 tonnellate di CO₂ a livello Aziendale.

SETTEMBRE GREEN - POSITIVE IMPACT STARTS WITH ME



Un settembre 2020 pieno di eventi ed iniziative legate al tema della protezione dell'ambiente e della sostenibilità, al fine di sensibilizzare sia i dipendenti Findomestic che i clienti su tali tematiche, nella convinzione che anche il singolo può contribuire ad un presente e futuro più sostenibile.

Dal 1° settembre, fino alla fine del mese, sulla intranet aziendale e sul sito sono state pubblicizzate con una creatività dedicata, tutte le iniziative dedicate al green ed all'ambiente:

- **Focus Osservatorio Findomestic:** gli Italiani e la sostenibilità, un'occasione per scoprire i comportamenti degli Italiani sul tema della sostenibilità.
- **Campagna Media sui prestiti Green:** Dopo il lockdown governativo, Findomestic ha scelto di tornare in comunicazione con il "Prestito Green", per sostenere i propri clienti nelle scelte d'acquisto che aiutano a vivere in modo più responsabile. Con la campagna media, Findomestic ha voluto posizionarsi nel mercato e diffondere questa cultura grazie ad un'offerta vantaggiosa per i progetti di natura eco-sostenibile. Testimone della campagna è naturalmente la mascotte verde che enfatizza ancora di più la relazione con il sostegno all'ambiente e racconta i plus dell'offerta in modo dinamico ed evoluto. Findomestic, inoltre, ha sviluppato l'intera campagna

con un forte carattere digitale allineandosi all'accelerazione del Paese post COVID dal punto di vista dell'accesso al mondo internet e nell'utilizzo di strumenti tecnologici sempre più innovativi.

- **Mobility week Campagna "Zero Emissioni per tutti":** per celebrare la mobility week dal 16 al 22 settembre è stata lanciata la Campagna "Zero Emissioni per tutti". Tutti i colleghi sono stati inviati a partecipare all'iniziativa che si è tenuta dal 21 settembre al 19 ottobre e che ha visto la nomina dei Best Performers Findomestic, ossia coloro che hanno scelto di andare a piedi o in bicicletta, nel periodo, in sostituzione dell'auto e che hanno quantificato più chilometri.
- **Sostenibility week (21 – 25 settembre):** Una settimana dedicata a far conoscere meglio tutte le iniziative che Findomestic mette a terra in tema di sostenibilità, nello specifico; il Progetto No Plastic (per eliminare, ove possibile, l'utilizzo della plastica mono-uso), l'invio ai dipendenti di borracce per l'approvvigionamento di acqua, l'attenzione alla raccolta differenziata, un contributo concreto al raggiungimento dei 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite ecc.

● PILASTRO ECONOMICO

Trasformare le nostre attività, i nostri modelli operativi e le nostre offerte



- **Favorire l'accesso ai nostri servizi finanziari a un numero maggiore di clienti**, indipendentemente dalla loro età o profilo sociale-economico, in ogni momento della loro vita, al fine di consentire di gestire meglio le loro finanze personali.
- **Aiutare i nostri clienti a ridurre il loro impatto ambientale** informandoli e guidandoli nelle loro scelte; offrendo loro l'accesso a soluzioni per la casa e le mobilità più sostenibili e convenienti, sviluppando queste soluzioni con partner che condividono le nostre convinzioni ed obiettivi in termini di sviluppo sostenibile.
- **Costruire una relazione duratura e inclusiva con i nostri stakeholder** (clienti, partner, dipendenti e società civile) supportando i nostri clienti e proponendo loro in ogni momento soluzioni adeguate; co-creando le nostre offerte con i nostri stakeholder attraverso un dialogo continuo.

SDGs



I RISULTATI ECONOMICI DI FINDOMESTIC BANCA

Il contesto economico

Nel 2020 la pandemia ha provocato un brusco arresto del credito alle famiglie che si riduce di circa un quarto rispetto al 2019. Si è registrato un parziale recupero nel terzo trimestre del 2020, in linea con il graduale miglioramento degli indicatori macroeconomici durante i mesi estivi e con l'allentamento delle misure di contenimento. Il trend positivo del terzo trimestre ha avuto però un rallentamento nel quarto trimestre causa la seconda ondata della pandemia ed un nuovo calo dei consumi. Il mercato ha beneficiato soprattutto dalla decisa ripresa dei finanziamenti finalizzati legati agli acquisti retail al comparto automotive ed alla cessione del quinto, mentre in forte riduzione si confermano i prestiti personali e in parte le carte di credito.

La congiuntura attuale evidenzia una maggiore selettività in fase di accettazione delle domande di finanziamento ed un aumento naturale delle pratiche respinte. L'evoluzione trimestrale del tasso di rischio

evidenzia comunque un parziale rientro a partire dal terzo trimestre, dopo l'aumento del primo e del secondo. Gli effetti negativi della pandemia, sono evidenti anche per l'insieme dei mercati europei. Il calo è generalizzato a tutti i paesi europei e risulta più marcato per l'Italia, seguono Spagna e Regno Unito e Francia, la Germania che nel 2020 ha adottato misura di contenimento più light fa registrare il calo più contenuto.

A Dicembre 2020, pertanto, i prestiti personali fanno registrare una variazione negativa pari al -33,6%, il credito auto e moto mostra un decremento del -12,4% mentre il mercato dell'altro finalizzato mostra un decremento pari al 12,0%. Il mercato delle carte fa registrare un decremento pari al 13,6%, infine quello della cessione del quinto fa registrare un decremento pari al 8,7%. Il mercato totale del credito al consumo fa registrare un decremento del 21,1%.



**Quota di mercato
leader nel 2020**

PERFORMANCE DEL CREDITO AL CONSUMO NEL 2020

PERFORMANCE DEL CREDITO AL CONSUMO	VALORE		VARIAZIONE
	GEN-DIC 2020	GEN-DIC 2019	
Flussi erogati (Miliardi di €) ²¹	51,6	65,9	-21,1%
Credito al consumo/Reddito	12,4%	12,1%	0,3 pp
Credito al consumo/PIL	8,5%	8,1%	0,4 pp

²¹. I dati 2019 e 2020 sono al netto della Captive Auto

COMPOSIZIONE CREDITI AL CONSUMO EROGATI DAL SETTORE NEL 2020²²

TIPOLOGIE DI PRODOTTO		VALORE OPERAZIONI (€ X 1.000)		NUMERO OPERAZIONI		IMPORTO MEDIO (€)
		GEN-DIC 2020	VARIAZIONE % VS 2019	GEN-DIC 2020	VARIAZIONE % VS 2019	
Prestiti personali		17.351.384	-33,6%	1.593.802	-24,3%	10.886
Autoveicoli e motocicli		5.318.339	-11,3%	448.133	-12,8%	11.868
Finanziamenti veicoli business		263.065	-30,2%	12.858	-33,1%	20.459
Altri prestiti finalizzati		4.717.365	-12,0%	3.799.170	-4,1%	1.242
Carte rateali/opzione		18.620.172	-13,6%	270.491.066	-6,7%	69
di cui:	Carte rateali	1.887.215	-8,1%	12.129.522	-12,7%	156
	Carte ad opzione	16.732.957	-14,2%	258.361.544	-6,5%	65
Cessione del quinto		5.295.804	-8,7%	280.040	-15,0%	18.910
TOTALE		51.566.129	-21,1%	276.625.069	-6,8%	186
TOTALE al netto delle carte opzione/rateali		32.945.957	-24,5%	6.134.003	-11,5%	-

22. Fonte: Osservatorio Assofin sul Credito al Consumo. Tutti i dati di mercato sono al netto delle Captive Auto e Santander e le variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente sono calcolate su un campione omogeneo di rispondenti.



Le performance della Banca

Anche nel 2020, in un contesto di decrescita del credito al consumo, Findomestic ha confermato il suo ruolo di Banca responsabile a sostegno delle famiglie italiane e dei loro progetti, ponendo la sua esperienza al servizio delle comunità in cui opera e delle esigenze dei propri stakeholder. In tale contesto, è stata ulteriormente consolidata la politica di Credito Responsabile che da anni caratterizza l'operato della Banca.

Considerando il contesto di riferimento, le performance della Banca sono state ottime, la produzione di Findomestic Banca S.p.A. si attesta a 8.372 milioni di Euro, in diminuzione del 19% rispetto al 2019, a fronte di n. 9.698.897 operazioni perfezionate nell'anno.

Utile
d'esercizio



PRODUZIONE PER TIPOLOGIA DI CANALE

PRODUZIONE PER TIPOLOGIA DI CANALE	GEN-DIC 2020	GEN-DIC 2019	VARIAZIONE %
Prestiti Personali (Milioni di €)	2.501	3.489	-28,31%
Carte di credito (Milioni di €)	916	1.153	-20,58%
Canale clienti (Milioni di €)	3.417	4.642	-26,39%
Arredamento (Milioni di €)	1.334	1.399	-4,60%
Veicoli (Milioni di €)	1.187	1.453	-18,30%
Conto Permanente in distribuzione (Milioni di €)	248	254	-2%
Canali Veicoli e Distribuzione (Milioni di €)	2.769	3.107	-10,87%
Altri Canali	1.185	1.422	-16,60%

OPERAZIONI E IMPORTI FINANZIATI

TIPOLOGIE DI PRODOTTO	2020		2019		2018	
	IMPORTO FINANZIATO (migliaia di €)	NUMERO OPERAZIONI	IMPORTO FINANZIATO (migliaia di €)	NUMERO OPERAZIONI	IMPORTO FINANZIATO (migliaia di €)	NUMERO OPERAZIONI
Credito classico ²³	7.164	1.638.841	8.882	1.746.119	8.406	1.709.127
Carta di credito	1.208	8.060.056	1.474	8.313.404	1.351	7.625.267
TOTALE	8.372	9.698.897	10.356	10.059.523	9.757	9.334.394

23. Include i prestiti nei mercati Distribuzione e Veicoli, leasing, prestiti personali diretti e indiretti (da altre banche, assicurazioni o aziende del Gruppo) nonché il prodotto cessione del quinto.

Il contributo economico agli stakeholder

Il prospetto sulla produzione e distribuzione del valore economico, ovvero la differenza tra i ricavi ed i costi di produzione, permette di quantificare la ricchezza generata da un'azienda, come si è determinata e come viene distribuita. Nel 2020 il valore economico creato ammonta a circa 631 milioni di euro, di cui il 67%, circa 423 milioni, viene distribuito a fornitori, dipendenti e collaboratori, azionisti, Stato e enti locali e collettività.

**valore
economico
generato
nel 2020**





PRODUZIONE DEL VALORE ECONOMICO (MGL/€) ²⁴	2020	2019	VARIAZIONE %
Margine di interesse	1.016.719	1.000.932	2%
Commissioni nette	88.835	111.362	-20%
Dividendi e proventi simili	9	16	-43%
Utile (perdita) da cessione o riacquisto	-125.582	-91.897	37%
Risultato netto delle altre attività e passività finanziarie valutate al fair value con impatto a conto economico	1	-6	-118%
Margine di intermediazione	984.083	1.018.130	-3%
Rettifiche/riprese di valore nette per deterioramento	-371.462	-269.780	38%
Utili/perdite da modifiche contrattuali senza cancellazioni	-3.479	-1.477	
Risultato netto della gestione finanziaria	609.141	746.873	-18%
Altri oneri/proventi di gestione	22.182	27.903	-21%
Utili (Perdite) da cessione di investimenti	11	14	-19%
VALORE ECONOMICO GENERATO	631.335	774.791	-19%

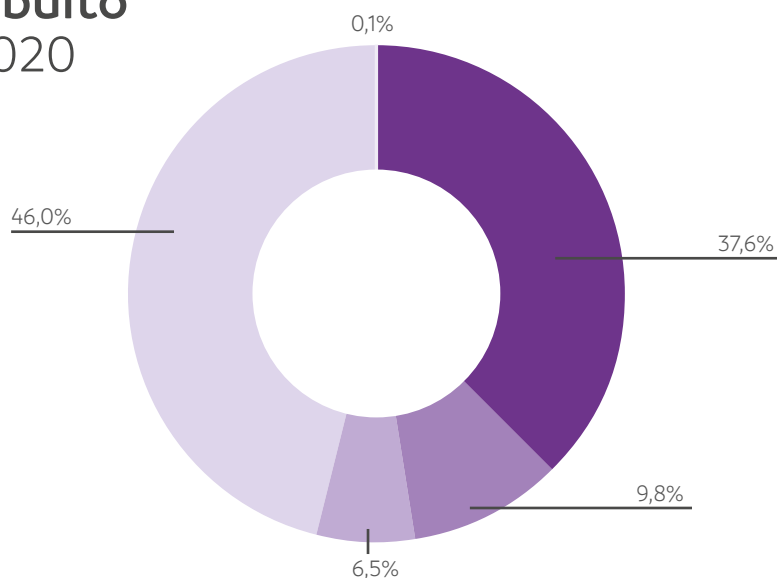
24. Le eventuali mancate quadrature delle ultime cifre nelle tabelle seguenti sono dovute ad arrotondamenti.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO AGLI STAKEHOLDER



valore
economico
distribuito
nel 2020

Comunità locali Fornitori
Stato Azionisti Dipendenti



DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO (MGL/€)	2020	2019	VARIAZIONE %
Altre spese amministrative (al netto di imposte indirette ed elargizioni/liberalità)	159.566	177.148	-10%
Fornitori	159.566	177.148	-10%
Contributi fondi regolamentari	8.027	6.592	22%
Spese per il personale	194.971	192.152	1%
Dipendenti e collaboratori	194.971	192.152	1%
Utile attribuito agli azionisti	27.431	217.867	-87%
Azionisti	27.431	217.867	-87%
Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse	32.232	22.953	40%
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	9.342	118.570	-38%
Stato ed Enti locali	41.574	141.523	-26%
Elargizioni e liberalità	384	316	22%
Collettività	384	316	22%
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	431.953	735.597	-33%
Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	13.477	6.646	103%
Rettifiche/riprese di valore nette su attività materiali	10.754	10.258	5%
Rettifiche/riprese di valore nette su attività immateriali	11.282	10.236	10%
Utili (Perdite) delle partecipazioni	0	0	-
Variazione delle imposte sul reddito anticipate e differite	63.845	0	-
Utile destinato a riserve	110.193	11.544	855%
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	35.513	27.141	-31%

● di cui oltre **42 mln €**
Valore per lo Stato e gli Enti Locali

IMPOSTE E TASSE VERSATE (MGL/€)	2020	2019	VARIAZIONE %
Totale imposte	41.574	141.523	-26%
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	9.342	118.570	-38%
Variazione delle imposte sul reddito anticipate e differite	32.232	22.953	40%
Tax rate (incidenza dell'imposta sul reddito sul risultato lordo d'impresa)	34,72%	34,07%	2%

● di cui oltre **194 mln €** Valore per i dipendenti

ANDAMENTO DEL COSTO DEL LAVORO (MGL/€)	2020	2019	VARIAZIONE %
Costo del lavoro	194.970	192.152	1%
Salari e stipendi	134.427	128.763	4%
Oneri sociali	35.096	34.312	2%
Trattamento di fine rapporto	300	392	-23%
Trattamento di quiescenza	13.801	13.257	4%
Altri costi	11.346	15.429	-26%

di cui circa **3 mln €**
Valore per i Partner commerciali

FATTURATO SUDDIVISO PER CATEGORIA DI PARTNER (MGL/€)	2019	2019	VARIAZIONE %
Totale	2.769	3.107	-10,88%
Partner Distribuzione	1.582	1.654	-4,35%
Partner Veicoli	1.187	1.453	-18,30%

di cui oltre **1 mln €**
Valore per i Partner Bancari

FATTURATO DEI PARTNER BANCARI (MGL/€)	2020	2019	VARIAZIONE %
Totale	1.185	1.422	-16,60%
Partner Bancari	1.185	1.422	-16,60%



IL CREDITO RESPONSABILE

Nello svolgimento di tutte le nostre attività Findomestic si impegna ad operare come **Banca Responsabile**, in quanto permettere a milioni di famiglie di realizzare le loro aspirazioni d'acquisto significa essere protagonisti della vita economica e sociale della comunità. L'ambizione di un'attività di credito responsabile è consentire alle famiglie di soddisfare questi bisogni mantenendo la piena capacità di rimborso dei prestiti ottenuti a tale scopo. Il raggiungimento di questo traguardo è possibile grazie ad un impegno reciproco, da parte dell'istituto di credito, che deve fornire informazioni chiare e proporre soluzioni di credito adatte alle capacità di rimborso

del cliente, e del consumatore stesso, che deve saper valutare la proposta di finanziamento in base alla propria situazione reddituale e patrimoniale. Findomestic da anni pone al centro della sua relazione con il cliente il concetto di sostenibilità del credito e fa della politica di credito responsabile il perno attorno al quale ruota la strategia commerciale per una crescita duratura e sostenibile. Il credito responsabile diventa, quindi, sinonimo di prodotto pronto a recepire le necessità del cliente, attraverso la personalizzazione di un'offerta – un credito “tagliato su misura” – coerente con il suo singolo budget e le sue aspirazioni di acquisto.

