

Il bilancio di sostenibilità di Findomestic Banca 2022



INDICE

	Una questione di responsabilità	2
	Come leggere il Bilancio di Sostenibilità	4
	Findomestic Banca: il profilo	6
	Findomestic e il Gruppo BNP Paribas	8
	La Responsabilità di Findomestic	11
	L'analisi di materialità di Findomestic	13
	La governance della Banca	14
	Etica ed Integrità	19
	La gestione dei rischi aziendali	23
	La vigilanza dei rischi ambientali e climatici	29
	I risultati economici di Findomestic	30
	Pilastro civico	34
	Impegno 1: Creare un ambiente di lavoro sostenibile, equo ed inclusivo	35
	Chi sono i dipendenti di Findomestic	36
	La selezione del personale	37
	Il benessere e la soddisfazione dei dipendenti	39
	La valutazione del personale e lo sviluppo professionale	41
	Diversità e Pari opportunità	44
	Le relazioni della Banca con i propri dipendenti	48
	Le relazioni sindacali	50
	La salute e sicurezza in Findomestic	51
	Impegno 2: Avere un impatto neutro sull'ambiente	52
	Pilastro Economico	58
	Impegno 3: Favorire l'accesso ai nostri servizi finanziari a un numero maggiore di clienti	62
	Ampliamento e potenziamento della gamma di prodotti e servizi	62
	La presenza di Findomestic sul territorio e la prossimità al cliente	65
	Impegno 4: Aiutare i nostri clienti a ridurre il loro impatto ambientale	68
	Impegno 5: Costruire una relazione duratura e inclusiva con i nostri stakeholder (clienti, partner, dipendenti e società civile)	73
	Integrazione e dialogo con il cliente durante il "ciclo di vita" del servizio offerto	76
	La gestione responsabile del recupero crediti e del contenzioso	79
	I partner e i fornitori	80
	Pilastro Sociale	86
	Impegno 6: Contribuire all'educazione finanziaria e alla consapevolezza sul consumo sostenibile	87
	Educazione finanziaria	88
	Impegno 7: Contribuire ad una migliore educazione ed inclusione digitale	92
	Il supporto alle comunità e ai territori	94
	Appendice	96
	Capitolo: Findomestic Banca: il profilo	96
	Capitolo: Pilastro civico	103
	Capitolo: Pilastro sociale	110
	Indice dei contenuti GRI	112

UNA QUESTIONE DI RESPONSABILITÀ



Gilles Zeitoun
Amministratore Delegato
e Direttore Generale

Ai nostri stakeholder

Questo è il **diciottesimo** anno che Findomestic pubblica il proprio Bilancio di Sostenibilità, a dimostrazione di quanto questi temi facciano parte dell'identità stessa di Findomestic. Al tempo stesso, però, questo nostro impegno si è profondamente evoluto ed ha assunto un ruolo centrale, fino a diventare il cardine sul quale si sviluppa l'agire della Banca.

Nel primo anno del nostro **Piano Strategico Impulse 2025**, infatti, abbiamo mobilitato tutta l'azienda e, grazie all'impegno delle colleghe e dei colleghi di Findomestic, abbiamo lavorato con l'ambizione di generare un **impatto positivo** attraverso le azioni della Banca, sia internamente che esternamente. Un obiettivo, questo, che per la prima volta è stato formalmente inserito all'interno del Piano.

In un contesto caratterizzato da una crisi energetica, inflazionistica, sociale e climatica, abbiamo nuovamente affermato la nostra **Ragion d'essere**, al centro del **Manifesto** di Findomestic e di BNP Paribas Personal Finance, documento nato nel 2020 e articolato in 3 pilastri e 7 impegni concreti e misurabili nel tempo.

Nonostante un contesto così impegnativo, abbiamo confermato le ambizioni definite dal 2021, inclusa quella di essere un attore della transizione verso un'economia decarbonizzata, attraverso l'accompagnamento dei nostri clienti e partner in scelte di consumo sempre più sostenibili. In questo modo Findomestic contribuisce all'obiettivo 2025 di BNP Paribas Personal Finance di raggiungere 20 Miliardi di euro in impieghi sostenibili.

I pilastri del Manifesto ed i relativi impegni sono stati riaffermati anche come modo di dialogare con tutti i nostri stakeholder, ed è in questa ottica che si presenta **la nuova struttura del nostro bilancio di sostenibilità**, a dimostrazione del nostro ruolo di Banca autore del cambiamento. Con questo nuovo approccio metodologico, abbiamo inoltre potuto fare una mappatura puntuale dei nostri impatti, negativi e positivi, ed una loro valutazione più approfondita.

Tra le azioni che hanno caratterizzato l'anno, abbiamo scelto di continuare a dare rilevanza all'offerta di un **Prestito Personale green**, lanciato per la prima volta nel 2020, garantendo un tasso agevolato ai clienti che acquistano un prodotto ecosostenibile e abbiamo proseguito nel dare forma alla "**Foresta Findomestic**", complessivamente composta da **5.624 alberi** a fine anno 2022. Consapevoli, inoltre, delle forti incertezze del contesto economico in cui viviamo, non ignoriamo le difficoltà che esse possono porre ai nostri clienti. Pertanto, abbiamo proseguito anche per il 2022 con la proposta del **Prestito Personale Flessibile**, con tasso fisso e rata flessibile e abbiamo reso possibile il finanziamento di pratiche, provenienti dalla rete Findomestic, per **2.5 milioni di euro** con **PerMicro**, società di microcredito con cui la Banca collabora dal 2018. Puntando, infine, sull'innovazione, abbiamo ulteriormente arricchito i servizi offerti ai nostri clienti fruibili tramite *digital device* tanto che sono stati superati **i 2.2 milioni di download** nel 2022 della nostra App, andando a migliorare sia la *user-experience* che a ridurre ulteriormente il consumo di carta.

Il 2022 è stato anche caratterizzato dalla nuova organizzazione della Banca, con la creazione della **Direzione Customer Advocacy**, nata con la specifica funzione di monitorare la soddisfazione del cliente e per la tutela dei suoi interessi, insieme al rafforzamento della Governance dedicata alla gestione delle azioni di sostenibilità, dando sempre più peso alla "G" dei **fattori ESG (Environmental, Social, Governance)**.

Dal 2022, le tematiche ESG hanno assunto una nuova dimensione anche attraverso l'emissione da parte delle Autorità delle Aspettative di Vigilanza sui rischi climatici e ambientali. Su tali aspettative, Findomestic ha avviato il proprio allineamento in maniera coordinata e sinergica con tutte le funzioni deputate alla gestione dei rischi, ognuno per quanto di competenza e in linea con le indicazioni del Gruppo BNP Paribas.

È un percorso virtuoso in grado di restituire valore a tutti gli stakeholder e che li accomuna in un unico grande obiettivo, costruire una società più inclusiva, agire con responsabilità e trasparenza.

Buona lettura.

L'Amministratore Delegato e Direttore Generale

Findomestic è impegnata da molti anni sui temi della responsabilità sociale, tant'è che questi elementi sono confluiti nel *brand* e nel *payoff* che lo accompagna: **“Più responsabili, insieme”**.

Questo impegno è cresciuto e cambiato nel corso degli anni, fino a giungere, già dal 2019, al potenziamento di una struttura interamente dedicata alla Responsabilità Sociale d'Impresa, creando una **Governance** per la gestione di tutte le iniziative in ambito di sostenibilità, avviate dalle colleghe e colleghi di Findomestic, a supporto dei nostri clienti e partner nel promuovere l'accesso ad un consumo più responsabile e sostenibile.

A volte viste come tra loro antagoniste le azioni in ambito **“sociale”** e **“ambientale”**, l'ambizione di Findomestic è di contribuire attraverso le sue iniziative a una **transizione equa e giusta**, che abbinati consapevolmente la **“E”** e la **“S”** di ESG.

Ne sono un esempio gli **oltre 600.000€ devoluti** in erogazioni a fini sociali nel 2022. Un impegno necessario in un contesto post Covid, in linea con il concreto ruolo di Findomestic, da anni sul territorio in ambito culturale, sociale, medico e ambientale.

Abbiamo continuato a sviluppare il nostro progetto di educazione finanziaria, raggiungendo oltre **46 mila persone nel 2022** e confermato il tragitto che accomuna, insieme, clienti e persone di Findomestic, anche con l'iniziativa **“il Puzzle della sostenibilità”**, al quale hanno aderito oltre 500 i tra colleghi e clienti attraverso delle **“missioni sostenibili”** sia su tematiche ambientali che sociali.

È da mettere in evidenza il rinforzato impegno della Banca sia in denaro, sia con la collaborazione dei dipendenti, nei programmi di educazione finanziaria o più in generale in azioni di **volontariato aziendale**, che hanno visto moltissimi dipendenti mettere a disposizione il proprio tempo fino a raggiungere oltre 227 ore donate nell'ambito del programma **#1MillionHours2Help**.

Infine, poichè la velocità con cui, a seguito della pandemia da Covid-19, si sono diffusi strumenti e tool digitali, non ha permesso a tutti di stare al passo nell'apprendimento delle nuove modalità di interazione digitalizzate, Findomestic ha pertanto individuato nell'**accessibilità digitale** un'area in cui può apportare un impatto concreto e così, sia per le aziende che per la società, l'**educazione digitale** è stata affiancata a quella finanziaria.

In un mondo in continuo movimento, anche il nostro impegno vuole essere in grado di innovare e rinnovarsi. Ed è la promessa che facciamo a noi stessi e a tutta la comunità degli stakeholders.



Lorenza Ciacci
Direttore Engagement Media
& Comunicazione

Il Direttore Engagement Media & Comunicazione



COME LEGGERE IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

| Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità 2022 di Findomestic Banca S.p.A. (di seguito “Findomestic” e/o “la Banca”), 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 Initiative¹). In particolare, l’informativa inserita in questa edizione è redatta in conformità ai principi e alle metodologie previste dagli standard pubblicati nel 2021 dal Global Reporting Initiative², secondo l’opzione “in accordance with the GRI Standard”.

I temi trattati all’interno del Bilancio sono quelli che sono stati considerati rilevanti, a valle dell’analisi di materialità, in quanto in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività della Banca e/o di in-

fluenzare 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 nel paragrafo “L’analisi di materialità” del presente bilancio. Si segnala, da ultimo, che Findomestic non è soggetta all’obbligo di redigere la dichiarazione individuale di carattere non finanziario ex D.lgs. n. 254/2016, attuativo della direttiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio, avvalendosi dell’esonero previsto dall’art. 6 del Decreto in qualità di società figlia ricompresa nella dichiarazione di carattere non finanziario consolidata, resa dalla Capogruppo BNP Paribas S.A.

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 2021 indicati nella tabella GRI Content Index riportata a pag. 112 del presente Bilancio, nella quale, 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

La predisposizione del Bilancio di Sostenibilità 2022 si presenta come un vero e proprio processo di rendicontazione con cadenza annuale. Dopo l'approvazione della lista dei temi materiali³ e dei relativi impatti da parte dell'Amministratore Delegato, il documento è:

- redatto dalla funzione Responsabilità Sociale d'Impresa, la quale coordina e coinvolge le principali funzioni aziendali nella fase di raccolta, analisi e consolidamento dei dati, avvalendosi del supporto dei contributori al Bilancio di Sostenibilità, con il compito di controllare e validare tutte le informazioni riportate nel Bilancio, ciascuno per la propria area di competenza;
- approvato dall'Amministratore Delegato, nonché Direttore Generale, come definito dalla metodologia interna che disciplina il processo per la redazione ed approvazione del Bilancio di Sostenibilità di Findomestic Banca S.p.A.;
- pubblicato e scaricabile dal sito internet della Banca.

Perimetro di reporting

I dati e le informazioni contenuti nel documento si riferiscono alle performance di Findomestic Banca S.p.A. per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2022. Fanno eccezione alcune informazioni ritenute significative che sono riferibili a Findomestic Banca S.p.A. e/o al Gruppo BNP Paribas e altre che, a livello temporale, si riferiscono ai primi mesi del 2023 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.



3. I temi materiali sono gli aspetti di gestione di una organizzazione ritenuti maggiormente rilevanti in termini di impatti generati su economia, ambiente e persone.

FINDOMESTIC BANCA: IL PROFILO



Findomestic, fin dal 1984,
anno della sua nascita,
è partner dei propri clienti nella realizzazione dei
loro progetti, per il miglioramento della qualità della
vita rendendo il credito accessibile e responsabile,
socialmente ed economicamente utile al paese.

L'azienda mette a disposizione delle famiglie prodotti di credito, di risparmio e assicurativi, realizzati secondo i principi di responsabilità e sostenibilità, valori al centro delle scelte di Findomestic. 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 Clien-

te, basata sulla trasparenza e correttezza, sulla fiducia e sulla corresponsabilità, tutti elementi che confluiscono nel *brand* e nel *payoff* che ne accompagna la comunicazione al pubblico: "Più responsabili, insieme". A partire dal 2020, con l'adozione del **Manifesto dell'Engagement di BNP Paribas Personal Finance**, Findomestic si è impegnata ulteriormente a promuovere l'accesso ad un consumo più responsabile e sostenibile, generando un impatto positivo a cascata sulla società e sull'ambiente.

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.

1999

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

2006

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

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.

2010

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.

2013

Findomestic rinnova il suo modello di business rafforzando l'importanza della centralità del cliente. Viene introdotta la **firma digitale** per la gestione 100% online delle richieste di credito.

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

2018

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.

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 rafforza il proprio impegno verso la **transizione sostenibile** con l'eliminazione della plastica mono-uso da tutti gli uffici; con il rinnovo e l'emissione di tutte le Carte di Credito in PLA e favorendo i finanziamenti di progetti a minor impatto energetico con un prestito dedicato, ad un tasso agevolato, lanciato nel 2020.

2021

All'interno della nuova organizzazione Findomestic, nasce la Direzione **Customer Advocacy** con la funzione di monitorare la soddisfazione del cliente e della tutela dei suoi interessi.

2022



FINDOMESTIC E IL GRUPPO BNP PARIBAS

L'appartenenza ad un gruppo internazionale e l'azionista di riferimento

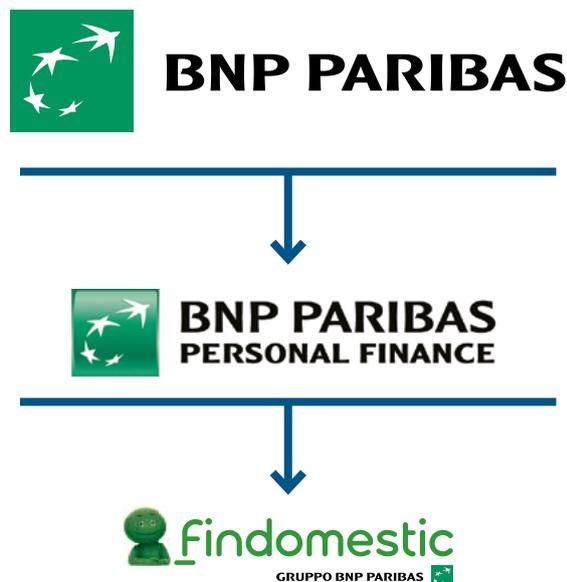
Attivo in 64 Paesi con circa 190 mila dipendenti, BNP Paribas è un gruppo bancario leader dell'Eurozona ed una delle principali banche a livello mondiale. Detiene posizioni chiave nelle sue tre divisioni operative:

- **Commercial, Personal Banking & Services**, riunisce tutte le attività retail del Gruppo e le linee di business specializzate;
- **Investment & Protection Services** comprende aziende specializzate che offrono una vasta gamma di servizi di risparmio, investimento e protezione;
- **Corporate & Institutional Banking** offre soluzioni finanziarie su misura per aziende e clienti istituzionali.

Un modello di business diversificato e integrato

Sostenuto da un modello solido, diversificato e integrato, il Gruppo BNP Paribas affianca tutti i suoi clienti (privati, associazioni, imprenditori, Piccole Medie Imprese, aziende e clienti istituzionali) nella realizzazione dei loro progetti attraverso soluzioni di finanziamento, investimento, risparmio e protezione. A tal fine, il Gruppo dispone di piattaforme e linee di business leader in Europa, di una forte presenza internazionale, soprattutto nelle Americhe, e di un'attività solida e in rapida crescita nell'area Asia-Pacifico.

BNP Paribas sta inoltre implementando un approccio di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) in tutte le sue attività, che le consente di contribuire alla costruzione di un futuro sostenibile, garantendo al contempo la performance e la stabilità del Gruppo.



I NUMERI DI BNP PARIBAS NEL MONDO

190 mila
dipendenti



Banca leader
in Europa



50,4 miliardi
di Euro di ricavi



Presente in Italia dal 1967 come BNP e dal 1979 come Paribas, il Gruppo 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).



Una tra queste aziende è anche Findomestic Banca S.p.A., partecipata al 100% da **BNP Paribas Personal Finance**, società del Gruppo BNP Paribas leader in Francia ed in Europa nel credito al consumo.

BNP Personal Finance è al servizio di 25 milioni di clienti attraverso l'erogazione di un'ampia gamma di servizi e prodotti di credito, di risparmio e assicurativi. Forte dell'esperienza di quasi 40 anni di attività, della solidità e del *know-how* tratti dall'appartenenza al Gruppo BNP Paribas, dei suoi valori e della Responsabilità Sociale posta come tema identitario, Findomestic Banca S.p.A. è leader di settore sia per i risultati economici che per la riconoscibilità del proprio *brand*. Nel 2022 la Banca ha consolidato ulteriormente la sua posizione, infatti a fine anno, il ricordo spontaneo del brand Findomestic ha raggiunto il 65% (fonte: Indagine Eumetra-Assofin).

I NUMERI DI BNP PARIBAS IN ITALIA

17 mila
dipendenti



13
entità principali



Oltre **5 milioni**
di clienti



I NUMERI DI PARIBAS PERSONAL FINANCE NEL MONDO

N.1
in Europa nel
Credito al Consumo



Oltre **25 milioni**
di clienti nel mondo



CAPITALE SOCIALE FINDOMESTIC	2022
VALORE DEL CAPITALE SOCIALE	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 Bancari.⁴

4. 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 al 100%).

Inoltre Findomestic Banca S.p.A. soddisfa tutti i requisiti di per l'esenzione dalla presentazione del bilancio consolidato fissati dal principio contabile IFRS10 paragrafo 4(a) come meglio illustrato nella Parte A della Nota Integrativa.