Credito Responsabile



**Più responsabili,
insieme...**

“Permettere a milioni di famiglie di realizzare le loro aspirazioni d'acquisto significa essere protagonisti della vita economica e sociale della comunità”

GLI INDICI DI CREDITO RESPONSABILE

GLI INDICI DI CREDITO RESPONSABILE				2018	2019	2020
“Perché saper dire di no risponde a esigenze di prudenza a tutela anche degli interessi del richiedente”	INDICE 1 % di rifiuto delle richieste di finanziamento	Percentuale di rifiuto sulle richieste di credito personale e tramite carta		30,90%	33,50%	37,70%
	INDICE 2 % di incidenti	Pratiche senza incidenti (pratiche che non hanno mai raggiunto un ritardo nei pagamenti di 2 mesi o più)	per valore	93,30%	93,50%	93,60%
“Perché Findomestic vuole garantire la solvibilità dei propri clienti”	INDICE 2 % di incidenti	Pratiche integralmente saldate (pratiche che non sono mai state trasmesse al Servizio Contenzioso)	per valore	96,70%	96,60%	96,60%
		INDICE 3 % di rischio	Percentuale di rischio Findomestic (rettifiche di valore nette per deterioramento crediti rispetto agli impieghi medi – norma IAS)	1,61%	1,92%	2,52%

L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

Per poter operare come Banca Responsabile, Findomestic, tra le diverse iniziative messe in opera, ha anche creato l'Osservatorio Findomestic, **un sistema di indagini e ricerche di mercato**, condotte in collaborazione con primari istituti italiani, concepito per fornire agli stakeholder dell'azienda un'analisi continua sull'evoluzione dei mercati di riferimento e informazioni sempre aggiornate sui comportamenti di consumo. L'Osservatorio Findomestic è nato nel 1994, sull'esempio dell' "Observatoire" che Cetelem, società di credito al consumo di BNP Paribas, realizzava e diffondeva già a partire dagli anni Ottanta in Francia. Inizialmente l'Osservatorio consisteva nella pubblicazione annuale di un unico documento di analisi e ricerca sul mondo dei consumi, realizzato perché potesse rappresentare un'importante fonte d'informazione per la stampa e i Partner commerciali. Oggi, a distanza di 27 anni dalla sua nascita, l'Osservatorio ha allargato il proprio raggio d'azione realizzando e, diffondendo 3 diverse pubblicazioni (Osservatorio dei Consumi, Osservatorio Mensile e Osservatorio Auto) durante tutto

il corso dell'anno, ha consolidato il proprio ruolo di fonte autorevole di informazioni in materia di consumi e comportamenti di consumo non solo nei confronti di stampa e operatori di mercato ma anche per associazioni e istituzioni.

Il 2020 è stato un indubbiamente annus horribilis sotto molteplici punti di vista ma non per l'Osservatorio che, in un contesto di pandemia e incertezza, ha saputo adattarsi, evolvere e confermarsi come punto di riferimento per stampa, operatori di mercato, associazioni e tutti coloro che avessero l'esigenza o il desiderio di comprendere il sentiment e il comportamento del consumatore.

In particolare, in una situazione estremamente volubile in cui fare previsioni è diventato complicato se non impossibile, l'Osservatorio Mensile, che dal 2007 analizza mensilmente l'evolversi del clima di fiducia e della propensione al consumo, è risultato particolarmente prezioso per la stampa, assetata di informazioni utili per comprendere il comportamento del consumatore alle prese con un contesto inimmaginabile fino a poco tempo prima. Si spiega così l'incremento dei ritorni media in



Consistenti i ritorni media ottenuti dall'Osservatorio nel 2020:

1311 citazioni

su numerose testate giornalistiche (+16% rispetto al 2019)

1 conferenza stampa nazionale e

2 conferenze stampa regionali per

la presentazione dell'Osservatorio dei Consumi che è stato anche presentato ai Partner Commerciali attraverso una

piattaforma digitale che ha registrato

955 iscritti, tra cui **617 insegne**.



termini di passaggi complessivi ottenuti su stampa, tv, radio e web: il 2020 si è chiuso, infatti, con 1.311 menzioni del brand Findomestic associato all'attività dell'Osservatorio, un numero che segna un incremento del 16% rispetto all'anno precedente.

Una parte consistente di questi ritorni media sono stati garantiti anche dalle 3 conferenze stampa organizzate: 1 nazionale riservata alla pubblicazione della nuova edizione dell'Osservatorio dei Consumi, un'edizione particolarmente attesa a livello mediatico perché orientata a fare, alla metà di dicembre, un primo bilancio sui consumi 2020 e 2 regionali dedicate alla pubblicazione di una declinazione territoriale dei dati dell'Osservatorio dei Consumi. Nonostante l'emergenza sanitaria, nel 2020 è stato organizzato, seppur in versione digitale, il consueto incontro annuale con le Associazioni dei Consumatori, altro target oramai da anni attento alle ricerche dell'Osservatorio. Il meeting nazionale esteso a

tutte le rappresentanze dei consumatori è stato, come da tradizione, l'occasione per presentare i dati sul vissuto e sui comportamenti del consumatore raccolti all'interno dei monitoraggi più recenti dell'Osservatorio Mensile.

E, nonostante che le limitazioni imposte dal contesto emergenziale abbiano impedito l'organizzazione del tour nazionale di incontri rivolti ai Partner commerciali di Findomestic, l'Osservatorio non ha rinunciato ad offrire un supporto a questo target. In alternativa alle presentazioni in presenza sono stati pubblicati su una piattaforma destinata a tutti i Partner contenuti mirati volti ad offrire un'analisi del contesto economico, previsioni a breve e medio termine ed un'interpretazione del pensiero del consumatore. L'Osservatorio ha raggiunto il target degli operatori commerciali anche partecipando come ospite ad eventi di settore come il Dealer Day e mediante l'organizzazione di incontri mirati con singole insegne.

I 3 Osservatori di Findomestic

FOCUS
MAGGIO 2021



OSSERVATORIO MENSILE

Strumento d'indagine mensile che nasce nel 2007 in un momento in cui la situazione economica, complicata ed instabile, rende difficile fare previsioni sull'andamento dei mercati dei beni durevoli a lungo termine. Unica società del Gruppo BNP Paribas ad avere un Osservatorio Mensile, Findomestic Banca ha lanciato questo nuovo strumento per cogliere, con cadenza mensile, i cambiamenti dello stato d'animo dei consumatori e l'evoluzione della loro propensione all'acquisto nell'immediato. Viene anche questo diffuso alla stampa ed ai Partner commerciali.

OSSERVATORIO CONSUMI 2020 - MERCATI
I MERCATI DEI BENI DUREVOLI IN ITALIA



OSSERVATORIO DEI CONSUMI NAZIONALE

Pubblicazione annuale contenente indagini e studi dedicati al comportamento dei consumatori e all'andamento dei mercati dei beni durevoli sul territorio nazionale che viene presentata alla stampa, attraverso una conferenza dedicata alle testate "nazionali" seguita da sette conferenze regionali dedicate a testate "locali" e diffuso presso i Partner commerciali, mediante l'organizzazione di un roadshow che nel 2019 ha toccato 14 diverse città.

OSSERVATORIO AUTO
TENDENZE E PROSPETTIVE DEL MERCATO AUTO NEL MONDO



OSSERVATORIO AUTO

Pubblicazione annuale lanciata nel 2006 con l'intenzione di offrire a Partner e stampa un documento dedicato al mondo automotive. L'Osservatorio Auto contiene l'indagine internazionale, che BNP Personal Finance realizza ogni anno, mettendo a confronto il comportamento dei consumatori all'interno dei principali auto mondiali. Nel 2019 l'indagine è stata diffusa ai media mediante la pubblicazione di un comunicato stampa e la realizzazione di un video che sintetizza le principali evidenze dello studio.

UN MODELLO DI BUSINESS CON IL CLIENTE AL CENTRO

Il Modello di Business di Findomestic pone al centro il cliente, con l'obiettivo di garantire un credito responsabile. Trasparenza, flessibilità ed omnicanalità dei servizi restano i punti di forza su cui si basa la soddisfazione dei clienti.

I quattro aspetti principali sui quali la strategia Findomestic si concentra sono:

- 1 offerta di prodotti adeguati e trasparenti;**
- 2 il rafforzamento della relazione con il cliente;**
- 3 l'ampliamento dell'offerta di prodotti e servizi;**
- 4 l'innovazione dei servizi.**

Nell'anno appena trascorso, mantenere validi questi principi durante la crisi dovuta alla pandemia ha rappresentato la sfida e ricevuto il massimo dell'impegno da parte di Findomestic, nonché rivestito valenza strategica nell'affrontare il difficile momento. Asse importante è stato riadeguare i processi aziendali, nel rispetto delle indicazioni normative e degli standard di sicurezza, al fine di consentire in modo semplificato la relazione a distanza del Cliente con la propria Banca, permettendo operazioni e assistenza in modalità remota, garantendo la sicurezza del Cliente stesso e degli operatori di sportello senza inficiare l'efficacia del contatto.

EVOLUZIONE DEL MODELLO DI BUSINESS DI FINDOMESTIC BANCA

1. TRASPARENZA

offerta di prodotti adeguati e trasparenti

2. RELAZIONE

relazione con il cliente durante il "ciclo di vita" del servizio offerto

3. AMPLIAMENTO

ampliamento della gamma di prodotti e servizi

4. INNOVAZIONE

sviluppo di sistemi informatici innovativi



1. Offerta di prodotti adeguati e trasparenti

Findomestic si impegna ad offrire al cliente prodotti adeguati e trasparenti fin dalla fase iniziale di messa a punto del prodotto.

Il processo di rilascio in produzione dei nuovi prodotti e servizi è subordinato al rispetto di una specifica procedura interna che ha la

finalità di assicurare la conformità delle innovazioni al contesto normativo di riferimento e agli standard aziendali; tale procedura assicura la comprensibilità, da parte della clientela, della struttura, delle caratteristiche e dei rischi connessi ai prodotti, nonché la valutazione e

prevenzione di eventuali rischi che possono essere generati dalle innovazioni (di non conformità, reputazione, operativi, di credito, giuridici, finanziari, contabili e fiscali). Un comitato interfunzionale composto dalle funzioni di gestione dei rischi garantisce la corretta esecuzione del processo.

Le attività svolte nell'ambito del coordinamento del Comitato sono riportate, oltre che nei verbali dedicati, anche nella Relazione annuale delle attività del Risk Management di cui è data informativa al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale.

Per garantire la corretta e completa informazione dei clienti, prima che siano vincolati da un rapporto



contrattuale, sono previste specifiche procedure e dispositivi di controllo sui contenuti della documentazione informativa a supporto della commercializzazione dei prodotti, nonché sulla tempestiva disponibilità della stessa presso le reti di vendita interna ed esterna; inoltre, la documentazione informativa è pubblicizzata anche sui siti internet delle società. Le procedure interne definiscono, infine, le

modalità di utilizzo della documentazione in funzione del canale distributivo adottato. Specifiche iniziative formative sono attivate per gli operatori della rete di vendita interna ed esterna per fornire una conoscenza aggiornata della normativa di riferimento e delle procedure interne.

Nella fase di vendita, Findomestic adotta specifiche procedure affinché il cliente sia indirizzato verso

prodotti adeguati e sostenibili rispetto alle proprie esigenze finanziarie. In tale ambito, prima di concludere un contratto di credito, viene effettuata una valutazione del merito creditizio acquisendo le informazioni necessarie alla valutazione del profilo socio economico del cliente, ricorrendo al supporto di sistemi esperti interni e, nei casi previsti, consultando banche dati esterne.



I 7 PRINCIPI FONDAMENTALI DEL PIC

1. L'offerta di prodotti adeguati alle esigenze del cliente.
2. La tariffazione responsabile
3. La prevenzione del sovraindebitamento
4. La trasparenza nelle condizioni applicate e nelle informazioni fornite ai clienti
5. Il trattamento corretto e rispettoso dei clienti e dei propri dati personali
6. La corretta gestione dei reclami e delle lamentele.
7. L'identificazione e gestione dei conflitti di interesse.

PIC - PROTEZIONE DEGLI INTERESSI DEL CLIENTE

“SODDISFARE LE ESIGENZE E LE ASPETTATIVE DEL CLIENTE”

Questo è lo scopo che Findomestic vuole costantemente raggiungere, rendendosi sempre disponibile all'ascolto dei propri clienti e impegnandosi ad instaurare con loro un solido rapporto ispirato a valori di correttezza, trasparenza, professionalità e riservatezza. Per garantire la centralità degli interessi del cliente, la Banca ha identificato 7 principi fondamentali su cui si basano specifiche procedure e dispositivi organizzativi di controllo. La protezione degli interessi dei clienti deve essere assicurata durante l'intero processo di creazione e commercializzazione di un prodotto, dalla sua ideazione/validazione, alla promozione, alla vendita e al dopo-vendita e coinvolge i produttori, i distributori e la relativa rete di vendita.

Il comportamento e le azioni di Findomestic mirano quindi ad offrire servizi di qualità, individuando le migliori soluzioni in relazione agli interessi ed alle caratteristiche dei clienti, nonché fornendo loro informazioni chiare e non ingannevoli, senza alcun tipo di discriminazione o trattamento preferenziale.

2. Rafforzamento della relazione con il cliente

Findomestic al fine di rafforzare la relazione con il cliente, concentra la propria azione sull'ascolto di due principali stakeholder: clienti e Partner.

ATTIVITÀ DI ASCOLTO DI CLIENTI E PARTNER

- Indagini di soddisfazione e raccomandabilità verso Clienti e Partner (NPS)
- Ascolto Cliente
- Clams monitoring

Analisi dei risultati
e dei punti di
miglioramento

Piano di Azione

Diffusione
della cultura
della Qualità

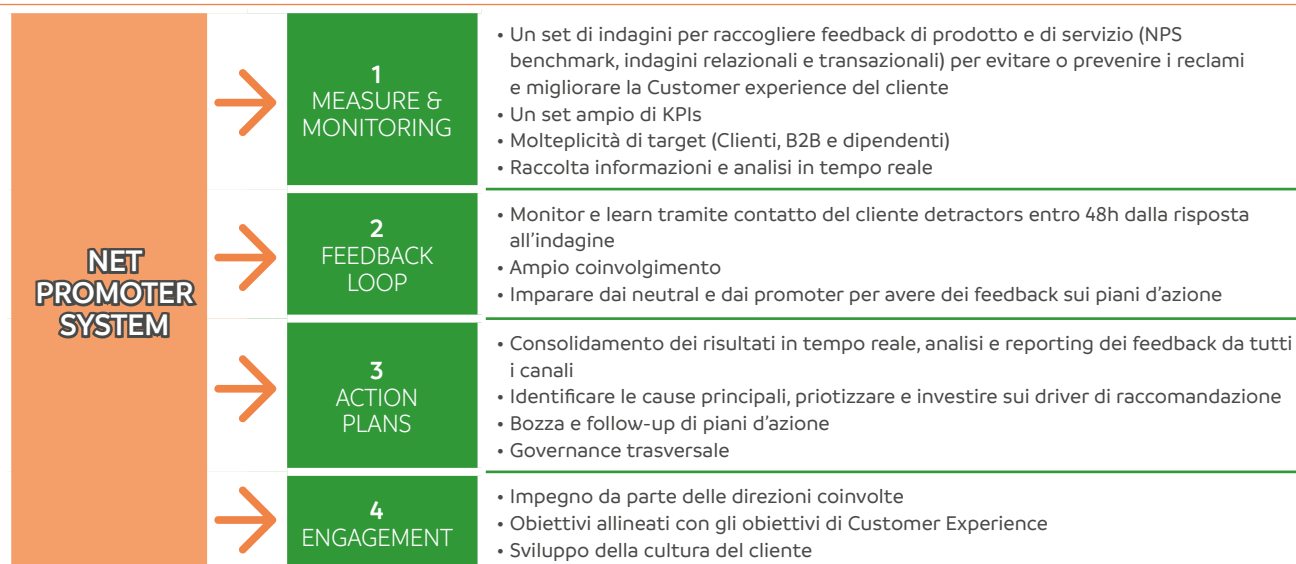
Ascolto dei Clienti e Partner

La percezione del cliente sulla qualità offerta dalla Banca viene monitorata principalmente attraverso tre strumenti: le indagini di soddisfazione e raccomandabilità su Clienti e Partner, le attività di ascolto Cliente

presso i centri periferici, il monitoraggio dei reclami ("claims monitoring"). In seguito a tale attività di monitoraggio vengono definiti dei piani di azione volti alla risoluzione delle problematiche riscontrate.