Riconoscimenti e Certificazioni

BNP PARIBAS RATING EXTRA-FINANZIARI

AGENZIA	RATING 2022	INTEGRAZIONE NEI RELATIVI INDICI
FTSE Russell	4,4/5 (4,4/5 2021)	FTSE4good global index series
ISS (ESG Corporate Rating)	C+ (C+ 2021)	Prime (Best-in-class status)
MSCI (ESG Rating)	AA (AA 2021)	
Standard & Poor's (Corporate Sustainability Assessment)	84/100 (82/100 2021)	DISI World - DISI Europe
Sustainalytics (ESG Risk Rating)	Rischio medio - 25,4/40 (Rischio medio - 25,6/40 2021)	STOXX Global ESG Leaders
Moody's ESG Solutions (ESG Profile)	71/100 (71/100 2021)	Euronext - Vigeo Eiris: World 120, Europe 120 1° Banca in Europa et France 20
EcoVadis	72/100 (72/100 2021)	Top 4% del ranking

I RICONOSCIMENTI DI BNP PARIBAS E DI FINDOMESTIC

RICONOSCIMENTI PER BNP PARIBAS

- BNP Paribas «**Migliore banca al mondo e in Europa Occidentale per la finanza sostenibile**» e «**Migliore banca al mondo per i dati e la tecnologia ESG**» secondo Euromoney 2022;
- BNP Paribas leader per il miglior progresso **Net Zero dell'anno in EMEA** (Europa, Medio-Oriente, Africa) secondo **Environment Finance 2022**;
- BNP Paribas prima banca francese e quarta banca mondiale nella classifica 2023 delle «**100 imprese più sostenibili**» dell'organismo canadese Corporate Knights;
- BNP Paribas al **primo posto** nella classifica delle 25 principali banche europee per l'ONG Share Action nella **lotta al cambiamento climatico e nella protezione della biodiversità**;
- BNP Paribas **quarta istituzione finanziaria** (e seconda banca) tra quasi 400 istituzioni secondo il Financial System Benchmark della World Banking Alliance per gli **sforzi compiuti per sostenere un'economia più giusta e responsabile**.



RICONOSCIMENTI PER FINDOMESTIC



- Findomestic ha ottenuto la certificazione «**Azienda Top Employers Italia ed Europa 2022**» per il sesto anno consecutivo
- Findomestic ha la certificazione **Gender Equality European & International Standards GEEIS - Diversity Italia**
- Findomestic ha rinnovato la propria **Certificazione ISO 22301**
- Findomestic ha rinnovato la propria **Certificazione ISO 9001:2015**
- Findomestic ha rinnovato la **Certificazione ISO27001 - Sicurezza informatica**



LA RESPONSABILITÀ DI FINDOMESTIC



Nel corso degli anni, la dimensione dell’impatto ESG (Environmental, Social and Governance), ossia l’effetto generato sulla società e sull’ambiente dalle attività di Findomestic, è diventata sempre più una pietra miliare delle attività del Gruppo BNP Paribas e anche di Findomestic.

Infatti, la Banca ritiene l’integrazione dei fattori ESG di rilevanza strategica nelle decisioni aziendali, tanto che ha inserito il raggiungimento del c.d. **“positive impact”** tra le 5 sfide chiave alla base del **Piano Strategico Impulse 2025** approvato dal Consiglio di Amministrazione del 18 febbraio 2022. Ciò è specificamente richiamato anche nel Progetto di Governo Societario approvato anch’esso dal Consiglio d’Amministrazione.

A questo si intreccia anche la recezione da parte di Findomestic del **Manifesto dell’Engagement di BNP Paribas Personal Finance** nel 2020 in cui è esplicitata la “ragion d’essere”:

“RAGION D’ESSERE”

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

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

I nostro mondo sta affrontando sfide senza precedenti - cambiamenti climatici, esaurimento delle risorse naturali e crescenti disuguaglianze - mentre il nostro modo di vivere e di lavorare cambia drasticamente.

Nel gruppo BNP Paribas Personal Finance, siamo convinti che il consumo sia al centro di queste grandi sfide e che possa anche giocare un ruolo chiave. Attraverso un consumo più responsabile, ognuno ha la capacità di salvaguardare le risorse naturali, ridurre la propria carbon footprint, e fare la differenza su una scala più ampia. Crediamo che i consumatori possano essere agenti del cambiamento.

I consumatori sono sempre più consapevoli ed interessati ad avere un impatto positivo attraverso le loro scelte quotidiane. Ma cambiare le abitudini e i cicli di consumo sostenibili non sono disponibili e accessibili a tutti. Contribuire a una finanza più inclusiva e consentire a quelle più persone possibile di partecipare al cambiamento è una sfida importante per noi.

Sostenere le scelte di consumo individuale durante i periodi di grandi cambiamenti fa parte del DNA di BNP Paribas Personal Finance sin dalla sua nascita. In qualità di leader nel credito al consumo e sostenitore della gestione responsabile del budget, riteniamo di avere un ruolo chiave da svolgere nell’aiutare le persone ad adottare abitudini di spesa più sostenibili ed a gestire le proprie finanze personali. Senso più esposto alla vulnerabilità economica, alcuni dei nostri clienti saranno particolarmente impattati dalle sfide globali a venire. Crediamo di poter aiutare ad accedere a un consumo più sostenibile.

Speriamo da queste conversazioni e dalla nostra forte volontà di agire, abbiamo delineato la ragion d’essere del nostro gruppo: **“al fianco dei nostri clienti e dei nostri partner, promuoviamo l’accesso ad un consumo più responsabile e sostenibile”.**

Questo mandato è una testimonianza della trasformazione a lungo termine della nostra azienda e delle nostre attività. Una trasformazione supportata da impegni concreti, misurabili e monitorati che verranno verificati regolarmente così da monitorare i nostri progressi.

Attraverso il nostro impegno e gli obiettivi che ci siamo prefissati, vogliamo contribuire ad ambizioni del Gruppo BNP Paribas di diventare leader nella finanza sostenibile per i nostri clienti, i nostri partner e il mondo in cui viviamo.

I nostri dipendenti sono il principale motore di questo cambiamento, ogni giorno al fianco dei nostri clienti.

L’impatto positivo parte da ognuno di noi.

Questa è considerata centrale all’interno del Piano Strategico *Impulse 2025* di Findomestic, per far sì che l’impatto economico delle azioni sia sempre in linea con gli obiettivi di sostenibilità. Questo implica un cambio di mindset, un nuovo equilibrio, ovvero un giusto bilanciamento tra il nuovo modello di fare business e la redditività della Banca. Così i principi che costituiscono il Manifesto devono incontrare le strategie aziendali e divenire parte del vivere quotidiano e del modo di fare business.

Tale manifesto si declina nei 3 Pilastri di sviluppo, **civico, economico e sociale**, nei quali la tutela dell’ambiente è un aspetto sempre presente e trasversale.

Per ciascun Pilastro, sono stati definiti degli impegni che guidano le attività di Findomestic verso l’obiettivo 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**.

I PILASTRI DELLA RESPONSABILITÀ E I RELATIVI IMPEGNI



CIVICO



ECONOMICO



SOCIALE

Essere esemplare
come azienda e come datore
di lavoro

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

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

1. Creare un ambiente di lavoro sostenibile equo e inclusivo
2. Avere un impatto neutro sull'ambiente

3. Favorire l'accesso ai nostri servizi finanziari a un numero maggiore di clienti
4. Aiutare i nostri clienti a ridurre il loro impatto ambientale
5. Costruire una relazione duratura e inclusiva con i nostri stakeholder

6. Contribuire all'educazione finanziaria e alla consapevolezza sul consumo sostenibile
7. Contribuire ad una migliore educazione ed inclusione digitale



AMBIENTE

I NUMERI CHIAVE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE 2022

PILASTRO CIVICO		PILASTRO ECONOMICO		PILASTRO SOCIALE	
53% donne presenti in azienda in continuità con il 2021	129.5 mila ore di formazione erogate <i>Vs 123 mila nel 2021</i>	oltre 215 milioni € di finanziamenti con finalità sostenibile (a supporto della transizione energetica e della mobilità sostenibile) <i>Vs oltre 162 milioni nel 2021</i>	oltre 46 mila persone raggiunte dai programmi di educazione finanziaria e digitale <i>Vs 45.800 mila persone raggiunte nel 2021</i>		
100% utilizzo di energia elettrica rinnovabile in tutti gli immobili della banca	99,6% utilizzo di carta certificata per uso interno ed esterno <i>Vs 96% nel 2021</i>	433 mila carte di pagamento emesse in PLA (materiale eco-sostenibile) <i>Vs oltre 650 mila nel 2021</i>	oltre 630 mila € in azioni di mecenatismo a fini sociali, culturali e ambientali <i>Vs 928 mila € nel 2021 inclusi oltre 500 mila € a supporto della pandemia</i>		



L'ANALISI DI MATERIALITÀ DI FINDOMESTIC

Findomestic Banca è consapevole di quanto sia importante individuare i temi rilevanti per i propri stakeholder e scegliere correttamente i contenuti del proprio Bilancio di Sostenibilità, al fine di assicurare la comprensione delle attività svolte e dei progetti realizzati, del suo andamento, dei suoi risultati e soprattutto dell'impatto generato dagli stessi, anche in considerazione dei principi promossi dai GRI Standard⁵. Per tale motivo, alla base della redazione del presente documento, la Banca ha eseguito un processo di analisi di materialità, volto a identificare gli ambiti in cui le sue attività possono incidere maggiormente, tenendo in considerazione tutti gli stakeholder interessati, dai dipendenti, ai clienti, alle comunità locali.

L'analisi di materialità è stata svolta in allineamento ai nuovi GRI Universal Standard 2021, entrati in vigore a decorrere dal 2023 e applicabili sul Bilancio di Sostenibilità relativo al Fiscal Year 2022.

Il processo di analisi ha visto il coinvolgimento di tutto il Management della Banca. Tale processo è stato articolato nelle quattro fasi principali di seguito rappresentate.

In particolare:

- 1. Comprensione del contesto** dell'organizzazione, attraverso lo svolgimento di un'analisi di benchmark al fine di identificare gli aspetti rilevanti in considerazione dell'attività svolta e le aspettative dei propri stakeholder.
- 2. Identificazione degli impatti** partendo dagli aspetti emersi come più significativi per il settore di riferimento all'interno del benchmark e prendendo come punto di partenza le tematiche identificate nel precedente Bilancio di Sostenibilità. Gli impatti così individuati sono stati classificati come positivi o negativi, attuali o potenziali e sottoposti alla validazione o integrazione da parte del Management.
- 3. Valutazione della significatività degli impatti** proposti su economia, ambiente e persone, svolta dal Management di Findomestic attraverso una votazione che ha preso in considerazione la magnitudo dell'impatto, associato al tema e la probabilità di accadimento. Per svolgere tale valutazione, il Management ha compilato un questionario guidato in interviste *one-to-one*, effettuando la valutazione in base alle proprie conoscenze della Banca.
- 4. Raggruppamento degli impatti in temi e prioritizzazione dei temi** in base ai risultati della valutazione, in modo tale da far emergere gli impatti maggiormente significativi per Findomestic e quindi materiali. A loro volta gli impatti sono stati raggruppati in 19 temi e sono stati ricondotti agli impegni del Manifesto Findomestic e ai Pilastri della Responsabilità Sociale di Findomestic.



1. COMPRENSIONE del contesto



2. IDENTIFICAZIONE degli impatti



3. VALUTAZIONE della significatività degli impatti



4. RAGGRUPPAMENTO degli impatti in temi e prioritizzazione dei temi

La lista dei temi materiali individuati attraverso l'attività di analisi di materialità è disponibile in Appendice.

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 i propri stakeholder. La tabella di raccordo tra temi materiali e Sustainable Development Goals è disponibile in Appendice.

5. I principi promossi dal GRI Standard sono: accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, completezza, tempestività, verificabilità e contesto di sostenibilità.



LA GOVERNANCE DELLA BANCA

Il sistema di Corporate Governance

Findomestic Banca S.p.A. ha adottato un sistema di governo societario tradizionale in cui il Consiglio di Amministrazione (di seguito anche “CdA”), 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 la concretizzazione di tutte le opportunità di sviluppo commerciale e di sinergia con le altre società del Gruppo BNP Paribas operanti in Italia.

In considerazione del fatto che Findomestic Banca S.p.A. è considerata “banca significativa” (ai sensi dell’art. 6, par. 4 del Regolamento UE n. 1024/2013) e in tal senso rientrante tra le “banche di maggiori dimensioni o complessità operativa”, il Consiglio d’Amministrazione di Findomestic Banca ha costituito tre Comitati endoconsiliari con funzioni propositive, istruttorie e consultive, nella specie: Comitato Nomine, Comitato Remunerazioni e Comitato Rischi e Controllo Interno. La durata in carica dei Comitati endoconsiliari segue quella del Consiglio di Amministrazione. La composizione dei comitati è disponibile in appendice.



Il Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione di Findomestic Banca S.p.A. 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 2021 e scadrà ad aprile 2024, con l’approvazione del bilancio al 31 dicembre 2023. Tutti i membri del consiglio di amministrazione rientrano nella fascia di età maggiore di 50 anni.

Sulla base di quanto previsto dalla normativa comunitaria e nazionale, tutti gli esponenti agiscono con indipendenza di giudizio e consapevolezza dei doveri e dei diritti inerenti all’incarico, nell’interesse della sana e prudente gestione della banca.

Gli Amministratori rispettano, da un lato, la regolamentazione vigente in materia di conflitto di interessi e, dall’altro, le disposizioni riportate nella normativa interna e relative alle misure da osservare, necessarie alla presa in carico delle situazioni di conflitto di interessi e alla loro gestione in modo appropriato. Inoltre, lo stesso Consiglio di Amministrazione ha approvato una Politica sulla gestione delle attività di rischio e conflitti d’interesse nei confronti dei soggetti collegati. Peraltro, sono state individuate delle misure specifiche nel caso in cui si verifichi una delle ipotesi di conflitto di interesse, nel corso di una seduta del Consiglio di Amministrazione. In tali casi, il Consiglio di Amministrazione, può determinare subito che il componente interessato si astenga dal partecipare ai dibattiti, non prenda parte al voto, non riceva le notizie riguardanti l’operazione in quanto suscettibili di generare un conflitto di interessi e lasci la seduta del Consiglio durante l’esame di questo punto. Poi, il verbale della seduta deve riportare le misure applicate. Nel caso in cui un Amministratore eserciti una nuova carica presso una società in cui è Amministratore esecutivo, l’Amministratore informa il Presidente del Consiglio di Amministrazione della sua nuova carica in modo tale che il Consiglio di Amministrazione, su proposta del Comitato Nomine, possa pronunciarsi sulla compatibilità di tale nomina con l’incarico non esecutivo svolto dall’Amministratore in Findomestic.

Rispetto all’andamento societario oppure a qualsiasi altra criticità, il Consiglio di Amministrazione viene informato debitamente secondo quanto previsto da apposita normativa interna.



Il numero dei componenti del genere meno rappresentato è pari almeno al **33% dei componenti** il Consiglio di Amministrazione



Per assicurare il corretto funzionamento del più alto organo di governo, annualmente il Consiglio di Amministrazione attua una procedura di autovalutazione che, ogni tre anni, viene invece espressa con l'aiuto di una società esterna indipendente, così come previsto dalla normativa. **Dal 2022, inoltre, nel processo di autovalutazione è prevista anche una domanda relativa alle prestazioni sulle tematiche di sostenibilità.** Nell'eventualità in cui, in sede di autovalutazione, il Consiglio di Amministrazione manifesti la presenza di specifici punti di miglioramento, vengono adottate azioni tali da mitigare le carenze emerse o mitigare l'anomalia.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione non ricopre un ruolo dirigenziale all'interno di Findomestic ed è componente non esecutivo dello stesso.

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.

Nomina e selezione del Consiglio di Amministrazione

I membri del Consiglio di Amministrazione sono nominati dall'Assemblea secondo i requisiti di legge. La composizione ottimale del Consiglio prevede che gli amministratori siano scelti, oltre che secondo i requisiti richiesti dal Decreto MEF n. 169/2020, anche tenendo conto di requisiti quali-quantitativi come il numero di componenti indipendenti e la diversificazione in termini di esperienza, età, genere, proiezione internazionale. Infatti, sulla base di quanto previsto dallo Statuto di Findomestic, il numero dei

componenti del genere meno rappresentato è pari almeno al 33% dei componenti il Consiglio di Amministrazione e almeno un quarto dei Consiglieri deve essere in possesso del requisito di indipendenza.

Tale livello di diversificazione permette al Consiglio d'Amministrazione di alimentare il confronto e la dialettica interna agli organi, favorire l'emersione di una pluralità di approcci e prospettive nell'analisi dei temi e nell'assunzione di decisioni, supportare efficacemente i processi aziendali di elaborazione delle strategie, di gestione delle attività e dei rischi, di controllo sull'operato dell'alta dirigenza e di tener conto dei molteplici interessi che concorrono alla sana e prudente gestione della banca.

Comitato Endoconsiliare Rischi e Controllo Interno (CERCI)

Il CERCI, tra i vari compiti svolti, esprime soprattutto valutazioni e formula pareri al Consiglio di Amministrazione nel fissare le linee di indirizzo del sistema di controllo interno, controllandone l'efficacia, e sul rispetto dei principi cui devono essere uniformati il sistema dei controlli interni e l'organizzazione. Infatti, supporta il Consiglio nella verifica della coerenza tra Piano Strategico, budget, processo ICAAP (Internal Capital Adequacy Assessment Process), operazioni di maggior rilievo e Risk Appetite Framework. Inoltre, la normativa in materia di attività di rischio e conflitti di interesse nei confronti di Soggetti Collegati⁶, vede coinvolto il Comitato sia nella ordinaria composizione, per l'approvazione delle operazioni di minore rilevanza non ordinarie, che nella composizione dei soli Amministratori Indipendenti, per l'approvazione delle operazioni di maggiore rilevanza.

⁶ I soggetti collegati sono l'insieme costituito da una parte correlata, ossia un soggetto che intrattiene una relazione con una banca (es. un esponente della banca, un partecipante mediante titoli di partecipazione rilevanti, un soggetto con potere di nomina di un componente dell'organo amministrativo) e da tutti i soggetti a essa connessi.

Comitato Nomine

Il Comitato Nomine, principalmente, esprime il proprio parere in relazione alla nomina dell'Assemblea sulla proposta di candidati avanzata dai soci o al Consiglio rispetto alla cooptazione degli Amministratori, tenendo in considerazione le indicazioni dell'Autorità di Vigilanza e i criteri illustrati nel sotto paragrafo "Nomina e selezione del Consiglio di Amministrazione".