Il sistema Net Promoter System (NPS)

Le indagini svolte da Findomestic in un'ottica di miglioramento dei prodotti/servizi offerti, sono state industrializzate grazie al sistema NPS descritto nel modello sottostante:



Le indagini predisposte dalla Banca sono di 5 tipi: *dopo vendita, sottoscrizione prodotto, reclamo, relazionale (sia per B2C che per B2B) e digital* su Area Clienti. Inoltre, esistono due tipologie di monitoraggio della customer experience:

1. Transazionale - ogni qualvolta un cliente/dealer attiva un nuovo prodotto o sollecita la Banca per un servizio relativamente a prodotti o a servizi attraverso uno dei touch point, viene intervistato al fine di capire il livello di soddisfazione, raccomandabilità

e di effort per entrare in contatto con la Banca (per il settore B2C) o quanto è facile attivare relazioni di business (per il settore B2B). Al fine di migliorare ulteriormente la *customer experience* del cliente, a fine 2018 la Banca si è dotata di un sistema di *instant feedback*.

2. Relazionale - vengono effettuate ogni mese interviste ai clienti e trimestralmente ai dealer con lo scopo di monitorare la loro soddisfazione e la raccomandabilità della Banca.

IL SISTEMA NPS: "NET PROMOTER SYSTEM"

Il sistema NPS prevede, attraverso un tool, l'industrializzazione delle indagini quantitative verso i propri clienti finali e partner commerciali; questo consentirà a Findomestic di gestire una relazione diretta e creare una customer experience in linea con le esigenze di prodotto e di servizio verso i propri clienti/partner.

Considerando l'universo clienti, l'indicatore "Net Promoter Score" viene calcolato come differenza tra la % di clienti "promotori" (clienti felici e soddisfatti del prodotto) e la % dei clienti "detrattori" (clienti insoddisfatti che potrebbero danneggiare la reputazione aziendale). I clienti "passivi" non vengono considerati nel calcolo.



Le indagini sui clienti consentono, quindi, di rilevare la percezione di Findomestic da parte dei consumatori, sulla base di tre aspetti principali (Key Performance Indicators o KPI): *soddisfazione, raccomandabilità e customer effort score*.

8,3 SU 10

Clienti che si dichiarano "soddisfatti"

8,3 SU 10

Clienti che dichiarano che **Findomestic è una Banca responsabile**

8,4 SU 10

Clienti che dichiarano che è **facile entrare in contatto con Findomestic**

46,8 %

Net Promoter Score (differenza tra "promoters" e "detractors")

Nel corso del 2020, a causa della situazione di emergenza generata dalla pandemia di COVID19, Findomestic ha deciso di sospendere l'invio di tutte le survey da marzo a settembre, eccezion fatta per la survey "Always on", unica transazionale spontanea sempre attiva sul sito.

Le indagini sui Partner consentono a Findomestic di gestire una relazione diretta e ancora più puntuale con i propri dealer e una user experience più puntuale nelle singole journey e collegata alle esigenze di prodotto e di servizio dei propri partner.

I risultati, seppur con uno stop effettuato da marzo a settembre a causa del COVID19, confermano una diffusa soddisfazione ed un elevato livello di raccomandabilità della Banca verso i propri partner su tutti gli asset di prodotto, di servizio e di relazione. Emerge un'immagine forte e trasversale rispetto a serietà, relazione, innovazione e soprattutto servizio (tempi di accettazione delle pratiche e velocità di erogazione).

8,7 SU 10

Partner che si dichiarano "soddisfatti"

8,7 SU 10

Partner che dichiarano che **Findomestic è una Banca responsabile**

8,2 SU 10

Partner che dichiarano che è **facile entrare in contatto con Findomestic**

61,5 %

Net Promoter Score (differenza tra "promoters" e "detractors")

Ascolto del cliente presso i centri

L'ascolto del cliente esterno viene completato con le giornate di Ascolto Cliente, le quali coinvolgono tutti i direttori ed i dirigenti presso i centri periferici, come i centri clienti e customer solutions dislocati su tutto il territorio nazionale.

Queste giornate rappresentano un importante momento di incontro tra la Banca, i suoi manager ed il cliente, un'occasione unica per raccogliere

segnalazioni e suggerimenti sulle possibili aree di miglioramento della qualità del servizio e del rapporto con il cliente.

La novità del 2020, dovuta all'emergenza pandemica, consiste nello svolgimento dell'ascolto effettuato totalmente da remoto attraverso un sistema di conference call che ha permesso comunque lo svolgimento di queste attività.

Claims monitoring

Findomestic persegue il proprio impegno di responsabilità sociale e di sviluppo del c.d. "credito responsabile", anche attraverso una adeguata gestione dei reclami, soddisfacendo in modo puntuale gli obblighi normativi e, tenendo conto dei bisogni, delle attese dei clienti e considerando i reclami come occasioni di miglioramento dei propri processi, prodotti ed efficienza operativa. Una buona gestione dei reclami riduce la distanza tra servizi offerti e servizi attesi, aumentando la fedeltà della clientela.

Nella gestione di un reclamo è utilizzata la forma e la modalità di comunicazione di volta in volta più efficace, in considerazione del contenuto del reclamo, della qualifica del mittente (cliente, avvocato, associazione rappresentativa ecc.), del mezzo utilizzato (cartaceo, elettronico, web ecc.), preferendo comunque il mezzo digitale. Findomestic mette a disposizione dei propri clienti, per informazioni sui propri prodotti e servizi, suggerimenti ed, in particolare, per la gestione delle c.d. lamentele, oltre alle agenzie presenti sul territorio (Centri Relazione Clienti), anche il proprio call center. I clienti possono, peraltro, decidere di scrivere direttamente un reclamo, ai sensi della definizione contenuta nelle Disposizioni di Trasparenza di Banca d'Italia, inoltrandolo in forma cartacea o tramite il sito



1

Accesso agevole da parte dei clienti alle informazioni relative alla modalità con le quali sporgere un reclamo o effettuare una lamentela

2

Ricezione, il trattamento e l'archiviazione di tutti i reclami e di tutte le lamentele ricevuti

3

Processo organizzato con chiara indicazione di ruoli e responsabilità, adeguata formazione, circuiti operativi chiari e strutturati

4

Tracciabilità dei reclami e delle lamentele

5

Analisi continua delle ragioni sottostanti ai reclami ed alle lamentele, in modo da poter adeguare prodotti e processi aziendali alle evidenze emerse

6

Piena conformità del processo di gestione alle normative applicabili

7

Misurazione dell'efficienza del processo di gestione mediante analisi di costi e indicatori di tempi e qualità

di Findomestic o tramite e-mail o Posta Certificata.

L'analisi dei contenuti delle lamentele e dei reclami scritti consente a Findomestic di conoscere e monitorare le motivazioni di eventuali

insoddisfazioni del cliente e formulare azioni correttive tese a mantenere un alto livello di qualità del servizio. L'efficienza del processo di gestione dei reclami è misurata tramite indicatori di tempi e qualità.

MONITORARE LE TIPOLOGIE DI RECLAMI...	2020	2019	2018
Aspetti organizzativi	710	525	568
Rapporti con il personale	433	357	307
Rapporti con i Partner	362	918	196
Prodotti venduti telefonicamente	94	97	87
Aspetti contabili	345	221	268
Trattamento dati	980	801	727
Trasparenza ²⁵	3339	4.125	4.216
Frodi	188	119	94
Totale	6.451	7.163	6.463
...E VALUTARE LA FONDATEZZA DEI RECLAMI	2020	2019	2018
Reclami recidivi	3%	7%	4%
Reclami fondati	8%	8%	4%
Reclami non fondati	92%	92%	96%

25. Comprende i reclami, assicurativi e commerciali, gestiti a partire da novembre 2016



Nel 2019 il numero totale dei reclami pervenuti era aumentato del 10,8% rispetto al 2018, mentre nel 2020 si evidenzia un decremento del 9,9% rispetto al 2019, dovuto soprattutto a:

- periodo di lockdown imposto dal Governo per far fronte all'emergenza sanitaria legata alla diffusione del Covid-19 (nei primi 5 mesi del 2020 abbiamo assistito ad un calo del numero dei reclami pari al 24% rispetto ad A-1);
- riduzione del numero dei reclami ricevuti a causa di mancate o parziali consegne di

beni finanziati (nel 2019, a causa dell'insolvenza dei due partner commerciali Magri Arreda e Centro Convenienza, avevamo ricevuto n. 580 reclami);

- riduzione del numero dei reclami assicurativi commerciali (- 50% rispetto al 2019).

Nel corso del 2020 si segnala, inoltre, l'avvenuta gestione di 257 reclami inerenti le moratorie legate all'emergenza Covid 19, previste per il sostegno a consumatori ed imprese.

Findomestic si pone l'obiettivo costante di fornire alla clientela

risposte tempestive, chiare, efficaci e in tempi inferiori a quelli richiesti dalla normativa di riferimento per le diverse tipologie di reclamo (60 giorni reclami ordinari, 45 giorni reclami assicurativi commerciali, 30 giorni reclami trattamento dati, 15 giorni reclami servizi di pagamento).

Nel 2020 i tempi medi di gestione sono stati di 15,7 giorni, mentre la tempistica di lavorazione all'interno dell'Ufficio Gestione Reclami (numero di giorni da quando l'ufficio riceve il reclamo a quando lo stesso fornisce la risposta) è stata di 8,3 giorni.

da quando la Banca riceve il **reclamo** a quando l'ufficio reclami fornisce la **risposta**



Piani di azioni a seguito delle attività di ascolto del cliente esterno

L'analisi dei risultati delle attività di ascolto viene effettuata dalla struttura di Customer Advocacy con l'obiettivo primario di dar voce al Cliente. La struttura individua, tramite gli strumenti di ascolto messi a disposizione, le cause radice che generano la sua insoddisfazione e implementa, ove necessario, piani di azione volti alla risoluzione delle specifiche problematiche.

Gli strumenti a disposizione della struttura CAO sono:

- **NPS:** Attraverso un tool, il Team CAO monitora costantemente le evidenze che emergono da ogni singola survey, transazionale o relazionale. Decodifica attraverso il Text Analytics i verbatim dei Clienti e dei Partner e le verbalizzazioni dei Cloopers (una volta effettuato il processo di Feedback Loop) in funzione dell'impatto che la tematica genera sull'indice NPS.
- **RECLAMI:** Ogni mese, il Team CAO partecipa ad incontri mensili in cui viene presentato l'andamento dei Reclami e dei Ricorsi ABF.
- **SOCIAL:** Il Team CAO è in costante contatto con l'Ufficio addetto alla gestione dei Social per il monitoraggio delle principali evidenze che emergono dalla lettura dei commenti sui profili Social, nonché dall'ascolto della Rete in generale.
- **ASCOLTO CLIENTE:** Grazie alla lettura costante dei report redatti nelle Giornate di Ascolto che Direttori e Dirigenti effettuano nel corso dell'anno presso le strutture periferiche, il Team CAO raccoglie spunti importanti e fondamentali per l'analisi della voce del Cliente.
- **CONTATTO CON LA RETE:** Il Team CAO organizza, durante il corso dell'anno, momenti di contatto con le strutture di Rete al fine di raccogliere in prima persona la voce del Cliente e avere un contatto diretto con i loro feedback.
- **INDAGINI INTERNE:** Il Team CAO si avvale anche dei risultati di eventuali indagini interne su processi e prodotti che riguardano i Clienti e Partner al fine di migliorare la Customer Experience in presenza di evidenti criticità.

Grazie allo studio delle sue fonti, sollecitate e non, è compito della Customer Advocacy effettuare analisi quali-quantitative per individuare le tematiche che, per importanza e diffusione, necessitano del suo intervento.

Verranno quindi organizzati dei workshop con il supporto del Team Ace e gli esperti della materia per individuare e proporre piani di azione volti alla risoluzione delle tematiche individuate e verranno ingaggiate le strutture aziendali, interessate dai risultati delle indagini NPS, allo scopo di far prendere in carico lo sviluppo successivo delle azioni volte alla risoluzione dei vari pain point abbinati alla voce del cliente/dealer.

Nel corso del 2020 sono state completate le attività scaturite dal piano di azione relativo ai prodotti complementari che aveva visto la sua nascita nel 2019:

- Revisione delle coperture nei prodotti CPI dei mercati intermediati;
- Realizzazione video formativi per le reti commerciali;
- Realizzazione di video per le vetrine delle agenzie su Cpi e polizza Libera;
- Revisione della locandina prodotti per la rete Agenti.

Sono stati inoltre intrapresi nuovi Piani di azione tra cui:

- Revisione del processo di annullamento pratiche;
- Revisione del processo di gestione delle lamentele;
- Sensibilizzazione delle reti sull'offerta green.



3. Ampliamento dell'offerta di prodotti e servizi

Alla base dell'intero modello di business c'è la costante ricerca della qualità e dell'innovazione.

In Findomestic, infatti, è radicata la convinzione che l'innovazione a 360° sia un processo di cambiamento culturale profondo, che investe le strategie, la crescita, i prodotti, i processi, l'organizzazione e il posizionamento rispetto al proprio mercato di riferimento. La Banca, in particolare, vuole essere protagonista del benessere economico e sociale del Paese, nonché promotrice

del cambiamento verso un mondo più sostenibile, attraverso la produzione di idee, progetti e prodotti che hanno un impatto ambientale e sociale. Oltre a questo, la velocità ed il "time to market" dell'idea sono fondamentali per il raggiungimento del successo. E anche su questo tema Findomestic ha compiuto un prezioso percorso grazie a un approccio più strutturato ai progetti partendo dal business/marketing e attraversando tutta la catena operativa.



Gestione Totale della Qualità in Findomestic

Mantenimento della certificazione ISO9001:2015

Il lockdown non ha fermato il processo di ri-certificazione del sistema di gestione per la qualità e quindi del relativo percorso al mantenimento della certificazione ISO9001:2015, che si è svolta anche in modalità "digitale".

La prima parte della visita è stata effettuata in presenza nel mese di Febbraio 2020; la seconda invece, prevista per il mese di Marzo 2020, è stata rimandata a causa dell'emergenza sanitaria a fine Giugno 2020 ed è stata condotta in modalità totalmente digitale. Tutto questo in condivisione con l'ente

certificatore Bureau Veritas. Attraverso l'utilizzo di strumenti digitali e della fattiva collaborazione di tutti i Team e le Direzioni interessate, Findomestic è riuscita a portare a termine con successo la visita di mantenimento, conciliando l'esigenza della Certificazione e la necessità di garantire la

massima sicurezza di tutti i partecipanti a questo importante evento.

I risultati della verifica ispettiva sono stati molto soddisfacenti e hanno evidenziato ancora una volta l'attenzione di Findomestic al cliente e alla qualità dei vari prodotti, processi e servizi erogati.

Il programma ACE si evolve, includendo iniziative FAST ed Agile for Business

Il Team ACE di Findomestic Banca durante il 2020 ha continuato a valorizzare l'approccio bottom up, nonostante il contesto pandemico sempre più mutevole. Le iniziative FAST (Flessibile, Agile, Semplice, Trasversale) ed Agile for Business

hanno contribuito alla trasformazione di Findomestic, attraverso la messa a terra di azioni volte all'innovazione, alla sperimentazione e all'accelerazione di alcuni processi. Nel corso del 2020, il tradizionale evento globale BNP Paribas

Personal Finance "ACE Day" si è svolto in modalità digitale. Findomestic ha ottenuto il premio "Best 2020 Ambition" ed inoltre il Team ha ricevuto 2 certificazioni di ACE Scrum Master for Business, rilasciate da BNP Paribas.


F LESSIBILE

A GILE

S EMPlice

T RASVERSALE


L'evoluzione del programma RPA (Robotic Process Automation)

Attraverso la "Robotic Process Automation" (RPA), Findomestic ha introdotto un'innovazione tecnologica che tramite l'automazione sostiene il livello di efficienza dei processi e migliora la qualità dei servizi. Nell'ultimo anno il Programma di Robotic Process Automation (RPA) è ulteriormente entrato a far parte della quotidianità di Findomestic, identificando sempre più ambiti eleggibili all'automazione di alcuni processi aziendali.

Il contesto dettato dall'emergenza sanitaria ha permesso di avere un'accelerazione del Programma, sia nell'identificazione che nella messa a terra di miglioramenti dei processi, facendo raddoppiare il numero di attività che usufruiscono di RPA.

La sfida che Findomestic ha già iniziato ad intraprendere è quella di integrare la Robotica con l'Intelligenza Artificiale.