Comitato Remunerazioni

Il Comitato Remunerazioni, tra l'altro, ha compiti di proposta sui compensi del personale i cui sistemi di remunerazione e incentivazione sono decisi dal Consiglio d'Amministrazione, e compiti consultivi in materia di determinazione dei criteri per i compensi di tutto il personale più rilevante.

Rafforzata la Governance per la gestione delle tematiche di sostenibilità

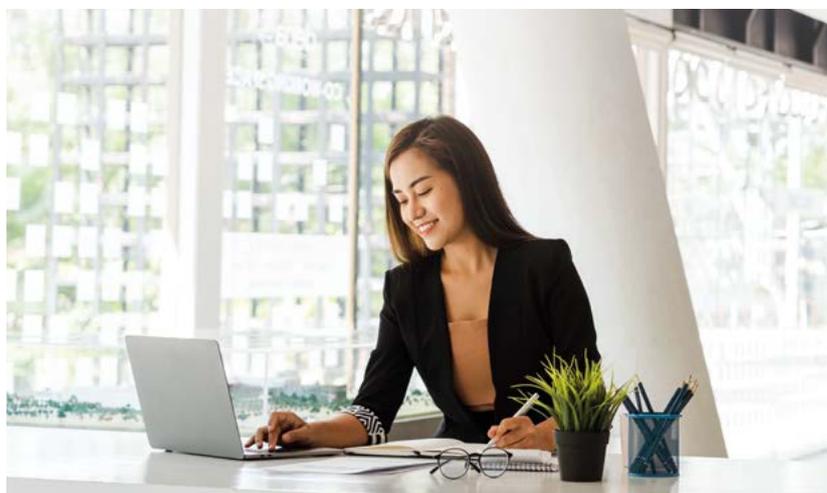


Collegio Sindacale

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 2021 e scadrà con l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2023.

Organismo di Vigilanza

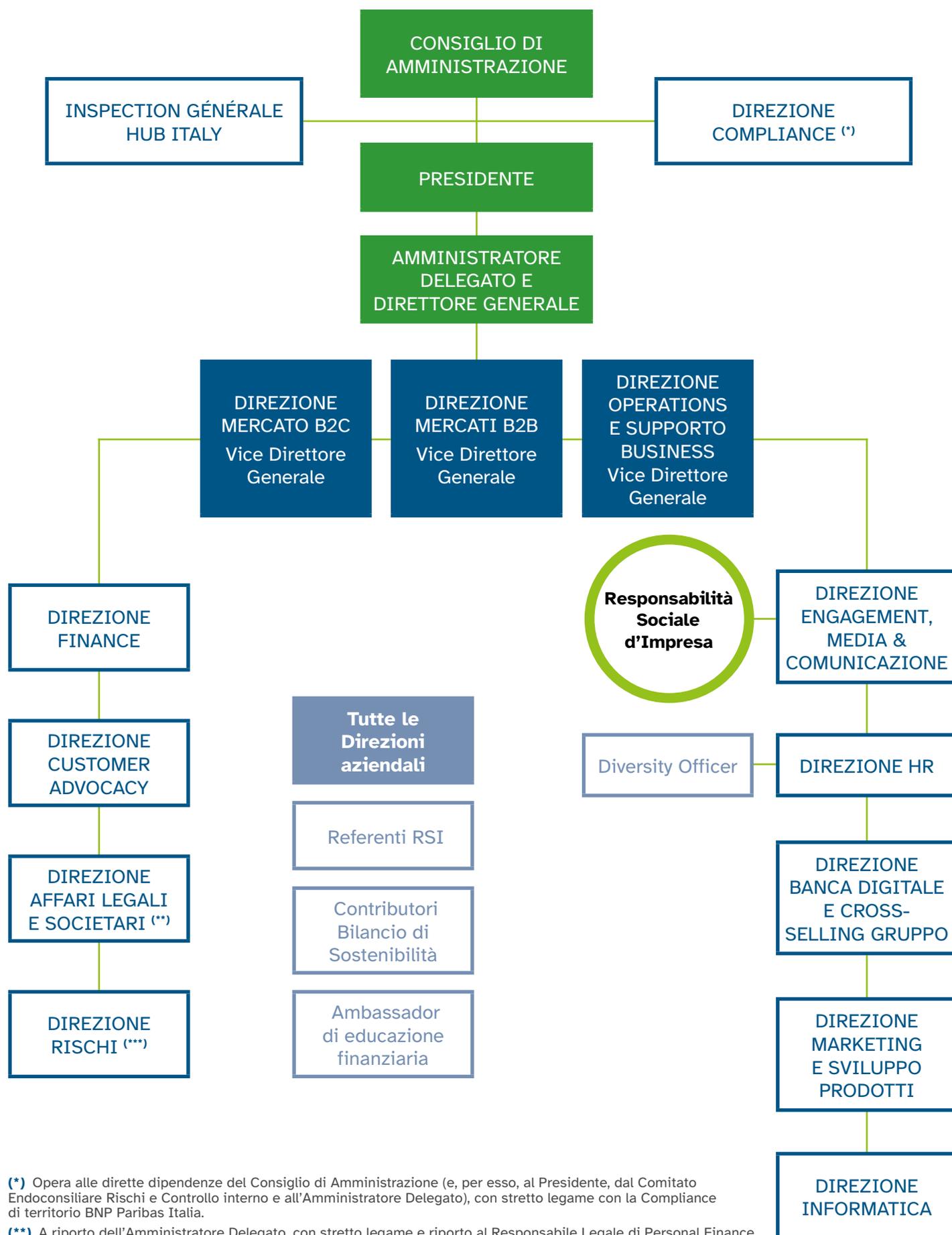
In Findomestic il Collegio Sindacale svolge anche funzioni di Organismo di Vigilanza, che è l'organo deputato alla definizione e all'aggiornamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01, nonché alla vigilanza sul funzionamento e sull'osservanza delle disposizioni dello stesso. Nell'esecuzione della propria attività ordinaria, l'Organismo di Vigilanza si avvale anche della funzione Compliance.



La Governance della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)

La necessità di adottare una Governance per la gestione delle tematiche di sostenibilità nasce dalla crescente consapevolezza che i rischi climatici e ambientali generano impatti anche per le banche. Infatti, le Aspettative di vigilanza sui rischi climatici e ambientali emesse da Banca d'Italia ad aprile 2022 e dalle Autorità Europee dal 2020, hanno confermato la centralità di una Governance robusta quale elemento portante per lo sviluppo di un modello di business sano e resiliente. In Findomestic Banca S.p.A., il CdA ha anche la responsabilità delle informazioni ed attività attinenti la sostenibilità, è competente per l'approvazione delle politiche, delle strategie e del Piano Strategico complessivo nel quale rientrano anche le iniziative in materia di sviluppo sostenibile. Inoltre, il CdA svolge un ruolo attivo di indirizzo e governo nell'integrazione dei rischi climatici e ambientali nella cultura e nella strategia aziendale, predisponendo appropriati piani di azione. In linea con questo obiettivo, dal 2019 Findomestic ha creato una struttura organizzativa dedicata alla Responsabilità Sociale d'Impresa. Questa si colloca all'interno della Direzione Engagement Media e Comunicazione.

ASSETTO ORGANIZZATIVO FINDOMESTIC E COLLOCAMENTO DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA



(*) Opera alle dirette dipendenze del Consiglio di Amministrazione (e, per esso, al Presidente, dal Comitato Endoconsiliare Rischi e Controllo interno e all'Amministratore Delegato), con stretto legame con la Compliance di territorio BNP Paribas Italia.

(**) A riporto dell'Amministratore Delegato, con stretto legame e riporto al Responsabile Legale di Personal Finance.

(***) A riporto gerarchico dell'Amministratore Delegato, e legame con la linea Risk BNP Paribas Personal Finance.



Già a partire dal 2022 il modello di Governance RSI è stato rivisto con l'obiettivo di attuare sia le attività ordinarie di Responsabilità Sociale di Impresa che le ambizioni di «*positive impact*» definite dal Piano Strategico *Impulse 2025*, in coerenza con gli impegni del Manifesto. Tali cambiamenti hanno avuto un riflesso anche nell'assetto dei Comitati per **garantire in modo sempre più efficace il presidio dei tre pilastri e dei sette impegni presenti all'interno del Manifesto**. In particolare, sono stati ridefiniti i ruoli e le responsabilità e sono state formalizzate nuove figure, fra le quali i contributori al Bilancio di Sostenibilità, i Referenti RSI, e gli Ambassador di educazione finanziaria. Ad oggi, dunque, sussistono tre comitati che gestiscono le tematiche di sostenibilità in Findomestic:

COMITATI DEDICATI AL PRESIDIO DEGLI IMPEGNI DI SOSTENIBILITÀ

COMITATO DIVERSITÀ ED INCLUSIONE	COMITATO ENGAGEMENT & RSI	COMITATO BUSINESS POSITIVE IMPACT
Ha lo scopo di seguire le attività finalizzate alla creazione di un ambiente di lavoro sostenibile, equo ed inclusivo (impegno 1 del Pilastro 1)	Ha l'obiettivo di gestire l'impatto sull'ambiente derivante dalle attività dirette (impegno 2 del Pilastro 1), le attività di educazione finanziaria e digitale, d'inclusione digitale e le attività filantropiche (impegni 6 e 7 del Pilastro 3)	Ha lo scopo di presidiare il « <i>Business Positive Impact</i> » con i suoi obiettivi legati alla mobilità sostenibile , alla transizione energetica, all' economia circolare e all' inclusione finanziaria (impegni 3, 4 e 5 del Pilastro 2)

I referenti RSI sono figure di riferimento all'interno delle Direzioni individuate dagli stessi Direttori trasversalmente all'azienda, con il ruolo di promuovere l'ingaggio nell'ambito dei tre Pilastri della Responsabilità Sociale all'interno della propria Direzione e del proprio mestiere. Essi hanno il ruolo di collaborare con la struttura RSI nella messa a terra dei piani d'azione in base alle direttive del Comitato di riferimento.