ROBOTIC PROCESS AUTOMATION

Automazione di processi semplici attraverso software di robotica



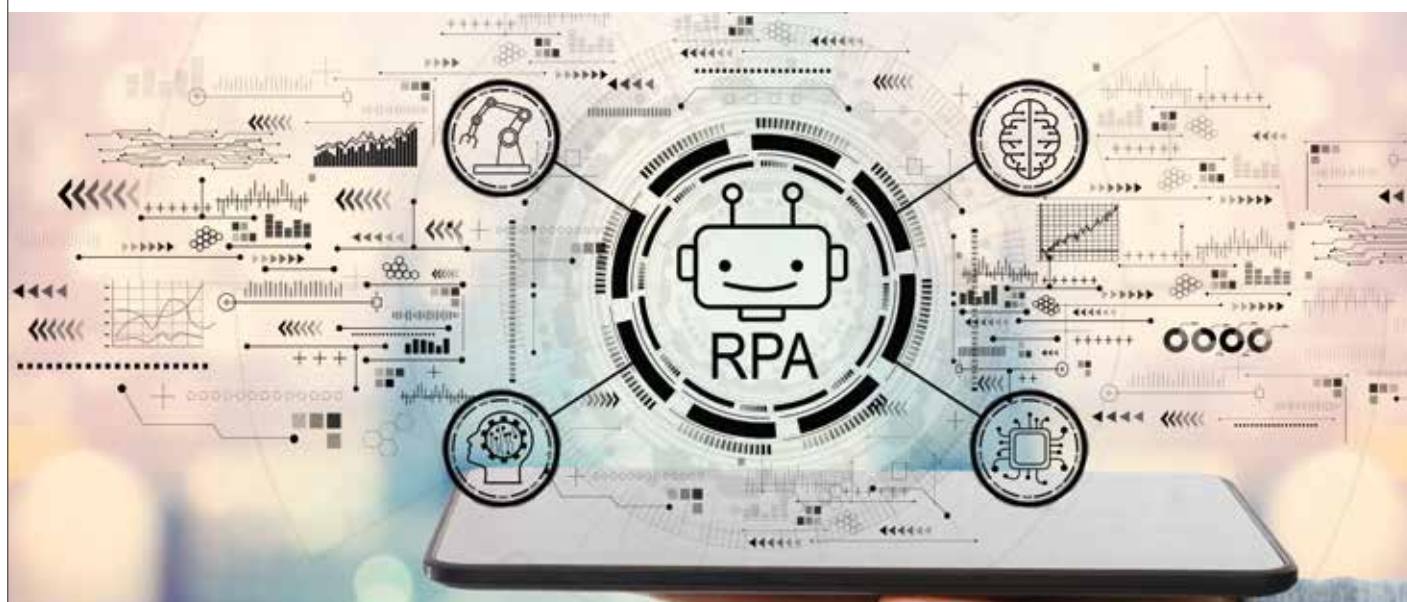
INTELLIGENT AUTOMATION

Combinazione di tecnologie differenti per creare una workforce digitale a supporto delle esigenze di business



ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Tecnologie che supportano l'automazione dei processi aziendali



“CESSIONE DEL QUINTO DIGITALE”

Il 2020 ha visto Findomestic particolarmente attiva nel mantenere costantemente vivo il contatto con il Cliente e colmare le distanze imposte dall'emergenza sanitaria. In particolare, si è fortemente impegnata a garantire la sottoscrizione dei contratti di finanziamento, che per il prodotto Cessione del Quinto erano ancora in modalità cartacea. In poco tempo, attraverso la Metodologia BPM (Business Process Management) è stato reingegnerizzato e digitalizzato il processo della raccolta firma del Cliente a distanza, con prevenzione e firma integrata.

Diverse innovazioni sono state attivate per quanto riguarda il credito garantito, anche in ottica semplificazione dell'interazione Cliente/Banca a distanza, oltre al nuovo processo online:

- firma digitale a distanza, oltre che in presenza, per canali telefonici e fisici;
- completamento degli sviluppi sugli applicativi della Cessione e la specializzazione dei Team

Credit per un supporto più adeguato e vicino con le strutture di Front End, velocizzando il processo di gestione delle richieste dei Clienti;

- aggiunta di un team CQS a Napoli, con benefici sulla Business Continuity, sull'ottimizzazione dei flussi e conseguente miglioramento degli SLA verso il Cliente;
- innovazioni di processo con i Partner Assicurativi con riduzione dei tempi di gestione delle richieste;
- nuove scontistiche sulle tariffe assicurative a beneficio del TAEG per il Cliente.

In ottica di innovazione ed attenzione al Cliente, Findomestic garantisce ulteriori benefici nella Customer Experience, nella User Experience e soprattutto in termini “Green”, grazie alla forte riduzione dei volumi di contratti cartacei stampati e anche alla riduzione delle emissioni di CO₂ dovute alla movimentazione fisica dei contratti.



Innovazioni di prodotto e di processo: prodotti trasparenti, flessibili e adattabili

Il Covid 19 ha accelerato la digitalizzazione degli italiani e Findomestic ha assecondato questa esigenza investendo in offerte e UX sul web. Sono quindi aumentati i prodotti innovativi offerti con l'introduzione di nuove soluzioni sempre orientate al cliente secondo una logica di trasparenza e flessibilità per adattarsi alle diverse esigenze.

Nell'ambito dell'acquisto e della gestione dei Prodotti di Banca Digitale, nel 2020 si sono raccolti i frutti della strategia implementata nell'anno precedente per l'entrata in contatto del Cliente con la Findomestic: piena libertà di gestire oltre il 90% delle proprie esigenze via APP, Mobile e Desktop e Telefonicamente, con un'ampia disponibilità di orario di contatto. Questo ha fatto la differenza in un anno in cui la disponibilità ad effettuare operazioni in visita presso le nostre filiali ha subito delle limitazioni significative.

Nel **Mercato Clienti**, nel 2020, gli elementi distintivi dell'offerta di Findomestic sono stati il nuovo prestito flessibile e la cessione del quinto. La risposta all'incertezza scatenata dalla pandemia è stata l'enfaticizzazione della flessibilità di rimborso dei nostri prestiti personali, sia per quanto riguarda il cambio dell'importo della rata che la possibilità di posticiparla (1 volta all'anno, precedentemente per un massimo di 3 volte per ogni prestito). Per quanto riguarda la cessione del quinto, come anticipato, si è completamente digitalizzato il processo di simulazione, richiesta e firma del contratto, rispondendo alle nuove istanze dei clienti. Al tempo stesso il Paga Sereno connesso al nostro conto corrente è cresciuto di rilievo tra i correntisti e sul fronte assicurativo Findomestic ha lanciato Polizza Libera anche disconnessa dal conto corrente, per la quale è stato fatto un lavoro di ottimizzazione del processo di vendita, tutto in ottica di massima trasparenza verso il cliente.

Due ulteriori prodotti innovativi lanciati nel 2020 sono il Prestito Green, prodotto con un tasso particolarmente scontato dedicato ai consumi sostenibili, per premiare acquisti e comportamenti eco compatibili, ed il Prestito Personale flessibile, che consente al cliente di posticipare il rimborso di una rata all'anno e modificare, anche ogni mese, l'importo della rata. Nel corso del 2020 sono state lanciate 605 pratiche per il Prestito Green per un ammontare di 5,733 milioni di euro e 21.668 pratiche per il Prestito Flessibile per un ammontare di 330 milioni di euro.

Nel mondo del **Mercato Distribuzione**, Findomestic realizza, sinergicamente con i propri Partner, una strategia basata su innovazione di prodotti e digitalizzazione dei processi. In ottica di fidelizzazione del partner e miglioramento della user experience cliente, sono state sviluppate soluzioni sempre più digital, sia in-store che sul web. L'accesso al credito è ormai trasversale e fruibile in modalità omnichannel, con l'obiettivo di allineare le soluzioni online con quelle proposte al punto vendita fisico. L'acquisto cross channel, realizzato per un primario partner dell'elettronica, è diventato uno dei driver principali da sviluppare nelle collaborazioni, per innovare la richiesta del credito. Il cliente potrà richiedere online il credito e, in real time, avere la possibilità di ritirare il prodotto direttamente nel punto vendita.

Nella piattaforma di richiesta fisica, dopo il rilascio in tutta la rete del nuovo "Portale", parte di front end dedicata alla relazione con il Partner, è stato rinnovato anche il Data Entry. Il nuovo processo, tra gli altri vantaggi,

permette il riconoscimento dell'"Equipaggiamento" (in caso di prodotti di credito già attivi) a beneficio del Cliente finale ma anche del Partner, per una vendita che integri in maniera fluida la proposta del credito.

Il perimetro dei prodotti si è arricchito della "Smart Line", una linea di Credito senza carta che risponde alle esigenze dei clienti che desiderano avere un fido autorizzato e immediatamente spendibile nel circuito dell'Insegna cui sono fidelizzati.

La gestione degli Incentivi Statali, da tempo disponibili nelle richieste di finanziamento provenienti dal Canale Fisico, è stata arricchita dell'integrazione nella Richiesta Online. Qualunque canale il cliente utilizzi per accedere al credito, troverà sempre la possibilità di usufruire delle Agevolazioni Fiscali previste. Con questa azione Findomestic conferma il supporto alla politica "green" e ad un'economia sostenibile.

Nell'ambito del **Mercato Veicoli**, Findomestic ha rafforzato ancora di più la leadership digitale in Italia, in un anno segnato da questa tendenza in tutti i settori, come alternativa ai canali fisici tradizionali. Nello specifico Findomestic ha ampliato la gamma di offerta sulla piattaforma B2B2C, sviluppato in maniera significativa accordi di collaborazione con i più importanti player digitali Automotive specializzati nella vendita a distanza, lanciato il processo Hybrid come strumento per la vendita a distanza ed esteso il numero di dealer del settore auto moto e camper con una soluzione digitale. Con queste azioni, Findomestic conferma il supporto alla politica "green" e ad un'economia sostenibile.

LE PRINCIPALI INNOVAZIONI DI PRODOTTO E DI PROCESSO

Prestito flessibile personale	Prodotto che consente al cliente di posticipare il rimborso di una rata all'anno e modificare, anche ogni mese, l'importo della rata.
Prestito Green	Prestito che contiene un tasso particolarmente scontato dedicato ai consumi sostenibili, per premiare acquisti e comportamenti eco compatibili.
Cessione del quinto	Simulatore e form on line, con processo integrale end to end.
Carta di credito e di debito	Integrazione nei wallet digitali (Apple pay, Samsung pay, Google pay).
Credit protection insurance (cpi) online	Copertura CPI sul credito che tutela il richiedente: dal 2020 disponibile anche per il credito ecommerce.
Assicurazione Incendio e Furto	Arricchimento della gamma dei prodotti assicurativi mediante l'introduzione di nuove compagnie
Smart Line	Linea di credito pensata per semplificare la user experience dei clienti che ripetono gli acquisti presso la stessa Insegna commerciale (close loop) e per consentire loro di pianificare le spese con maggiore flessibilità. Gli utilizzi diminuiscono il fido iniziale e i rimborsi ricostituiscono la disponibilità. Linea di credito senza plastica.

4. Innovazione dei servizi: l'uso efficiente delle tecnologie digitali



L'innovazione e la digitalizzazione dei processi e dell'offerta, in risposta alle esigenze dei clienti e in sinergia con i propri Partner, rappresentano per Findomestic i principali drivers di sviluppo della user experience del cliente, sia in-store che sul web. Proprio per questo, la Banca si impegna nella continua ricerca di soluzioni per supportare i propri clienti e di strategie di vendita dei Partner più digital oriented. L'ottimizzazione del processo di entrata in relazione e la semplificazione del processo di firma digitale sono stati al centro degli sviluppi del 2020.

Nel punto vendita fisico il Partner, attraverso il nuovo Portale Findonline 2.0, ha potuto beneficiare di una riduzione dei tempi in tutto il processo "end to end", con una conseguente razionalizzazione delle risorse dedicate al credito e una maggiore soddisfazione del cliente.

La piattaforma Findonline 2.0 ha, infatti, rinnovato l'esperienza Partner e Cliente. Il nuovo Portale è diventato un elemento di dialogo interattivo con i Partner, un contenitore dinamico e flessibile in cui far confluire informazioni, news e modulistica operativa, attraverso un nuovo Data Entry arricchito di funzionalità e ridotto nei campi, per una UX sempre più "smart & friendly".

Il credito online è stato arricchito di soluzioni finanziarie trasversali, degli incentivi fiscali integrati nella pratica e di un nuovo wizard di firma. Il supporto di un Front Office dedicato, per fornire informazioni, consulenza e assistenza ai Partner e ai Clienti, permetterà di allineare l'esperienza di acquisto nel canale online a quella consolidata nel canale fisico.

Oltre a rinnovare la User Experience del credito finalizzato, sono stati anche realizzati dei progetti relativi alla richiesta della Carta di Credito in modalità Self sul Web. Findomestic, nel 2020, ha partecipato e vinto un Hackathon²⁶ di Google e sviluppato una Progressive Web Application²⁷ dedicata al Tracking Pratica, disponibile ai clienti da aprile 2021.

La Banca ha, inoltre, realizzato un assistente vocale, su ecosistema Android, che permette al cliente di fare una simulazione di Prestito Personale senza entrare in Findomestic; prima banca in Italia ad offrire questa opportunità.

I SERVIZI INNOVATIVI DI FINDOMESTIC BANCA



Conto
corrente
adattivo



Mobile
first



Firma
digitale



Prodotti
di credito
flessibili



Carte
multifun-
zione



100%
on-line



Cross-
canalità

²⁶. Evento al quale partecipano, a vario titolo, esperti di diversi settori dell'informatica.

²⁷. **Progressive Web Application** ovvero un'applicazione web che viene sviluppata e caricata come una normale pagina web, ma che si comporta in modo simile alle applicazioni native quando utilizzate su un dispositivo mobile e che quindi non necessita di installazione.



100% "Paperless"
grazie anche alla firma digitale



Veloce un giorno per l'approvazione e uno per l'erogazione



Trasparente ovvero senza spese accessorie



Flessibile alle esigenze dei consumatori

Con l'obiettivo di rispondere sempre più alle nuove esigenze della clientela, Findomestic ha un accordo con Widiba (la Banca 100% online lasciata dal Gruppo Monte dei Paschi di Siena), che permette ai suoi clienti di accedere ad un prodotto semplice, innovativo ed integrato. Il prodotto si caratterizza comunque per le due opzioni "**cambio rata**", grazie alla quale il cliente ogni mese potrà, eventualmente, modificare l'importo

del credito; e l'opzione "**salto rata**", che permette di posticipare, alla fine del piano di rimborso del finanziamento, un determinato numero di rate mensili. Questo accordo è la conferma della vocazione digitale di Findomestic su come gli investimenti in termini di sviluppo tecnologico si stiano dimostrando fortemente innovativi ed in linea con le aspettative dei diversi stakeholder coinvolti.

L'ACCORDO CON WIDIBA: UN PRODOTTO 100% "PAPERLESS"

LA GESTIONE RESPONSABILE DEL RECUPERO CREDITI E DEL CONTENZIOSO

La cura posta nelle attività di recupero crediti e di contenzioso, rappresenta una fase importante nel processo di credito responsabile di Findomestic. In tema di deontologia, l'attività di recupero crediti amichevole e del contenzioso deve rispettare i 10 principi deontologici emanati dalla capogruppo BNP Paribas.

Il recupero crediti

Nella convinzione che ogni cliente può sempre essere un buon cliente e, come tale, meritevole di futuri affidamenti, Findomestic Banca adotta un approccio alle attività al recupero crediti di tipo "amichevole", ispirato ai criteri di professionalità e correttezza deontologica. A dimostrazione dell'efficacia di tale approccio, è importante ricordare che il recupero crediti costituisce un'attività fondamentale per Findomestic, incidendo in maniera importante anche sul risultato di esercizio e sull'immagine della Banca. Le attività sono svolte nel rispetto delle politiche aziendali e del Codice di Condotta del Gruppo BNP e sono conformi a quanto previsto dal Sistema di Qualità, che mira a tutelare il cliente da comportamenti lesivi della sua persona.

Il processo di gestione delle pratiche, che prevede un modello basato sui giorni di ritardo, permette, oltre all'adattamento del modello di gestione del rischio di Findomestic Banca alle norme in materia (IFRS9, BASILEA2, FBE-NBE), anche una gestione collettiva dei clienti al recupero su tutto il territorio nazionale garantendo maggiore flessibilità, tempestività e specializzazione operativa ed un forte presidio dei ritardi precoci. Le procedure di recupero si basano su un'organizzazione rigorosa, caratterizzata da un "sistema esperto" che supporta la gestione del cliente insolvente e consente di massimizzare il recupero delle somme arretrate al minor costo possibile per la banca. A livello territoriale l'attività viene gestita dalle piattaforme di Milano,



Firenze, Roma, Napoli e Catania e con il supporto di outsourcers selezionati.

Dopo un periodo, generalmente fissato in massimo quattro mesi, le posizioni non risolte passano alla gestione Recovery centralizzata a Firenze.

Findomestic, peraltro, proprio in un'ottica di maggior tutela del cliente, è da sempre organizzata per agevolare i clienti meritevoli, che si trovano in temporanea difficoltà economica, accordando loro accomodamenti di rate, da posticipare alla fine del piano di rimborso.

All'interno della direzione esiste, inoltre, una funzione di supporto trasversale che si occupa della gestione dei sinistri assicurativi per tutti quei clienti che ne hanno diritto. Questa funzione fa da interfaccia tra il cliente e le compagnie assicurative partner di Findomestic, svolgendo un

ulteriore servizio in favore del cliente.

Findomestic da sempre sostiene in modalità reattiva i propri clienti cosiddetti "fragili", cioè i clienti con caratteristiche tali da trovarsi potenzialmente in difficoltà economiche, offrendo, su loro richiesta, soluzioni volte

a ristrutturare il loro credito. A partire dalla fine del 2020, Findomestic si è ulteriormente organizzata per una gestione attiva di tali clienti e, anticipando i tempi, ha iniziato a contattarli telefonicamente anche in modalità out-bound per proporre loro soluzioni e agevolazioni personalizzate.

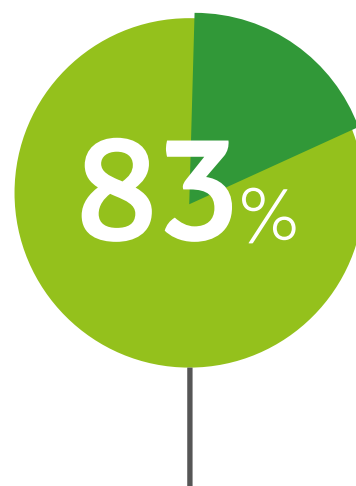
LA VALUTAZIONE DELLA GESTIONE DEL RECUPERO CREDITI

ASCOLTO E RESPONSABILITÀ SONO STATI LA PAROLA D'ORDINE DELL'ANNO 2020.

Tutte le attività si sono concentrate alla ricerca della soluzione più adatta per ogni cliente: tra queste il consolidamento dei crediti, le sospensioni gratuite e/o onerose delle rate e la possibilità di accodamento della rata. A tutto ciò si è aggiunta l'innovazione per facilitare i nostri clienti al pagamento delle rate tramite

un link, il "ClickPay".

Il risultato di queste attenzioni, ha prodotto da parte dei clienti trattati a recupero nel 2020, un grado di soddisfazione maggiore rispetto a tutti gli anni precedenti, segno che la formazione continua delle strutture, l'attenzione e gli sforzi profusi sono stati recepiti positivamente.



Il contenzioso

La Recovery in Findomestic Banca inizia successivamente alla trasmissione delle posizioni dalla fase "Recupero". Nel 2020 abbiamo assistito ad una stabilità delle trasmissioni al contenzioso.

Durante l'arco dell'anno, inoltre, si sono effettuate operazioni straordinarie di cessioni pro-soluto di crediti deteriorati, con una logica di contenimento del costo del rischio e di riduzione del ratio NPL/Outstanding in ottemperanza alle indicazioni normative BCE. Per effetto delle cessioni si è arrivati a ridurre il portafoglio contenzioso con conseguente riduzione degli incassi operativi in valore assoluto dell'8%, ma stabile in termini percentuali sullo stock in gestione.

Durante tutta la gestione del cliente in Collection e Recovery, le metodologie e le attività di controllo assicurano un corretto funzionamento operativo e un livello di servizio stabilito nel pieno rispetto deontologico di un recupero amichevole. Nel corso del 2020 è stato completamente rivisto l'impianto dei controlli con l'ottica di diminuirne la numerosità a vantaggio di una maggiore ricchezza di contenuti: tutto ciò per garantire una gestione del cliente nell'ottica dei principi della Protezione Interesse Cliente (PIC) e del rispetto deontologico e della privacy.

dei **clienti**
complessivamente
soddisfatti del
servizio

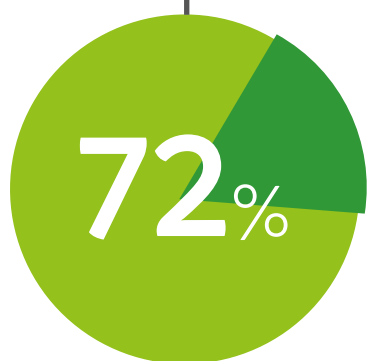




GESTIONE DEI CONTENZIOSI	2020	2019	VARIAZIONE %
Numero totale delle pratiche trasmesse a contenzioso	82.358	89.077	- 8,1%
Importo complessivo (M€)	480	485	- 1%
Importo medio delle pratiche	5.828	5.449	+ 7%

CUSTOMER SATISFACTION DEI CLIENTI AL CONTENZIOSO

*IL GRADO DI SODDISFAZIONE
DEI DEBITORI, STABILE RISPETTO AL 2019,
È UN SEGNO POSITIVO.*



dei **debitori**
complessivamente
soddisfatti del
servizio

In un contesto molto difficile come quello del 2020, questo risultato ha permesso di consolidare quanto raggiunto nel 2019: le attività di formazione interna e di continua attenzione nei confronti dei nostri partner, le società di Home Collection, hanno prodotto i risultati attesi. I piani di azione della Phone Negotiation interna,

hanno rafforzato aspetti come l'ascolto e la creazione di empatia proponendo al cliente la migliore soluzione possibile.

Conference call periodiche con le società di Home Collection hanno permesso di mantenere alta l'attenzione ed il monitoraggio delle performance qualitative, in relazione ai risultati ottenuti.

● PILASTRO SOCIALE

Avere un impatto positivo al di là delle nostre attività, nelle nostre aree di competenza



- **Ci impegnamo a sostenere le persone** più vulnerabili in due aree essenziali: finanza e digitale.
- **Contribuire all'educazione finanziaria e alla consapevolezza sul consumo sostenibile** per un milione di persone in tutto il mondo, al fine di formare cittadini consapevoli e responsabili.
- **Contribuire ad una migliore educazione ed inclusione digitale**, fattore chiave dell'inclusione sociale ed economica, migliorando l'accesso ai device digitali e supportando l'acquisizione delle competenze digitali a chi non le possiede.

SDGs



Findomestic vuole essere presente sul territorio con progetti, con liberalità e sponsorizzazioni a fine sociale, nel campo medico, culturale, sociale, ambientale e dell'educazione finanziaria, in particolare sull'area fiorentina, dove Findomestic ha la propria sede e lavorano una buona parte dei dipendenti.

La pandemia che ci ha colpito nel 2020 ha richiesto uno sforzo da parte di tutti e una azienda come Findomestic si è prontamente adoperata, sia singolarmente che con il Gruppo BNP a dare un sostegno economico alla Croce Rossa Italiana, alla Caritas fiorentina, all'Ospedale Careggi di Firenze, nonché alla fondazione ANT che, in tempo di pandemia, ha dovuto essere ancora più presente, con la propria assistenza medica, domiciliare, offerta ai malati oncologi. Ha sostenuto la didattica a distanza, con il progetto "Adotta

uno Scolaro" (con assegnazioni di device alle scuole per sostenere la DAD) ed è stata a fianco di numerose no profit, attive in vari campi.

Findomestic ha anche svolto una serie di attività legate alla sostenibilità, come l'organizzazione di percorsi di Educazione Finanziaria, rivolti ad un pubblico di giovani e di adulti e ha portato avanti iniziative green quali la creazione e lo sviluppo di una foresta, "La Foresta Findomestic" e attività relative alla Diversity and Inclusion.

Focus nelle
aree **finanza**
e **digitale**



Educazione finanziaria	Sponsorizzazioni	Liberalità	Covid-19
			
Oltre 179 mila € dedicati ai progetti di Educazione finanziaria	Oltre 153 mila € devoluti in sponsorizzazioni a fini sociali	Oltre 353 mila € devoluti in liberalità	Oltre 400 mila € A supporto della Pandemia

● FINDOMESTIC E L'EDUCAZIONE FINANZIARIA



- Gestire entrate e uscite e conoscere le basi del funzionamento del credito al consumo (da usare in modo responsabile e consapevole come risorsa utile per sostenere scelte di vita future) sono competenze fondamentali per i cittadini di oggi e di domani.

In linea con il proprio payoff “Più responsabili, insieme”, Findomestic persegue l’obiettivo di finanziare l’economia in modo etico e, nella convinzione che la consapevolezza sia un elemento fondamentale per la prevenzione di fenomeni quali il rischio di insolvibilità e il sovra-indebitamento, ha sviluppato un programma dedicato all’Educazione Finanziaria che mette a disposizione di tutti strumenti diversi, ma che hanno la stessa finalità:

diffondere una migliore cultura finanziaria in modo concreto e pratico e fornire, quindi, alle famiglie, le conoscenze finanziarie di base indispensabili per poter accedere, quando serve, al credito, con responsabilità e serenità.

L'Educazione Finanziaria sul web

Findomestic per agevolare la diffusione dell’informazione sull’educazione finanziaria ha sviluppato un servizio non-profit di divulgazione online, tramite il sito www.creditoresponsabile.it e l’App PerCorsi, utilizzando una grafica moderna ed intuitiva e supportando i contenuti con video e pillole interattive.

All’interno del sito e della App, oltre ad altre funzionalità, l’utente ha la possibilità di informarsi su argomenti finanziari di base, spiegati con filmati interattivi e pillole formative, comprensivi di verifiche delle proprie competenze. Può anche utilizzare un simulatore finanziario per effettuare simulazioni sul calcolo delle rate e degli interessi di un ipotetico credito e ciò permette

Oltre
90 mila
visite

al sito

www.creditoresponsabile.it

Oltre
4.112
iscritti

Alla piattaforma
gamificata di
PerCorsi young

di verificare la propria capacità di rimborsare eventuali rate mensili.

La Banca fornisce tali strumenti con l'obiettivo di invitare il consumatore ad una maggiore riflessione in caso di richiesta di accesso al credito, aiutandolo ad orientarsi nel mondo del credito e degli altri strumenti finanziari. Sono tutti strumenti utili non solo a favorire una migliore

gestione del proprio budget, ma anche in un'ottica educativa, perché permettono di avere un maggior controllo sulle spese ed auto-impostare un sistema di alert colorato che avvisa l'utente quando si sta raggiungendo il limite di spesa prestabilito. Si tratta di un modo per facilitare il risparmio mensile e promuovere una gestione più consapevole e responsabile delle proprie risorse.

GLI STRUMENTI DI EDUCAZIONE FINANZIARIA



L'Educazione Finanziaria nella scuola: Il progetto PerCorsi Young



Un grande evento formativo per conoscersi, imparare, divertirsi, fare rete e contribuire, allo stesso tempo, ad un ambizioso obiettivo globale di sviluppo sostenibile.

MODULO 1

Il budget

il percorso propone i concetti di base relativi al budget (personale e familiare) e al risparmio.

MODULO 2

A cosa servono il risparmio e il credito?

il percorso approfondisce il concetto di risparmio e il mondo del credito: come finanziare un progetto, i costi del credito, la corresponsabilità nella richiesta di un prestito.

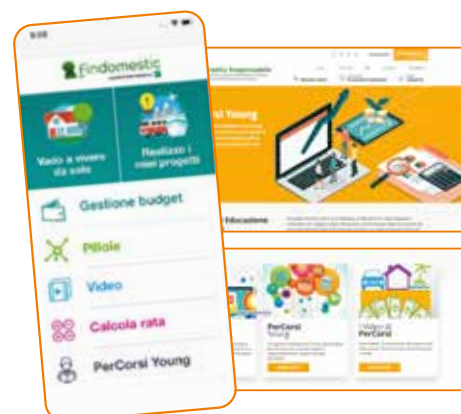
MODULO 3

Il mio rapporto con la banca

il percorso spiega il ruolo e le responsabilità della banca, parla della sua evoluzione dall'antichità ad oggi e si conclude con una sfida: immaginare la banca del futuro.

PerCorsi Young è il progetto di Educazione Finanziaria rivolto a tutti i ragazzi delle scuole secondarie di secondo grado, portato avanti con l'obiettivo di sviluppare competenze indispensabili affinché i giovani possano essere cittadini e consumatori più consapevoli, oggi e nel futuro. Il progetto PerCorsi Young, giunto quest'anno alla sua 8ª edizione, comprende una piattaforma interattiva gamificata, con video, quiz, un glossario interattivo, "Your Budget Game" (il gioco per simulare 30 giorni nel futuro sfidandosi nella gestione consapevole di un budget) e altri contenuti didattici per studenti, insegnanti e famiglie. PerCorsi Young è anche un kit cartaceo o digitale formato da 3 schede didattiche strutturate per permettere ai più giovani di imparare a gestire in modo responsabile il proprio budget e approfondire i temi legati al credito.

Ogni unità di ciascuna lezione è un'occasione di approfondimento creata per stimolare l'iniziativa personale degli studenti, in una logica di collaborative learning, problem solving, decision making e peer education: tracce per lavori individuali e di gruppo, in classe e a casa, esercizi di verifica, approfondimenti utili alle diverse discipline, proposte di letture e ricerche, indicazioni per soluzioni operative ne costituiscono i contenuti principali.



L'edizione di PerCorsi Young relativa all'anno scolastico 2019/2020 ha coinvolto 1.290 classi di studenti in ben 1.059 scuole superiori in tutta Italia, per un totale di 35.640 studenti ai quali sono stati distribuiti anche 1.196 kit educativi: tutto questo anche grazie agli esperti Findomestic ("Ambassador"), impegnati in prima persona per questa attività, espressione di tutti i differenti "mestieri", per un'azione trasversale a tutta la Banca che ha coinvolto in prima persona anche il top management.

L'ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO NELL'ANNO SCOLASTICO 2019-2020

Un altro strumento del percorso di educazione finanziaria di Findomestic è un'iniziativa che consente agli studenti di seguire le attività lavorative presso i Centri Clienti, affiancando dipendenti Findomestic, secondo un piano di formazione stabilito. Durante l'anno scolastico 2019-2020, sono state erogate 1.260 ore di formazione, coinvolgendo 42 ragazzi in stage di 30 ore ciascuno, presso 21 Centri Clienti Findomestic. Da marzo 2020 l'iniziativa è stata bloccata per questioni di sicurezza visto l'insorgere della pandemia.



Sempre nel corso dell'anno scolastico 2019-2020 è stata proposta una prova educativa di merito, chiedendo ai ragazzi interessati a parteciparvi di progettare la propria scuola del futuro. Gli studenti hanno dovuto ideare e costruire un vero e proprio progetto aziendale, partendo dalla raccolta della documentazione, all'analisi della solidità, fino a un format accattivante

30 sono stati gli Ambassador che, nel corso dell'anno scolastico, hanno raggiunto gli studenti di tutta Italia, nelle loro classi (sino a marzo 2020) e, poi, con modalità on-line, tramite webinar (per via dell'emergenza Covid19), per incontri di approfondimento e per supportare i ragazzi in occasione del Findomestic Camp, l'evento on-line che, idealmente, conclude il programma di educazione finanziaria "PerCorsi Young".

PERCORSI PEOPLE



Nel 2020, è stato ulteriormente sviluppato il progetto di educazione finanziaria rivolto ad un pubblico di adulti, con l'obiettivo di fornire, alle famiglie, le conoscenze finanziarie di base indispensabili per poter accedere al credito, con responsabilità e serenità.

e innovativo per la sua presentazione. Le 8 classi che hanno presentato gli elaborati migliori relativi al progetto "La Scuola del Futuro" sono state indicate come le 8 finaliste del "Findomestic Camp", evento che non si è potuto tenere a Firenze, come di solito avviene, ma che, per motivi di sicurezza legati alla pandemia, è stato organizzato in modalità mista: le classi e parte della giuria hanno partecipato a distanza (collegandosi da remoto), mentre Findomestic e parte della giuria erano presenti nella location di Firenze dedicata all'evento. A ciascuna delle otto squadre partecipanti è stato, poi, richiesto di riprendere l'idea già presentata approfondendone i contenuti, le modalità di realizzazione, i costi e preparando una presentazione efficace da esporre alla Giuria. Gli studenti hanno presentato il loro progetto ad una giuria composta da rappresentanti delle

Associazioni dei Consumatori e del Comune di Firenze, esponenti dell'Associazione di Categoria Assofin ed il Top Management di Findomestic. Le nuove presentazioni sono state valutate secondo criteri di attinenza al tema, ma anche tenendo conto delle competenze

comunicative ed espositive. Lo spirito dell'evento, pur mantenendo la formula della "competizione" tra le scuole e prevedendo un podio finale, ha preferito anche quest'anno porre in maggior rilievo la promozione del valore del confronto tra scuola e mondo del lavoro.

#OTTOBREEDUFIN2020, IL MESE DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA

Il Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria promuove dal 1° al 31 ottobre 2020 la terza edizione del "Mese dell'Educazione Finanziaria", quasi interamente digitale, con attività ed eventi di informazione e sensibilizzazione sull'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale.