Nello specifico, per le azioni a sostegno del Piano Strategico *Impulse 2025*, i referenti si identificano con i Sustainability Business Leader. La struttura RSI riporta poi al Direttore Generale, nonché Amministratore Delegato, i temi e le eventuali criticità emersi nell'ambito dei tre comitati. Per altro, è prevista una informativa annuale della Direzione Engagement, Media e Comunicazione in Consiglio di Amministrazione e in Comitato di

Direzione, in verifica dell'andamento delle iniziative definite dalla Banca in materia di sostenibilità, con specifico focus rispettivamente sulla gestione delle attività di mecenatismo e quelle attinenti alla strategia aziendale oltre che, su richiesta, in Collegio sindacale, nonché Organismo di Vigilanza e in Comitato Rischi e Controllo Interno.

La nuova organizzazione di Findomestic Banca S.p.A.

A partire da febbraio 2022 è operativa la nuova organizzazione della Banca, la quale ha il preciso obiettivo di rafforzare la messa a terra del Piano strategico *Impulse 2025* e dello sviluppo sano e sostenibile di Findomestic. Le principali novità hanno riguardato:

- 1) la nomina di 3 nuovi Vicedirettore Generale;
- 2) la nascita di due nuove Direzioni Mercati:
 - a. Direzione Mercato *Business to Consumer* (B2C), dedita alla promozione di strategie che mettano al centro il cliente;
 - b. Direzione Mercati *Business to Business* (B2B), dedita al rafforzamento dei rapporti di partnership Retail e Mobility;
- 3) la **creazione della Direzione Customer Advocacy**, con la specifica funzione di monitorare la soddisfazione del cliente e la tutela dei suoi interessi. Per farlo, i suoi obiettivi sono quelli di rafforzare il mindset aziendale volto alla centralità del cliente e aiutare le direzioni e le funzioni aziendali a non disperdere risorse importanti ed essere ancora più attraenti nei confronti dei clienti.



ETICA ED INTEGRITÀ

I valori e i principi di Findomestic

Findomestic, adottando il modello del Gruppo BNP Paribas, 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, i principi manageriali e i pilastri della responsabilità di Findomestic sono gli elementi che costituiscono questo framework etico, base della gestione del modello di business della Banca.



LE NOSTRE FORZE TRAINANTI

AGILITÀ

Vogliamo essere più semplici, favorire l'innovazione e abbracciare la trasformazione digitale.

SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Crediamo che il successo sia nell'essere la scelta preferita dei clienti. Vogliamo ascoltarli e lavorare a stretto contatto con loro.

CULTURA DELLA COMPLIANCE

Crediamo nell'adozione di regole chiare per consolidare una forte cultura etica.

APERTURA

Incoraggiamo un approccio aperto verso tutti gli stakeholder, affinché ogni persona possa dare il proprio contributo e sentirsi responsabilizzata.

I NOSTRI PUNTI DI FORZA

SOLIDITÀ

Costruiamo il nostro futuro su una gestione solida e orientata al lungo termine.

RESPONSABILITÀ

Promuoviamo la cultura della responsabilità e dell'integrità, per servire al meglio gli interessi di tutti i nostri clienti.

COMPETENZA

Crediamo che le competenze, riconosciute e in continua evoluzione, dei nostri team siano il percorso attraverso il quale crescere e consolidarsi.

AMBIENTE DI LAVORO FAVOREVOLE

Promuoviamo un ambiente di lavoro stimolante dove le persone sono trattate con equità e rispetto.

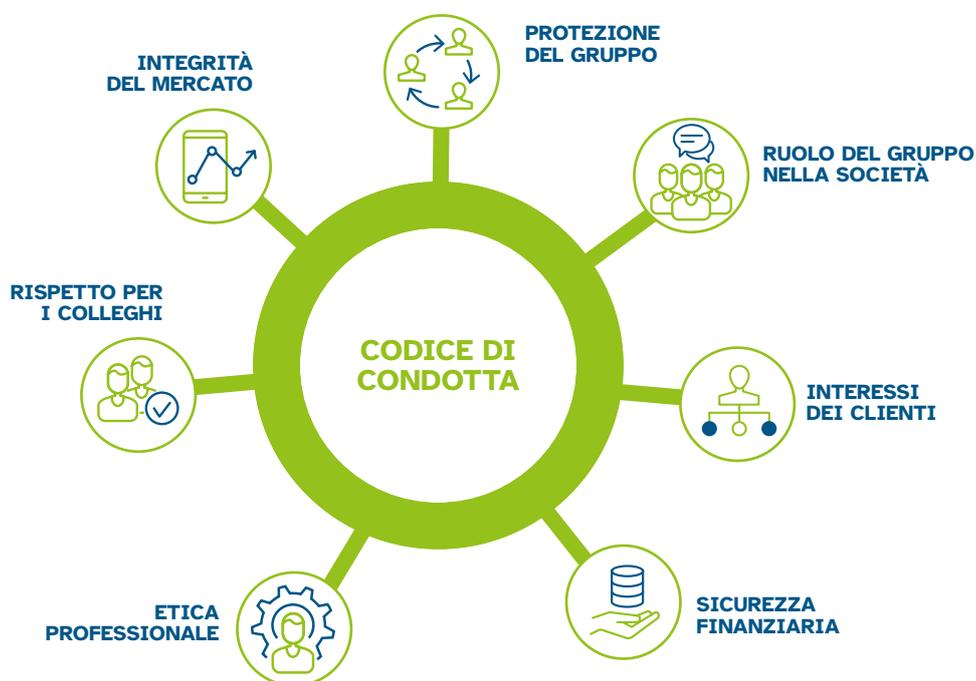
Il Codice di Condotta di Findomestic Banca S.p.A.

Elemento essenziale dell'etica professionale è il Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas che, insieme al "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" ed alla definizione di un sistema regolamentare interno, guida l'opera-

tività ed i comportamenti del personale oltre a garantire la copertura dei rischi relativi ai reati previsti dal D.Lgs. 231/2001 (di seguito anche "Modello 231").

Il Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas - adottato dal Consiglio di Amministrazione di Findomestic Banca fin dal 2016 - è al centro di ogni azione e guida tutte le decisioni ai vari livelli dell'organizzazione aziendale. Il docu-

mento si compone di tre parti: "Mission e Valori", "Regole di Condotta" e "Il Codice di Condotta in pratica" e si articola in **sette grandi temi**, prevedendo inoltre anche **un'appendice specifica dedicata alla lotta alla corruzione**:



Al fine di assicurare che l'impatto del lavoro dei propri dipendenti sia positivo, il Gruppo BNP Paribas sostiene i più elevati standard di condotta e di etica a favore dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente e della lotta alla corruzione. In tal senso, il Gruppo riconosce e si impegna a rispettare anche standard e principi riconosciuti a livello internazionale quali:

- *I Principi del Global Compact;*
- *Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite;*
- *I Principi guida dell'ONU su Imprese e Diritti Umani (UNGPs);*
- *Le Linee Guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali;*
- *La Dichiarazione Universale dei diritti dell'uomo;*
- *Le 8 Convenzioni fondamentali del lavoro definite dall'Organizzazione Internazionale del lavoro.*

Perciò, anche i dipendenti del Gruppo BNP Paribas sono tenuti a promuovere il rispetto dei diritti umani nell'ambito delle proprie attività quotidiane, considerando sempre gli impatti diretti e indiretti delle loro attività in tutto il mondo sui diritti umani e verificando che i criteri della relativa policy siano rispettati.

Tali valori sono peraltro integrati anche all'interno del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D.lgs. 231/2001 in quanto sono stati mappati al suo interno anche i reati derivanti da comportamenti discriminatori volti a tutelare il rispetto della dignità umana e i reati di impiego di cittadini di paesi terzi il cui soggiorno è irregolare, oltre ai reati contro la personalità individuale quali ad esempio, il reato di intermediazione illecita e

sfruttamento del lavoro.

Il Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas è stato aggiornato al 17 dicembre 2021⁷, al fine di adattarlo ai rilevanti mutamenti sociali e normativi avvenuti negli ultimi tre anni e le regole ivi contenute sono state esplicitamente rafforzate in 3 aree:

- impegno nei confronti della società, in particolare attraverso il supporto alla transizione energetica;
- lotta alla corruzione e al traffico di influenze illecite, nei cui confronti non è ammessa alcuna tolleranza;
- regole della concorrenza, ormai integrate in modo trasversale, in particolare nelle aree degli Interessi dei clienti, dell'integrità dei mercati, della deontologia professionale e della protezione del Gruppo.

⁷ La sua adozione è stata approvata dal CdA di Findomestic il 18 marzo 2022.