Il Comitato, composto da undici membri e presieduto da un direttore, nominato dal Ministro dell'economia e delle finanze d'intesa con il Ministro dell'istruzione, università e ricerca scientifica tra personalità con comprovate competenze ed esperienza nel settore, ha il compito di programmare e

promuovere iniziative di sensibilizzazione ed educazione finanziaria per migliorare in modo misurabile le competenze dei cittadini italiani in materia di risparmio, investimenti, previdenza, assicurazione.

La più grande manifestazione nazionale sull'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale d'Italia a cui Findomestic ha potuto partecipare, in quanto selezionata tra tante aziende che si sono proposte, con il suo progetto Percorsi Young, che da marzo 2020, a causa della pandemia, è stato trasformato in versione live. Per l'edizione 2020, Findomestic quindi è stata invitata ad organizzare iniziative volte ad accrescere competenze

finanziarie utili per affrontare al meglio le scelte finanziarie personali e familiari nella vita ed in particolare in questo periodo di emergenza Covid19.

L'obiettivo della manifestazione è quello di dare una informazione base a tutti ma anche di dare i mezzi per poter stare al passo con i tempi, ossia fornire conoscenze economiche e finanziarie di base per una valutazione più consapevole delle riforme e della comunicazione che le accompagna. Si tratta quindi di un'iniziativa ad alta visibilità e valore istituzionale, ed anche sociale, a cui sicuramente prendere parte, è un grande valore aggiunto per Percorsi Young.

Valore per la Banca

- Diffusione dell'Educazione Finanziaria e di gestione del risparmio
- Condivisione dei valori della Banca
- Coinvolgimento dei dipendenti



Valore per lo Stato ed Enti Pubblici

Diffusione dell'Educazione Finanziaria e di gestione del risparmio



Valore per il Territorio e la Comunità

- Diffusione dell'Educazione Finanziaria e di gestione del risparmio
- Approccio dei giovani al mondo del lavoro
- Sviluppo delle capacità di lavorare in team



IL SOSTEGNO DELLA COMUNITÀ A LIVELLO LOCALE...

Arte, musica e cultura

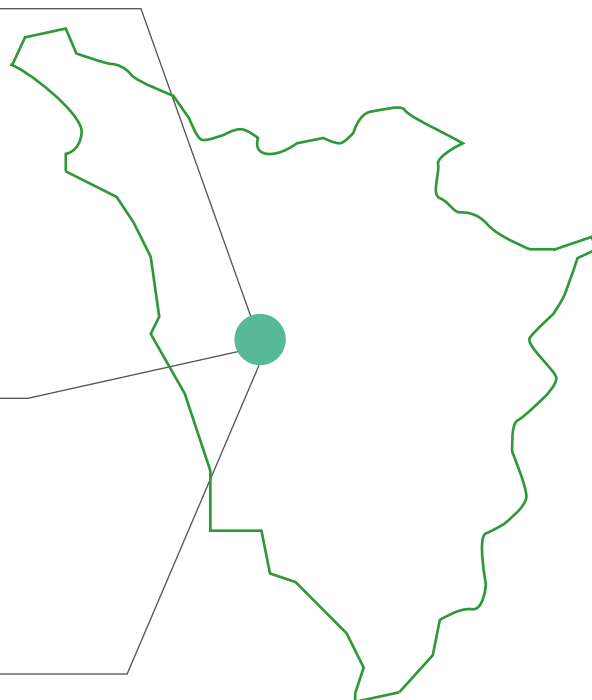
- Antico Teatro Pagliano/Teatro Verdi
- Tuscany Hall/Mandela Forum
- Musart Festival
- Associazione Partners Palazzo Strozzi
- Lo Schermo dell'Arte film festival
- France Odeon – Festival del cinema francese
- Fondazione Maggio Musicale Fiorentino

Iniziative nel campo medico-sociale

- Associazione CiemmeEsse Girotondo per il Meyer
- I bambini delle fate/Centro Allenamento/Corri la Vita

Iniziative a valore sociale

- Piaggeliadi
- Associazione Artemisia
- Fare per bene - progetto Adotta uno scolaro



Findomestic per l'arte, la musica e la cultura...

In un anno di pandemia con Teatri e Centri di esposizione chiusi, Findomestic ha comunque sostenuto le realtà artistiche culturali e sociale, presenti sul territorio.



Antico Teatro Pagliano/Teatro Verdi

Storico teatro fiorentino

Sponsorizzazione della stagione teatrale dell'Antico Teatro Pagliano/Teatro Verdi a Firenze. Teatro di proprietà della Fondazione Orchestra della Toscana, con una capienza di 1.535 posti è il più grande di Firenze dopo il Teatro Comunale. Costruito nella Firenze granducale sul luogo del trecentesco carcere delle Stinche, il Teatro Pagliano, che prende il nome di Teatro Verdi nel 1901, è l'unico tra i numerosi teatri edificati nella Firenze dell'800, che, attraverso gli importanti mutamenti di un secolo e mezzo di storia, arriva ai giorni nostri in piena attività continuando ad essere, per Firenze e per la Toscana, la sede per le grandi occasioni, per gli appuntamenti musicali e gli spettacoli popolari.

Tuscany Hall a Firenze – Gruppo PRG

Mandela Forum e Tuscany Hall, 2 importanti spazi per accogliere concerti e spettatori

Sostegno alle società ed alle attività in digitale del Gruppo P.R.G., una delle principali aziende in Italia nel settore dell'organizzazione di eventi, in ambito musicale e dello spettacolo, che opera prevalentemente in Toscana, all'interno del Mandela Forum. Negli ultimi 20 anni ha organizzato oltre 1.500 concerti e numerose manifestazioni in collaborazione con la Regione Toscana, con le Amministrazioni comunali di tutti i capoluoghi di provincia toscani e di molti altri Comuni. Più di 2 milioni di spettatori hanno assistito ai vari spettacoli.

Musart festival

Concerto in Piazza SS Annunziata a Firenze

Dal 2017 PRG organizza il MUSART Festival che, nel mese di luglio, presenta vari concerti. Nel 2020 Findomestic ha sponsorizzato questo festival anche se, per la situazione emergenziale legata al Covid19, è stato organizzato un unico concerto svolto nella splendida Piazza SS Annunziata a Firenze.



Fondazione Palazzo Strozzi

Un approccio internazionale per iniziative artistiche

Findomestic, sostenitore della Fondazione Strozzi, fin dal 2010 conferisce ogni anno un contributo finalizzato a sostenere le attività di promozione e valorizzazione dei beni di interesse artistico e culturale di Firenze, contribuendo all'organizzazione di mostre e iniziative culturali di arte contemporanea anche con l'obiettivo di portare a Firenze un approccio internazionale nell'organizzazione di eventi culturali e nell'allestimento di mostre, secondo il motto "pensare globale, agire locale".

Lo Schermo dell'Arte film festival

Progetto internazionale che promuove le relazioni tra arte contemporanea e cinema

Sponsorizzazione della manifestazione "Lo Schermo dell'arte" Festival, un progetto internazionale, che nasce a Firenze nel 2008, dedicato a esplorare e promuovere le relazioni tra arte contemporanea e cinema attraverso presentazione di film e installazioni, progetti di formazione, produzione e distribuzione di film d'artista. L'edizione 2020 è stata realizzata interamente in digitale.

France Odeon – Festival del cinema francese

Garantire la continuità del Festival del cinema francese a Firenze

Sponsorizzazione della 12° ed. del Festival France Odeon, manifestazione organizzata dalla associazione France Odeon, costituita nel 2009 su impulso dell'Ambasciata di Francia in Italia e della Regione Toscana, per dare continuità al festival di cinema francese di Firenze e per promuovere, più in generale, la cultura francese in Italia, a partire da Firenze e dalla Toscana.

Fondazione Maggio Musicale Fiorentino

Proposta, innovazione, internazionalità

Sostegno al Teatro dell'Opera, luogo storico dedicato a concerti ed opere del Maggio Musicale Fiorentino. La Fondazione Teatro del Maggio Musicale Fiorentino nasce nel maggio del 1862 come Politeama fiorentino "Vittorio Emanuele" e rappresenta la storia di un ente di teatro musicale nato da un festival, a sua volta nato da una stagione sinfonica. Una continuità sostanziale fra concerto e opera. Anche oggi "Maggio" significa proposta, innovazione, internazionalità, visione interdisciplinare della musica e dello spettacolo, concerti e mostre, serate d'opera e convegni di studi. Al maggio si esibiscono, da decenni, tutti i massimi nomi dello spettacolo musicale.

● ...per sostenere associazioni nel campo medico-sociale...

Associazione CiemmeEsse Girotondo perSempre il Meyer

Raccolta fondi per il reparto di oncoematologia infantile dell'ospedale Meyer

L'Associazione CiemmeEsse Girotondo perSempre il Meyer, di Firenze, dal 1999 collabora con l'Associazione genitori contro le leucemie e i tumori infantili dell'Ospedale Anna Meyer. I contributi erogati da Findomestic Banca per sostenere l'Associazione hanno finanziato a partire dal 2011: l'acquisto di numerose macchine elettromedicali necessarie al reparto ed alla nuova struttura interna della Cell Factory, oltre a borse di studio e la creazione di una piattaforma di analisi, interna, dedicata proprio alla Cell Factory. Nel 2020 il contributo di Findomestic ha permesso l'acquisto di UPGRADE DELLO STRUMENTO "ENSIGHT PERKIN ELMER".



“I bambini delle fate” ed il Centro Allenamento

Sostegno ad associazioni per bambini affetti da difficoltà comportamentali

“I Bambini delle Fate” è una realtà senza scopo di lucro che finanzia progetti sociali, gestiti da associazioni di genitori, enti o strutture ospedaliere, rivolti a bambini e ragazzi con autismo e disabilità. Una volta individuata l'associazione, ente o struttura ospedaliera con un progetto importante e condiviso, viene versata una quota mensile che permette di finanziarne i progetti. Tra questi il Centro Allenamento: un centro collocato sul territorio toscano di apprendimento e ricerca ad approccio comportamentale (A.B.A.), nato con l'obiettivo di “allenare” i bambini ad inserirsi più facilmente nel mondo.

Progetto EVA finanziato da CORRI LA VITA

Firenze, Prato, Pistoia ed Empoli: quattro ambulatori per sostenere le donne portatrici di tumore in fase precoce

Findomestic, attraverso il suo contributo alla manifestazione CORRI LA VITA, sostiene il progetto EVA, messo a punto e finanziato dall'Associazione CORRI LA VITA Onlus, in collaborazione con LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, Sezione di Firenze) e, patrocinato dalla Camera di Commercio di Firenze, per sostenere le donne malate di tumore rispetto alle problematiche legate alle conseguenze delle cure. Il programma prevede l'istituzione di quattro servizi ambulatoriali che convergono su quattro tematiche in particolare – quelle verificate come più sentite e importanti: definizione del rischio genetico, preservazione della fertilità, trattamento dell'osteoporosi e sintomi da menopausa.

L'edizione del 27 settembre 2020 ha avuto 30.000 iscritti di cui 10.000 collegati on line e 20.000 presenti fisicamente, ognuno a casa in una sessione di sport individuale con un collegamento in streaming.



... e per iniziative a valore sociale

Piaggeliadi

Oltre 10 mila alunni partecipanti nel 2020...

Dal 2004 Findomestic è sponsor ufficiale delle Piaggeliadi, una manifestazione sportiva riservata agli studenti delle scuole elementari e medie della provincia di Firenze. L'iniziativa, nata nel 1995, nell'ambito del programma “No alla droga, sì allo sport”, per combattere il degrado giovanile nel quartiere fiorentino Le Piagge, è organizzata dal Comune di Firenze, in collaborazione con associazioni sportive e con l'accordo del Provveditorato agli Studi. Findomestic, oltre ad offrire un contributo per le spese organizzative della manifestazione, mette a disposizione 2 importanti premi per le scuole vincitrici che prevedono:

- l'insegnamento, nella scuola vincitrice, di due discipline sportive da parte di istruttori specializzati per un intero anno scolastico;
- 10 borse di studio per il sostegno al proseguimento degli studi, destinate ad alcuni fra gli studenti delle prime tre scuole classificate.

La 25ª edizione, svolta dal 12 settembre all'8 ottobre 2020 si è conclusa con l'assegnazione, in Palazzo Vecchio, di premi e borse di studi. Hanno partecipato all'edizione 2020, 10.025 ragazzi provenienti da tutta la Toscana.

Associazione Artemisia ed eventi organizzati sul tema della violenza di genere

Sostegno alle vittime di violenze

L'Associazione Artemisia, associazione di volontariato attiva sui temi della violenza in età adulta e minorile, fornisce sostegno psicologico, legale e accoglienza alle vittime di abusi. Fa parte del Coordinamento Italiano Servizi contro il Maltrattamento e l'Abuso all'Infanzia, del Coordinamento Regionale Toscana dei Gruppi di Auto e Mutuo Aiuto e collabora con i Centri Antiviolenza e le Case delle Donne esistenti in Italia. Il contributo di Findomestic sostiene il pagamento dell'affitto e della gestione di una Casa delle Donne e le attività quotidiane dell'Associazione.

A fianco del sostegno all'Associazione Artemisia, anche un workshop, a Roma e tre webinar per parlare e riflettere sul tema della violenza di genere che Findomestic ha realizzato, per i propri dipendenti, in collaborazione con l'associazione Valore D, nonché un evento live, con l'attrice Daniela Morozzi come conduttrice, in occasione del 25 novembre, giornata internazionale contro la violenza sulle donne.

Adotta uno scolaro

Supportare la DAD nelle scuole fiorentine

Progetto proposto dall'associazione Fare x Bene Onlus per l'acquisto di device da consegnare a ragazzi bisognosi, Findomestic Banca, in collaborazione con la Onlus Fare x Bene e in sinergia con il Comune di Firenze, ha donato 40 tablet a 5 istituti superiori della città. L'obiettivo è stato quello di garantire il diritto allo studio anche ai ragazzi che non hanno disponibilità di avere device o connettività per seguire le lezioni online, fornendo un concreto supporto ai docenti in un momento di grande utilizzo della didattica a distanza.

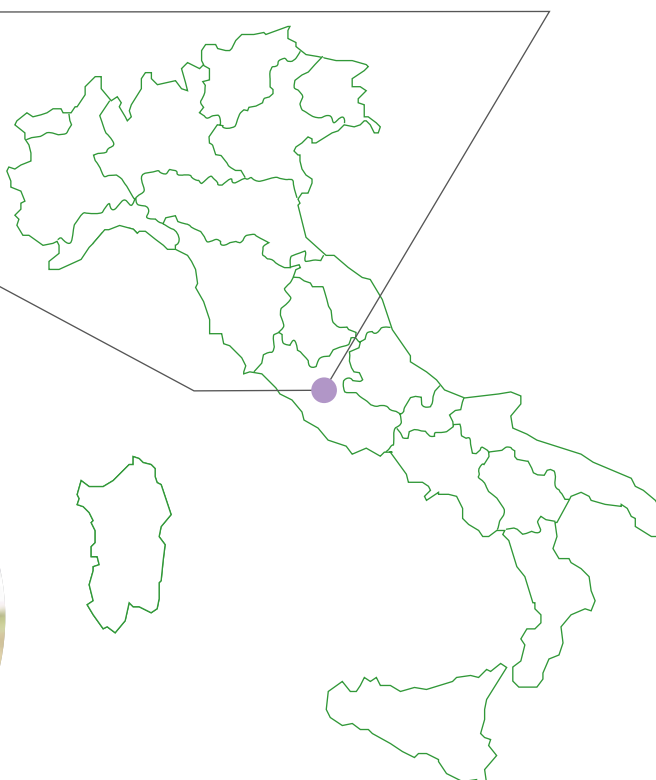
... E A LIVELLO NAZIONALE

Iniziative nel campo medico-sociale

- Telethon
- ANT

Iniziative a valore sociale

- Fondazione Villa Maraini
- Foresta Findomestic
- Regalo solidale
- Dynamo Camp
- Fondazione Rava



● Findomestic per sostenere associazioni nel campo medico-sociale...

Telethon

Findomestic risponde 'presente' alla maratona telethon 2020

Telethon è un comitato per la ricerca sulle malattie genetiche rare. Si tratta di una delle principali iniziative di carattere sociale e di partecipazione alla vita civile del Paese sulle quali Findomestic Banca ha deciso di concentrare i propri investimenti in termini finanziari, di impegno dell'azienda e dei suoi collaboratori, con la volontà di consentirne la continuità nel tempo. L'Azienda ha rinnovato anche per il 2020 il contributo attraverso la donazione di due euro per ogni finanziamento erogato nei 15 giorni precedenti la Maratona Televisiva, fino ad un importo complessivo, di 100.000 euro.