La prevenzione della corruzione e la trasparenza

Il Gruppo e il suo management applicano il principio della “tolleranza zero” nei confronti della corruzione e del traffico di influenze illecite, in qualsiasi forma essi si manifestino, scegliendo di applicare i principi più rigorosi in materia di etica e di compliance. Dunque, l’organizzazione interna esplicita da Findomestic per la prevenzione della corruzione e di altri fenomeni illeciti ha previsto l’adozione della Politica generale in materia di lotta alla corruzione, la sezione dedicata del Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas e il Modello 231.

- **Politica generale in materia di lotta alla corruzione:** definisce i principi e le regole cui tutti i dipendenti devono attenersi in modo da divenire parte attiva alla lotta alla corruzione al fine di prevenirla e individuarla. Per questo essa introduce anche istruzioni operative per supportare i dipendenti nell’implementazione del dispositivo anticorruzione, chiarendo ruoli e responsabilità degli attori coinvolti. All’interno di ogni Direzione, sono nominati corrispondenti Anticorruzione, al fine di presidiare in modo maggiormente capillare i rischi di corruzione.
- **Sezione “Codice di Condotta Anticorruzione del Gruppo BNP Paribas”:** del Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas definisce i principi fondamentali e le regole che devono guidare tutte le azioni, in coerenza con i valori fondamentali del Gruppo, in materia di lotta alla corruzione, i comportamenti da evitare, in quanto associabili alla corruzione o al traffico di influenze illecite.
- **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex. D.lgs. 231/01:** adottato dal Consiglio di Amministrazione di Findomestic ed aggiornato a gennaio 2023 ha l’obiettivo di garantire e promuovere condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali. Definisce, infatti, le regole di comportamento ed i protocolli da adottare, nell’ambito delle aree di operatività maggiormente esposte al rischio di commissione dei reati/illeciti presupposto, per prevenire il verificarsi delle singole tipologie di reato. In particolare, rilevano i reati contro la Pubblica Amministrazione, la corruzione tra privati.

Non risultano episodi di corruzione accertati nel corso del 2022



Diffusione e canali

Queste normative sono oggetto di corsi di formazione *e-learning* e di campagne di sensibilizzazione rivolte a tutti i dipendenti. I documenti sono inoltre disponibili sulla Echonet aziendale, ossia la rete intranet di Findomestic. Il Codice di Condotta ed il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex. D.lgs. 231/01 sono inoltre pubblicati sui siti istituzionali di Findomestic.



Sono anche previste apposite clausole da inserire all'interno degli accordi di collaborazione con terze parti volte

a garantire il rispetto dei due documenti e degli impegni in essi contenuti.

IL DISPOSITIVO ALLERTA ETICO (Whistleblowing)

Tra i presidi, vi è il canale del **Dispositivo Allerta Etico (Whistleblowing)** che consente ad ogni dipendente di inoltrare richieste di chiarimenti o segnalazioni sui rischi di malfunzionamento in materia di conformità e quindi anche in presenza di comportamenti illeciti, con i quali gli stessi possono doversi confrontare direttamente o indirettamente nello svolgimento della propria attività professionale.

Le modalità di segnalazione sono regolamentate dalla normativa interna e divulgate a tutti i dipendenti tramite formazione e-learning, campagne di sensibilizzazione e pubblicazione su echnonet aziendale. Infine, è possibile inoltrare le segnalazioni direttamente all'Organismo di Vigilanza di Findomestic mediante l'invio di una e-mail presso la casella di posta elettronica apposita.

LA DIREZIONE COMPLIANCE DI FINDOMESTIC

Al fine di assicurare l'identificazione, la valutazione e il controllo dei **rischi di non conformità relativamente all'attività aziendale e alle normative** che hanno impatti sulla stessa, in Findomestic è presente la **Direzione Compliance**, che opera alle dirette dipendenze del Consiglio di Amministrazione. Essa riporta inoltre agli Organi di Controllo un'informativa periodica sull'andamento dei rischi di non conformità di competenza della Direzione e tempestivamente su ogni violazione rilevante della conformità che possa comportare un alto rischio di sanzioni, perdite finanziarie rilevanti o danni alla reputazione.

Nell'ambito della Direzione Compliance, opera anche la **funzione Antiriciclaggio**, che si occupa dell'identificazione, della valutazione e del monitoraggio dei rischi di non conformità con riguardo a

tutte le normative del proprio perimetro che hanno impatti sull'attività della Banca (es. Antiriciclaggio, sanzioni, ecc.), secondo un approccio graduato basato sul rischio.



Nel corso del 2022, è stata rafforzata, come strumento a presidio dell'anticorruzione e della trasparenza, la formazione nei confronti degli Agenti Findomestic, in ragione della particolare esposizione al rischio corruttivo. Nello specifico, tutti gli Agenti Findomestic sono tenuti al rispetto del Codice di Condotta di Gruppo, alla partecipazione ai corsi in materia di Protezione Interessi Clienti, trasparenza, privacy e trattamento dei dati personali. A queste si aggiungono anche le attività di sensibilizzazione sul credito responsabile, sull'etica e sulla deontologia professionale.



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.



Il Dispositivo di Controllo Interno

Il Dispositivo di Controllo Interno della Banca, unitamente al Codice di Condotta del Gruppo BNP Paribas e al "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/01", è un sistema strutturato di attività, procedure e regole comportamentali che ha lo scopo di identificare, misurare e contenere i fattori di rischio, anche relativi alla responsabilità amministrativa, che possono compromettere il perseguimento degli obiettivi aziendali e tutelare

gli interessi degli stakeholder.

Findomestic, in coerenza con la normativa di riferimento e con il modello del Gruppo BNP Paribas, ha adottato un modello di controllo che, sotto la supervisione del Consiglio di Amministrazione, prevede tre linee di difesa coinvolte a vario titolo nelle attività di gestione dei rischi e dei controlli. Il sistema di controllo interno è composto da controlli permanenti e controlli periodici, così articolati:

RESPONSABILI DI PROCESSI OPERATIVI

PRIMA LINEA DI DIFESA

Costituita dalle unità responsabili dei processi operativi, è il primo presidio organizzativo per la gestione dei rischi. Essa ha la prima responsabilità per l'identificazione, la valutazione e la mitigazione dei rischi generati nello svolgimento delle attività rientranti nel proprio perimetro.

TIPOLOGIA DI CONTROLLO

Nell'ambito della prima linea di difesa sono svolti i **controlli permanenti di linea**, ossia quelli svolti all'interno dei processi operativi per garantirne il corretto svolgimento da parte delle strutture operative, di un supervisore o incorporati nelle procedure informatiche.

FUNZIONI DI CONTROLLO

SECONDA LINEA DI DIFESA

Ad essa appartengono le **funzioni aziendali di controllo (Direzione Rischi, Compliance, Affari legali e societari e Finance)**, **organizzativamente separate dalle unità responsabili dei processi operativi**. Esse contribuiscono alla definizione delle politiche e metodologie di gestione dei rischi e si occupano del monitoraggio dei rischi a livello dell'intera Banca.

TIPOLOGIA DI CONTROLLO

Nell'ambito della seconda linea di difesa sono svolti i **controlli permanenti su rischi e conformità alle norme**, ossia quelli volti ad assicurare la corretta attuazione del processo di gestione dei rischi, il rispetto dei limiti operativi assegnati alle varie funzioni e la conformità operativa aziendale alle norme, comprese quelle di autoregolamentazione.

INSPECTION GÉNÉRALE - HUB ITALY

TERZA LINEA DI DIFESA

È rappresentata dalla funzione di revisione interna, affidata a **Inspection Générale - Hub Italy** (funzione di Gruppo BNP Paribas) che ha la responsabilità di fornire un'attività indipendente e obiettiva di "assurance" sull'adeguata gestione dei dispositivi di Governance, Risk management e Internal Control System.

TIPOLOGIA DI CONTROLLO

Nell'ambito della terza linea di difesa sono svolti i **controlli periodici**, ossia quelli volti ad individuare violazioni delle procedure e della regolamentazione, nonché a valutare la funzionalità e l'affidabilità del sistema dei controlli interni.

Il Responsabile Unico dei rischi aziendali (Chief Risk Officer) è individuato nel responsabile della Direzione Rischi, separata dalla funzione di conformità alle norme (Compliance) e dalla funzione di Revisione Interna ed in posizione di autonomia e indipendenza rispetto alle funzioni aziendali “generatrici” di rischi (aree di business). A supporto dell’attività del Chief Risk Officer, nell’ambito della stessa Direzione Rischi, è istituita una dedicata funzione “Risk Management e Controlli” che assicura nel continuo una visione integrata dei rischi di credito, operativi e degli altri rischi rilevanti nel rispetto della normativa di vigilanza e delle politiche di gestione dei rischi di Findomestic e

del Gruppo BNP Paribas.

Tale funzione, inoltre, garantisce 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, segnalando tempestivamente eventuali degradazioni e le relative azioni di rimedio adottate.

Findomestic promuove lo sviluppo e la diffusione di una solida e robusta cultura dei rischi ed una costante attività di formazione del personale anche in relazione ai rischi emergenti.