ANT

Un ambulatorio mobile per continuare a fare prevenzione

L'associazione ANT, Associazione Nazionale Tumori) si occupa di assistenza domiciliare ai malati e alle loro famiglie, nonché di attività di ricerca, prevenzione e formazione nel campo dei tumori. Nell'ambito del Progetto Prevenzione di ANT, Findomestic organizza per i propri dipendenti visite di prevenzione per il melanoma, per la tiroide, oltre ai controlli con ecografia mammaria ed eco ai testicoli. Grazie a questa iniziativa i dipendenti possono beneficiare di un servizio specialistico e gratuito a bordo di un ambulatorio mobile appositamente attrezzato.

ANT nel 2020, ha ricevuto dal Gruppo BNPParibas, su segnalazione di Findomestic, un ulteriore ed importante sostegno economico, per far fronte all'emergenza COVID -19.



● ... ed iniziative a valore sociale

Fondazione Villa Maraini

"Oltre 40 anni di attività per salvare vite e disseminare benessere"

Findomestic sostiene le attività della Fondazione per il recupero dalle dipendenze e coinvolge la struttura di Villa Maraini per le attività di diffusione dell'educazione finanziaria, facendo partecipare in prima persona gli ospiti stessi della Villa che vengono formati per erogare, loro stessi, delle lezioni di educazione finanziaria. In particolare, Findomestic organizza vari incontri finalizzati alla realizzazione di un evento finale, in occasione del quale gli utenti della Villa presentano i propri lavori a familiari e cittadini interessati. Anche nel 2020 Findomestic ha continuato la sua attività in favore di Villa Maraini, convertendo gli incontri fisici in incontri digitali, webinar che, poi, sono stati svolti all'inizio del 2021.

Foresta Findomestic

Findomestic per l'ambiente e per il sociale

Findomestic propone un'iniziativa finalizzata a piantare alberi, con un'attività di ingaggio e di coinvolgimento dei propri clienti, partners e dipendenti, come anche richiesto dagli obiettivi di Personal Finance, per accompagnare clienti, dipendenti e stakeholder in una transizione energetica, con l'obiettivo di riduzione di CO2. Per Findomestic si tratta di un'importante occasione per comunicare la propria sostenibilità, con un'azione che la posiziona a favore dell'ambiente e del sociale.



Dynamo Camp Academy

La formazione dei dipendenti a sostegno di una Onlus

Dynamo Camp è un camp di terapia ricreativa appositamente strutturato per ospitare gratuitamente, per periodi di vacanza e svago bambini e ragazzi malati, in terapia o nel periodo di post ospedalizzazione. Findomestic Banca sostiene le attività della ONLUS e collabora con Dynamo Academy per molteplici iniziative e occasioni, in particolare anche nel 2020 Dynamo Accademy è partner nell'iniziativa 'in ufficio con mamma e papà' organizzata da Findomestic per i figli dei propri dipendenti.

Regalo Solidale

2.500 € devoluti a associazioni non profit scelte dai dipendenti stessi

Negli ultimi anni Findomestic ha deciso di devolvere l'importo destinato al regalo di Natale dei dipendenti, ad associazioni no profit individuate dai dipendenti stesso.

Per tale donazione, chiamata in questo caso "regalo solidale", viene dal 2017, richiesto ai dipendenti di segnalare loro, un'associazione a cui in qualche modo sono legati. Un modo di devolvere l'importo del regalo solidale, coinvolgendo i dipendenti e piccole realtà assistenziali che non hanno una grande risonanza e che hanno più difficoltà a trovare contributi.

L'iniziativa, anche nel 2020, è stata molto apprezzata, tra le oltre 100 proposte di non profit pervenute, sono state sorteggiate 10 associazioni, che hanno poi ricevuto ognuna, un contributo in denaro.

Fondazione RAVA

Progetto: In Farmacia per i bambini

La Fondazione ha come scopo la realizzazione di qualsiasi forma di intervento volto ad alleviare il disagio dell'infanzia e dell'adolescenza, in particolare nei paesi più poveri del mondo. In particolare il progetto In Farmacia per i bambini è un'iniziativa nazionale della Fondazione Francesca Rava – NPH Italia Onlus per la sensibilizzazione sui diritti dei bambini e di raccolta di farmaci e prodotti baby care per i bambini in povertà sanitaria. L'iniziativa si è tenuta dal 20 al 27 novembre, in 2.000 farmacie in Italia, e Findomestic ha partecipato con una donazione all'associazione.



FORESTA FINDOMESTIC

Il Progetto Foresta Findomestic nasce nel 2019 con l'obiettivo di ingaggiare dipendenti e clienti nella transizione energetica. Il progetto, che continua anche nel 2020, ha portato alla piantumazione di 3.910 alberi in tutto il mondo di cui 2.950 in Italia ed, in particolare, in Sicilia, in Campania e in Basilicata. Già ad inizio 2021 oltrepassiamo i 4.000 alberi piantumati!

Il progetto in questione consiste nella piantumazione di alberi e nel coinvolgimento attivo di popolazioni locali, per innescare sia comportamenti virtuosi di rispetto e tutela delle risorse naturali, sia iniziative di micro-imprenditorialità, valorizzando le foreste, i frutti e le colture agricole.

Tutti i prodotti derivati dagli alberi sono, infatti, destinati a contadini/cooperative, che lavorano al progetto e che ricevono formazione, lavoro e reddito.

Tutto ciò che viene piantato può essere seguito on-line grazie alla comunicazione prevista sullo stato del progetto.

Queste le associazioni a cui sono stati affidati gli alberi piantati da Findomestic:

- Associazione Carpe Diem - Associazione Ulisse - Insieme per l'Autismo Onlus, associazione



fondata da genitori di ragazzi con disturbi dello spettro autistico, si occupa della coltivazione degli alberi di melograno con l'obiettivo di supportare e aiutare i ragazzi ad affrontare il cammino della loro vita.

- Cooperativa Beppe Montana, appartenente al consorzio Libera Terra, coltiva aranci su terreni confiscati alla mafia. La cooperativa è intitolata alla memoria dell'omonimo commissario catanese ucciso da Cosa Nostra a Palermo nel 1985 e si occupa di progetti agro forestali nei terreni confiscati alla mafia.
- A.T.S. Terra Vi.Va - Presidio Libera Terra a Scafati "Nicola Nappo". Il Fondo agricolo Nicola Nappo, in

Campania, si occupa dell'affidamento di piccoli appezzamenti di terra confiscati alla mafia criminalità organizzata e destinati ad orti per combattere l'esclusione sociale e favorire pratiche aggregative. Le coltivazioni consentono inoltre un notevole risparmio ai cittadini locali grazie all'acquisto di prodotti sani provenienti da una corta filiera agroalimentare. Tra le specie piantate ulivo, vite Catalanesca, Corbezzolo, Ciliegio e Pioppo.

Anche nel 2021, sono stati previsti acquisti di ulteriori alberi, presso altre zone di Italia, sempre per perseguire gli stessi obiettivi.

LA DONAZIONE DEI PC

Findomestic Banca ha rinnovato il suo contributo alla comunità con la donazione, nel corso dell'anno, di 900 PC desktop rigenerati. Oltre all'attenzione agli aspetti sociali dell'iniziativa, che ha permesso a 900 studenti di beneficiare dei dispositivi rigenerati (l'effort necessario è stato speso fuori orario lavorativo come attività di volontariato dai colleghi), la Direzione IT della Banca ha

definito un indicatore che permette di stimarne e monitorarne i benefici ambientali sulla base delle mancate emissioni di anidride carbonica consentita dall'utilizzo da parte degli studenti di apparecchi rigenerati, invece che di nuova acquisizione. Infatti, è stato stimato che la rigenerazione dei 900 PC ha consentito una mancata emissione in atmosfera pari a 327 tonnellate di CO₂.

1 MILLION HOURS2HELP

Il progetto 1 Million Hours2Help è stato lanciato da BNPP alla fine del 2019 con l'impegno, in allineamento con i principi ONU, di garantire 1 milione di ore di volontariato tra tutti i dipendenti a livello mondo, dall'1 gennaio al 31 dicembre 2020. A causa dell'emergenza sanitaria, il progetto ha subito un rallentamento nel 2020, ma continuerà ad impegnare i dipendenti delle società del Gruppo anche nel 2021.



Nel corso del 2020, sono state svolte le seguenti attività di volontariato presso:

- **Croce Rossa** con attività di smistamento, censimento e imballaggio degli abiti donati da grandi aziende alla Croce Rossa. Gli abiti sono serviti per aiutare la popolazione in caso di necessità/calamità.

- **PlayMore:** si tratta di un'associazione sportiva senza scopo di lucro che organizza corsi di formazione per bambini / adolescenti con disabilità o appartenenti a famiglie con risorse economiche limitate. I colleghi hanno l'opportunità di allenarsi con i bambini e di organizzare tornei.

È stato lanciato inoltre il nuovo progetto con attività da remoto con **Fondazione Rava** "La farmacia dei bambini", (iniziativa nazionale per la sensibilizzazione sui diritti dei bambini e di raccolta di farmaci e prodotti baby care per i bambini in povertà sanitaria), e con **Junior Achievement**, un organizzazione non profit dedicata all'educazione economica-imprenditoriale nella scuola.

Le attività di volontariato devono rientrare all'interno delle seguenti aree:

- Promuovere l'inclusione sociale dei giovani;
- Accelerare la transizione energetica e favorire la conservazione delle biodiversità;
- Sostenere le iniziative delle imprese sociali;
- Contribuire allo sviluppo delle comunità locali.



COLLABORAZIONE CON PERMICRO

Anche durante l'anno 2020 si è mantenuta la relazione con PerMicro, società di microcredito con la quale Findomestic collabora dal 2018, per sostenere sempre più l'inclusione sociale di persone con più difficoltà di accesso al credito. PerMicro è la prima società specializzata nell'erogazione di microcredito il cui principale partner è BNL, con una quota detenuta del 20%. Il progetto prevede il sostegno, tramite la segnalazione a PerMicro dei potenziali clienti che al momento non rientrano nelle politiche di valutazione di Findomestic. In questo modo, e

tramite azioni di follow up, i clienti avranno il tempo di migliorare la loro capacità economica fino a raggiungere una condizione di stabilità e aumentare le possibilità di accesso al credito tradizionale, ristabilendo un rapporto di fiducia tra istituti di credito e clienti.

L'emergenza Covid ha sicuramente influito sulle attività connesse alle segnalazioni, sia per la situazione economica generale sia per le limitazioni legate alla sicurezza sanitaria riguardo le visite presso le agenzie; risulta infatti complesso entrare in contatto e raccoglie-

re quanto necessario per procedere alla segnalazione di eventuali clienti potenzialmente interessati a prodotti di microcredito.

Nonostante questo, le pratiche finanziate sono aumentate, sia in numero che in importo, rispetto all'anno precedente (circa 300 pratiche per un importo di circa €2.000.000 rispetto alle 226 pratiche con importo di circa € 1.180.000 dell'anno precedente). La composizione del microcredito erogato è risultata prevalentemente legata ad esigenze familiari ed in piccolissima parte ad esigenze di impresa.

● ALLEGATO A: LA MATRICE DI MATERIALITÀ



Findomestic è consapevole di quanto sia importante identificare i temi rilevanti, in grado quindi di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività della Banca o di influenzare le decisioni dei propri stakeholder. Tali temi rappresentano il punto di partenza per definire una strategia di Sostenibilità e per identificare le tematiche da rendicontare nel Bilancio di Sostenibilità.

Per questo motivo, per l'esercizio 2020, la Banca si è impegnata nell'aggiornamento dell'analisi di materialità 2019, prevedendo il coinvolgimento dei Direttori, al fine di valutare le tematiche potenzialmente rilevanti per Findomestic in ottica strategica. Il processo di analisi può essere ricondotto a tre fasi principali:

- **aggiornamento delle tematiche rilevanti:** considerando come punto di partenza le tematiche identificate nel 2019 e considerando le attività svolte da Findomestic Banca, le caratteristiche del settore, gli approcci adottati da aziende comparabili a livello nazionale e internazionale e i temi suggeriti dal GRI per ciascun settore economico, sono state identificate le nuove tematiche potenzialmente rilevanti;
- **valutazione delle tematiche rilevanti:** le tematiche emerse sono state discusse e valutate dai Direttori aziendali in base a due dimensioni che misurano il livello di priorità dei temi individuati sia dal punto di vista della Banca (rilevanza per Findomestic Banca) che dei suoi stakeholder (rilevanza per gli stakeholder);
- **prioritizzazione delle tematiche rilevanti:** grazie a questa valutazione è stato possibile determinare le tematiche che hanno un livello di priorità maggiore e, per questo, rendicontate all'interno del Bilancio di Sostenibilità.

La materialità di Findomestic Banca risultante da questa analisi è rappresentata dalla seguente matrice:

MATRICE DI MATERIALITÀ



■ Pilastro Economico

■ Pilastro Civico

■ Pilastro Sociale

- | | |
|--|---|
| 1 Privacy, sicurezza e protezione dei dati | 14 Gestione responsabile del recupero crediti e del contenzioso |
| 2 Salute e sicurezza sul lavoro | 15 Pari opportunità nei percorsi di carriera |
| 3 Tutela dei diritti umani in azienda, diversità ed inclusione | 16 Prevenzione della corruzione |
| 4 Prossimità al cliente | 17 Customer Advocacy |
| 5 Gestione responsabile della catena di fornitura | 18 Qualità e soddisfazione dei bisogni della Società |
| 6 Digitalizzazione dei prodotti e dei servizi | 19 Digitalizzazione dei processi |
| 7 Educazione finanziaria | 20 Continuità del business |
| 8 Sostegno del territorio | 21 Adeguatezza dei prodotti offerti e trasparenza verso i clienti |
| 9 Innovazione | 22 Prodotti e servizi a valore sociale e ambientale |
| 10 Tutela dell'occupazione | 23 Sviluppo e coinvolgimento del personale |
| 11 Retention dei dipendenti | 24 Inclusione finanziaria |
| 12 Collaborazione con le istituzioni | 25 Gestione degli impatti ambientali degli uffici di sede e degli uffici funzionali |
| 13 Mobilità sostenibile | |

All'interno della tabella che segue è riportato l'elenco delle tematiche materiali relative ai 3 Pilastri di Responsabilità (e i relativi "Aspetti materiali" dei GRI Standards), l'impatto di ciascuna tematica dal punto di vista interno ed

esterno (per Findomestic Banca S.p.A. si intendono tutti gli stakeholder interni all'organizzazione, ad esempio, i dipendenti o gli azionisti) e gli indicatori utilizzati per la misurazione e valutazione di tali aspetti materiali.

I 3 PILASTRI DELLA RESPONSABILITÀ DI FINDOMESTIC	TEMATICHE RILEVANTI (E "ASPETTI MATERIALI" INDICATI DAI GRI STANDARDS)	PERIMETRO INTERNO	PERIMETRO ESTERNO	PRINCIPALI INDICATORI UTILIZZATI ALL'INTERNO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
PILASTRO ECONOMICO	Prossimità al cliente (Local Communities)	Findomestic Banca S.p.A.	Clienti Associazioni	La presenza di Findomestic sul territorio, Uso efficiente delle tecnologie digitali, I Partner Commerciali, I Partner Bancari
	Adeguatezza dei prodotti offerti e trasparenza verso i clienti (Marketing and Labeling)		Clienti Associazioni	Prodotti adeguati e trasparenti, Processo di validazione dei prodotti
	Privacy, sicurezza e protezione dei dati (Customer Privacy)		Clienti Associazioni	Privacy e sicurezza dei dati, Claims monitoring
	Qualità e soddisfazione dei bisogni della Società (Marketing and Labeling)		Clienti Partner	Gestione totale della qualità e attività di ascolto dei clienti, Partner e dipendenti
	Gestione responsabile del recupero crediti e del contenzioso (Marketing and Labeling)		Clienti	Customer satisfaction dei clienti al contenzioso, La valutazione della gestione del recupero crediti
	Innovazione		Clienti Partner	Uso efficiente delle tecnologie digitali, Innovazione di prodotto e di processo, Un portafoglio ampio e multicanale
	Digitalizzazione dei processi (Materials)		Clienti Ambiente	Innovazione di prodotto e di processo, Uso efficiente delle tecnologie digitali, Riduzione dei consumi di risorse naturali
	Digitalizzazione dei prodotti e servizi (Materials)		Clienti Ambiente Partner	Innovazione di prodotto e di processo, Uso efficiente delle tecnologie digitali, Riduzione dei consumi di risorse naturali
	Continuità del business		Clienti Partner	Business Continuity
	Gestione responsabile della catena di fornitura (Procurement Practices)		Fornitori Ambiente	Procedure di selezione dei fornitori
	Prodotti e servizi a valore sociale e ambientale (Product Portfolio)		Clienti Associazioni Ambiente	Prodotti per i giovani, Prodotti "green"
	Collaborazioni con le istituzioni		Associazioni	Associazioni dei consumatori
	Inclusione Finanziaria		Clienti Comunità Associazioni	Collaborazione con PerMicro
	Prevenzione della corruzione (Anticorruption)		Partner Clienti Stato/enti pubblici	L'etica aziendale in Findomestic
	Customer Advocacy		Clienti Partner	NPS; Customer Avocacy



I 3 PILASTRI DELLA RESPONSABILITÀ DI FINDOMESTIC	TEMATICHE RILEVANTI (E "ASPETTI MATERIALI" INDICATI DAI GRI STANDARDS)	PERIMETRO INTERNO	PERIMETRO ESTERNO	PRINCIPALI INDICATORI UTILIZZATI ALL'INTERNO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
PILASTRO CIVICO	Tutela dei diritti umani in azienda, diversità ed inclusione (Human right, Diversity and Equal Opportunity)	Findomestic Banca S.p.A.	Comunità Associazioni	Personale femminile in azienda, Iniziative per il "work-life balance"
	Salute e Sicurezza sul Lavoro (Occupational Health and Safety)			Attività di formazione su salute e sicurezza, Indici infortunistici
	Tutela dell'occupazione (Employment)			Composizione del personale, Turnover aziendale
	Retention dei dipendenti (Training and Education)			Attività di formazione, Benefits ai dipendenti
	Pari opportunità nei percorsi di carriera (diversity and equal opportunity)			Procedure di valutazione dei dipendenti, retribuzione dei dipendenti
	Sviluppo, e coinvolgimento del personale (Employment)			Attività di ascolto dei dipendenti, Comunicazione interna, Relazioni sindacali e contenziosi con i dipendenti,
	Gestione degli impatti ambientali degli uffici di sede e degli uffici funzionali (Materials, Energy, Emissions)			Riduzione dei consumi di energia e risorse naturali e delle relative emissioni, attività di sensibilizzazione dei dipendenti
PILASTRO SOCIALE	Mobilità sostenibile (Energy, Emissions)	Findomestic Banca S.p.A.	Comunità Associazioni	Riduzione delle emissioni da trasporti, Attività di sensibilizzazione dei dipendenti
	Educazione finanziaria (Product and Service Labeling)			I siti internet e le giornate di educazione finanziaria in Findomestic
	Sostegno al territorio (Indirect Economic Impacts)		Comunità	Il sostegno della comunità a livello locale e a livello nazionale

Inoltre, ai temi materiali della Banca sono stati affiancati i diversi obiettivi di sviluppo sostenibile al fine di mettere in evidenza, in maniera sempre più decisiva, il contributo della Banca alla creazione di valore aggiunto per tutti gli stakeholder della Banca.



TABELLA DI RACCORDO

TRA TEMI MATERIALI E SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

TEMI MATERIALI	3 SALUTE E BENESSERE	4 QUALITÀ DELL'EDUCAZIONE	5 PARITÀ DI GENERE	7 ENERGIA PULITA E RINNOVABILE	8 LAVORO ECONOMICO E CRESCE	9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	10 RIDUZIONE DELLE DISUGLIANZE	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI	12 CONSUMI RESPONSABILI E RIFIUTI	13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	16 PAZI, PACE E GIUSTIZIA
PROSSIMITÀ AL CLIENTE											
ADEGUATEZZA DEI PRODOTTI OFFERTI E TRASPARENZA VERSO I CLIENTI											
PRIVACY, SICUREZZA E PROTEZIONE DEI DATI											
QUALITÀ E SODDISFAZIONE DEI BISOGNI DELLA SOCIETÀ											
GESTIONE RESPONSABILE DEL CREDITO E DEL CONTENZIOSO											
INNOVAZIONE											
DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI											
DIGITALIZZAZIONE DEI PRODOTTI E DEI SERVIZI											
CONTINUITÀ DEL BUSINESS											
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA											
PRODOTTI E SERVIZI A VALORE SOCIALE E AMBIENTALE											
COLLABORAZIONE CON LE ISTITUZIONI											
INCLUSIONE FINANZIARIA											
PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE											
CUSTOMER ADVOCACY											
PARI OPPORTUNITÀ NEI PERCORSI DI CARRIERA											
TUTELA DELL'OCCUPAZIONE											
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO											
SVILUPPO E COINVOLGIMENTO DEL PERSONALE											
TUTELA DEI DIRITTI UMANI IN AZIENDA, DIVERSITÀ ED INCLUSIONE											
RETENTION DEI DIPENDENTI											
GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI DEGLI UFFICI E DELLE SEDI											
MOBILITÀ SOSTENIBILE DEL PERSONALE											
EDUCAZIONE FINANZIARIA											
SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ LOCALE E NAZIONALE											

● INDICE DEI CONTENUTI GRI - STANDARDS

Livello di applicazione dei GRI Standards: Core

GRI STANDARD			
GENERAL DISCLOSURES	DESCRIZIONE KPI	NUMERO DI PAGINA (O RIFERIMENTO DIRETTO)	ASSURANCE ESTERNA
ORGANIZATIONAL PROFILE			
102-1	Nome dell'organizzazione	Findomestic Banca S.p.A.	no
102-2	Attività, principali marchi, prodotti e/o servizi	31	no
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	30	no
102-4	Numero di paesi in cui l'organizzazione opera	30	no
102-5	Assetto proprietario e forma legale	11	no
102-6	Mercati serviti (inclusa la suddivisione geografica, settori, tipologia di clienti e beneficiari)	30	no
102-7	Dimensione dell'organizzazione	30	no
102-8	Dipendenti per tipologia contrattuale, genere e area geografica	30; 43-45	no
102-9	Descrizione della catena di fornitura	37-38	no
102-10	Modifiche significative durante il periodo di rendicontazione	4-5; 18-20	no
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	17; 18-21; 21-24	no
102-12	Sottoscrizione di codici di condotta, iniziative o principi su aspetti economici, sociali ed ambientali, sviluppati esternamente, a cui l'azienda aderisce	17	no
102-13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali in cui l'organizzazione detiene una posizione nell'organo di governo o a cui partecipa o, infine, a cui fornisce considerevoli finanziamenti che vanno al di là della normale quota associativa	14	no
STRATEGY			
102-14	Dichiarazione dell'amministratore delegato e del presidente in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	3	no
ETHICS AND INTEGRITY			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento interne all'azienda	15-17; 41-42	no

GOVERNANCE			
102-18	Struttura di Governance aziendale	18-20	no
102-22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati (età, genere e appartenenza a gruppi o categorie vulnerabili e altri eventuali indicatori di diversità)	18-19	no
STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
102-40	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	13-14	no
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	Il 100% dei dipendenti è coperto da accordi collettivi di contrattazione	no
102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	110	no
102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	13-14; 110	no
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report	13-14; 110	no
REPORTING PRACTICE			
102-45	Elenco delle società incluse nel bilancio consolidato e indicazione delle società non comprese nel report	4-5	no
102-46	Processo di definizione dei contenuti del report e del perimetro di ciascun aspetto	4-5; 112-113	no
102-47	Elenco degli aspetti identificati come materiali nel processo di definizione del contenuto del bilancio	111-113	no
102-48	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei bilanci precedenti e motivazioni di tali modifiche	4-5	no
102-49	Modifiche significative (in termini di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione) rispetto al precedente periodo di rendicontazione	4-5	no
102-50	Periodo di rendicontazione	4-5	no
102-51	Data di pubblicazione del bilancio più recente	4-5	no
102-52	Periodicità di rendicontazione	4-5	no
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio e i suoi contenuti	122	no
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	4-5; 115	no

102-55	Tabella dei contenuti GRI	115	no
102-56	Assurance esterna del report	Il Bilancio di Sostenibilità di Findomestic Banca non è soggetto ad attività di assurance esterna	no

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

DMA E INDICATORI	DESCRIZIONE KPI	NUMERO DI PAGINA (O RIFERIMENTO DIRETTO)	OMISSIONI	MOTIVI E SPIEGAZIONI DELLE OMISSIONI	ASSURANCE ESTERNA
------------------	-----------------	--	-----------	--------------------------------------	-------------------

GRI 200: INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICI

GRI 201: ECONOMIC PERFORMANCE

103	Management Approach <i>Continuità del business, sostegno al territorio</i>	27;28-29; 39; 74-76; 95; 101-109			no
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	74-76			no

GRI 203: INDIRECT ECONOMIC IMPACTS

103	Management Approach <i>Sostegno al territorio</i>	95; 101-109			no
203-1	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità" (finanziamenti a settori di utilità sociale)	95; 101-109			no

GRI 204: PROCUREMENT PRACTICES

103	Management Approach <i>Gestione responsabile della catena di fornitura</i>	37-38			no
204-1	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	37-38			no

GRI 205: ANTICORRUPTION

103	Management Approach <i>Prevenzione della corruzione</i>	17			
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel 2020 non sono stati riscontrati episodi riconducibili a fattispecie legate alla corruzione.			

GRI 300: INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALI

GRI 301: MATERIALS

103	Management Approach <i>Digitizzazione dei processi, Digitalizzazione dei prodotti e servizi</i>	86-91			no
301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso o volume	64-66			no

GRI 302: ENERGY

103	Management Approach <i>Gestione degli impatti ambientali degli uffici di sede e degli uffici funzionali; mobilità sostenibile</i>	63-67			no
302-1	Consumi di energia elettrica e energia termica, interni all'organizzazione, per il funzionamento degli uffici e delle strutture suddivisi tra rinnovabili/non-rinnovabili e consumi di carburante delle auto aziendali	65. La metodologia usata per il calcolo prevede la raccolta di dati da sistemi automatici di monitoraggio dei consumi o, in casi limitati, di stime basate sulla spesa per consumi energetici.			no
302-2	Consumi esterni all'organizzazione (consumi di energia elettrica esterni, consumi di carburante per viaggi di lavoro del personale in treno/aereo/auto a noleggio)	65. La metodologia usata per il calcolo prevede la raccolta di dati da sistemi automatici di monitoraggio dei consumi o, in casi limitati, di stime basate sulla spesa per consumi energetici.			no

GRI 305: EMISSIONS

103	Management Approach <i>Gestione degli impatti ambientali degli uffici di sede e degli uffici funzionali; mobilità sostenibile</i>	63-67			no
305-1	Emissioni generate dal consumo di combustibile per il funzionamento degli uffici e delle strutture dal carburante della flotta aziendale (scope1)	66-67. La metodologia usata per il calcolo delle emissioni prevede l'utilizzo di fattori di conversione pubblicati nel 2020 dal Department for Environment Food & Rural Affairs inglese (per le emissioni da viaggi in aereo e treno e per consumi di metano e gasolio).			no
305-2	Emissioni generate dai consumi di energia elettrica ed energia termica per il funzionamento degli uffici e delle strutture (scope2)	66-67. La metodologia usata per il calcolo delle emissioni prevede l'utilizzo di fattori di conversione pubblicati nel 2020 dal Department for Environment Food & Rural Affairs inglese (per le emissioni da viaggi in aereo e treno e per consumi di metano e gasolio) o fattori forniti da Arval (per le emissioni da viaggi in auto).			no

GRI 400: INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALI

GRI 401: EMPLOYMENT

103	Management Approach <i>Tutela dell'occupazione; Retention dei dipendenti</i>	42-44; 46-48			no
401-1	Numero totale e tasso di assunzioni e turnover del personale (suddivisi per età, genere e provenienza)	46-48			no

401-2	Benefit forniti ai dipendenti a tempo pieno che non sono forniti ai dipendenti temporanei o part-time, per attività principali	57			no
-------	--	----	--	--	----

GRI 403: OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

103	Management Approach <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>	61-62			no
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Si segnala che in Findomestic non è stato implementato un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro			no
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	61-62			no
403-3	Servizi di medicina del lavoro	61-62			no
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	61-62			no
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	61-62			no
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	57; 61-62			no
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Non applicabile per la tipologia di attività svolta dalla Banca			no
403-9	Infortuni sul lavoro	61-62. Gli infortuni degli agenti non vengono monitorati dalla Banca in quanto si configurano come lavoratori indipendenti che non operano all'interno delle sedi Findomestic.	I dati e le informazioni relative agli infortuni dei lavoratori non dipendenti non sono monitorati in quanto l'attuale normativa italiana applicabile in materia non prevede l'obbligo di raccolta della suddetta tipologia di dato.		no

GRI 404: TRAINING AND EDUCATION

103	Management Approach <i>Retention dei dipendenti, Sviluppo, e coinvolgimento del personale</i>	48-51			no
404-1	Ore di formazione medie annue per dipendente, per genere e per categoria	51			no

404-2	Programmi per la gestione delle competenze e per l'apprendimento continuo che supportano l'occupabilità continua dei dipendenti e li assistono nella gestione della fine carriera	48-51			no
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono rapporti regolari sui risultati e sullo sviluppo della carriera, per genere e per categoria di dipendente	50-51			no

GRI 405: DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY

103	Management Approach <i>Tutela dei diritti umani in azienda, diversità ed inclusione, Pari opportunità nei percorsi di carriera</i>	52-57			no
405-1	Ripartizione degli organi di governo e dei dipendenti per indicatori di diversità	18-19; 44-45; 52			no
405-2	Rapporto tra salario base (RAL) e remunerazione totale (comprensiva della parte variabile) delle donne rispetto agli uomini, per livello e funzione	56			

LOCAL COMMUNITIES

103	Management Approach <i>Prossimità al cliente; customer Advocacy; Inclusione finanziaria</i>	30-31; 79-85; 109			no
G4-FS13	Punti di contatto presenti in aree a bassa densità abitativa ed economicamente svantaggiate per tipo	30-31; 109			no
G4-FS14	Iniziative per il miglioramento degli accessi ai servizi finanziari per le persone più svantaggiate	30-31; 109			no

GRI 417: PRODUCT AND SERVICE LABELING

103	Management Approach <i>Adeguatezza dei prodotti offerti e trasparenza verso i clienti; Educazione finanziaria; Qualità e soddisfazione dei bisogni della Società; Gestione responsabile del recupero crediti e del contenzioso</i>	79-80; 91-93; 96-100			no
417-2	Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita	79-80. Nel corso del 2020 non ci sono stati episodi di non conformità a leggi, regolamenti o a codici volontari relativamente alle informazioni descrittive dei prodotti commercializzati o alle comunicazioni marketing.			no

417-3	Numero totale di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	Nel corso del 2020 non sono state inoltre rilevate azioni che hanno determinato sanzioni (monetarie e non) riguardanti la violazione di normative ambientali o socio-economiche.			no
GRI 418: CUSTOMER PRIVACY					
103	Management Approach <i>Privacy, sicurezza e protezione dei dati</i>	23-25: 25-26			no
418-1	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	25-26			no
PRODUCT PORTFOLIO					
103	Management Approach <i>Prodotti e servizi ad impatto sociale e ambientale</i>	88-91. Findomestic Banca non è provvista di policy per la valutazione e gestione dei rischi sociali e ambientali o di procedure per il monitoraggio dei rischi sociali e ambientali dei propri clienti, partner o del proprio personale dipendente.			no
G4-F57	Valore monetario dei prodotti e dei servizi realizzati per consegnare uno specifico beneficio sociale per ciascuna linea di business, suddiviso per scopo.	88-91	• Monetary value (for products) or number of transactions or customers (for services); • The proportion of this value to the total monetary value for each business line.	Informazione non disponibile. Si prevede di fornire il dato dall'esercizio successivo.	no
G4-F58	Valore monetario dei prodotti e dei servizi realizzati per portare uno specifico beneficio ambientale per ciascuna linea di business, suddiviso per scopo.	88-91	• The total monetary value of specific environmental products and services by business line; • The proportion of this value to the total value of products and services for the business line.	Informazione non disponibile. Si prevede di fornire il dato dall'esercizio successivo.	no
INNOVAZIONE					
103	Management Approach Innovazione	86-90			



Carta proveniente da foreste gestite responsabilmente secondo i rigorosi standard ambientali, economici e sociali.

Findomestic Banca S.p.A.

Findomestic Banca S.p.A. Sede Legale e Amministrativa

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze

Capitale sociale 659.403.400 i.v. - R.E.A. 370219 (FI) - C.F./P.I. e R.I. di FI n. 03562770481

Albo delle Banche N. 5396 - Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari come "Findomestic Gruppo" al n. 3115

Indirizzo PEC: findomestic_banca_pec@findomesticbanca.telecompost.it

Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento

da parte del Socio Unico BNP Paribas Personal Finance S.A. - Parigi (Gruppo BNP Paribas)

Associata ABI Associazione Bancaria Italiana

Associata ASSOFIN Associazione Italiana del Credito al Consumo ed Immobiliare

Albo degli Intermediari Assicurativi presso IVASS Sezione "D" N. 000200406

Società sottoposta al controllo ed alla vigilanza di Banca d'Italia.