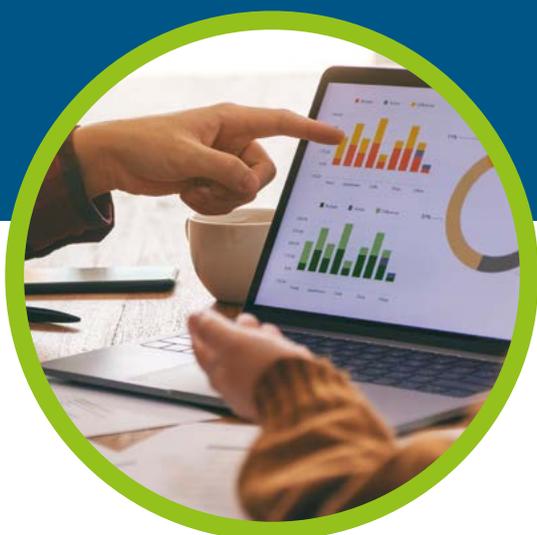
LA GESTIONE DEL RISCHIO OPERATIVO

Findomestic formalizza e aggiorna periodicamente le politiche per il governo dei rischi operativi, con l’obiettivo di coinvolgere gli attori interni sulle azioni di controllo del rischio, ridurre la probabilità di accadimento di eventi di rischio operativo, raggiungere un giusto equilibrio tra l’esposizione al rischio ed il costo del dispositivo di gestione del rischio stesso e realizzare un dispositivo con un livello adeguato di formalizzazione e tracciabilità.

Il processo di gestione del rischio operativo si basa su un approccio proporzionato ai rischi, integrato con i processi decisionali, condiviso e formalizzato con tutti i livelli dell’organizzazione, seguendo la scheda di analisi “causa - evento - effetto”. Tale processo, inoltre, si sviluppa secondo una doppia logica: da un lato, una logica discendente, secondo la quale gli Organi di governo e l’Alta Direzione esaminino costantemente la situazione in termini di rischio operativo per prendere le decisioni gestionali; dall’altro, una logica ascendente, nella quale ogni collaboratore o manager nella gestione quotidiana dei rischi operativi sia coinvolto secondo la gravità della situazione e secondo i processi d’escalation o di arbitrato definiti. Infatti, tutto il personale è responsabile del controllo del rischio ed ogni responsabile ha il dovere di porre in essere azioni finalizzate a correggere o prevenire i rischi individuati. Nel 2022, la principale fonte di manifestazione del rischio si conferma essere la frode esterna, sia come numero di eventi che come impatti economici.

Con particolare riguardo ai processi di gestione dei rischi ambientali e sociali, nel corso del 2022, sono stati effettuati controlli negli ambiti della Sicurezza dei beni e delle persone, Deontologia ed etica professionale, Protezione Interesse Clienti, Data Protection e Privacy, Continuità Operativa e Gestione della Crisi. Inoltre, sono stati aggiornati scenari di rischio potenziale legati a catastrofi naturali, Protezione Interesse Clienti, Privacy, attività esternalizzate, rapporti con il personale.

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.



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.

- Nel rispetto dei principi di propensione al rischio e delle soglie del Risk Appetite Statement, Findomestic ha affrontato le nuove complessità del 2022, diverse da quelle gestite durante e dopo la crisi pandemica, attraverso la gestione flessibile e dinamica del rischio di credito, assicurando sostegno e tutela ai propri clienti e accompagnando la ripresa economica.
- In questo contesto, 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 i clienti ed a tutela del rischio di sovraindebitamento, dando una particolare attenzione anche ai clienti "fragili" ovvero quei clienti che, seppur in linea con la regolarizzazione del credito, potrebbero avvertire delle difficoltà nel rispetto delle scadenze.
- Nell'ambito della prevenzione del rischio da frode, nel corso del 2022, la Banca ha potenziato i "motori antifrode" utili all'individuazione della potenziale frode nella fase di onboarding del cliente, soprattutto nel settore dell'e-commerce e del *web landing*, con nuovi processi per l'identificazione del cliente e creando un'unità organizzativa appositamente dedicata alle analisi dei fenomeni fraudolenti.
- In ragione dell'elevato livello d'inflazione, Findomestic ha provveduto ad identificare cluster di persone fisiche o giuridiche che potrebbero presentare maggiore volatilità e vi ha quindi applicato un tasso di copertura maggiore.

LA GESTIONE DEL RISCHIO INFORMATICO E LA SICUREZZA DELLE INFORMAZIONI



In un contesto sempre in continua evoluzione, come quello del settore bancario, il rischio informatico (Information Technology) e la sicurezza delle informazioni rappresentano una priorità per la Banca. Pertanto, il Gruppo BNP Paribas ha mantenuto l'adesione al NIST (National Institute of Standards and Technology) Cyber Security Framework volto a rafforzare i presidi di sicurezza informatica.

I principali interventi svolti all'interno del NIST, nel corso del 2022, hanno perseguito gli obiettivi di rafforzare le misure di sicurezza attive nell'ambito della protezione dei dati al fine di prevenire potenziali violazioni o fughe di dati a tutti gli asset assegnati in dotazione al personale della Banca; di introdurre misure di monitoraggio e controllo per la verifica del codice sviluppato e di punti di controllo nei processi di analisi del rischio IT; di procedere alla sensibilizzazione in tema di Cyber Security verso il personale. La Banca inoltre monitora le proprie prestazioni attraverso specifici indicatori di costo dei propri sistemi informativi, relativi alle progettualità IT, o relativi alla sicurezza IT, relativamente al NIST, e attraverso indicatori di continuità per verificare periodicamente la propria capacità di mantenere i servizi attivi in caso di eventi disastrosi o di malfunzionamenti impattanti su uno o più sistemi.

Il valore della privacy e della protezione 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.

Una mancata gestione dei dati personali di Findomestic può generare impatti significativi a danno dei clienti o partner che affidano le proprie informazioni alla Banca, quindi nell'ambito della propria attività, Findomestic considera debitamente i rischi per i diritti e le libertà degli interessati che potrebbero derivare dal trattamento dei loro dati personali.





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 e ha garantito un presidio specialistico attraverso una struttura dedicata all'interno della Direzione Rischi a supporto del DPO e un punto di coordinamento all'interno della Direzione Operations e supporto business.

Ogni nuova iniziativa è valutata secondo i principi di “*privacy by design*” e “*privacy by default*”, attraverso le quali è possibile, fin dalle prime fasi di ideazione del processo aziendale e mediante impostazione predefinita, assicurare i diritti e le libertà degli interessati ed il pieno controllo sui propri dati personali. A questi si aggiunge anche l'analisi periodica ancor più approfondita per le attività potenzialmente più rischiose, la Data Protection Impact Analysis (DPIA). Se al termine di tali analisi dovesse

emergere un rischio particolarmente elevato in relazione agli ambiti di trattamento attenzionati dal Garante italiano o europeo, sono introdotte tutte le azioni opportune per mitigarla.

In caso di violazione dei dati personali (Data Breach), è previsto il coinvolgimento del Management della Banca fino alla Direzione Generale e il contributo delle funzioni operative al fine di mettere in campo le azioni di mitigazione o di miglioramento atte ad evitare che l'incidente si ripeta, a gestire la relazione con le Autorità interessate ed a comunicare con gli interessati coinvolti. Tali processi possono infine riguardare sia le funzioni interne che le terze parti eventualmente coinvolte.

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.

Business Continuity

Per una banca responsabile, garantire ai propri clienti la continuità operativa dei servizi forniti e, nello stesso tempo, proteggere i propri beni materiali e immateriali, anche a fronte di eventi estremi, è un principio imprescindibile.

A questo scopo, viene stabilito un piano di continuità operativa, il Business Continuity Plan (BCP), che rispetta le norme e gli standard di Gruppo in materia e le normative emanate dalla Banca d'Italia. Questo per proteggere il proprio business e i propri stakeholder da accadimenti imprevedibili di grave entità capaci di interrompere l'attività operativa; inoltre, indica le azioni da seguire per ripristinare in tempo utile, dopo un disastro o un grave danno, i processi ritenuti critici per il business della Banca.

Ad oggi il BCP garantisce la ripartenza dei processi critici in tempi definiti e concordati con le varie direzioni di business, anche con soluzioni informatiche di *Disaster Recovery* sia fisiche che virtuali. Pertanto, ogni azione in considerazione dell'elevato grado di attenzione alla continuità operativa dimostrato e richiesto dalla Capogruppo, è condotta in conformità alle esigenze regolamentari e nel quadro delle politiche di gestione dei rischi del Gruppo.

Nel 2022, un'ulteriore misura adottata per la gestione del-

la business continuity è stata l'estensione della remotizzazione del lavoro.

Infine, nel corso del 2022 Findomestic ha svolto tutte le attività previste dal PF Resilience Program, progetto pilotato da BNP Paribas Personal Finance per il triennio 2021-2023, con lo scopo di potenziare la resilienza e la continuità operativa della Banca. Le principali attività hanno riguardato l'aggiornamento del framework di continuità informatica e la definizione delle strategie di continuità per tutti gli asset.

Per Findomestic
è un **principio
imprescindibile**
garantire ai propri clienti
la protezione dei beni
materiali e immateriali



LA VIGILIANZA DEI RISCHI AMBIENTALI E CLIMATICI

Con la consapevolezza che i rischi climatici e ambientali hanno implicazioni anche nel settore bancario, le Autorità di Vigilanza e Supervisione, sia a livello europeo che di singolo Paese, hanno avviato nel corso degli ultimi anni numerose iniziative volte a orientare il sistema finanziario verso il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità.

A fine 2019, è stato pubblicato l'**Action Plan on Sustainable Finance** dall'EBA (European Banking Authority), il quale ha indicato la *road map* per l'applicazione dei principi di sostenibilità a livello europeo individuando le aree di maggiore attenzione. L'anno successivo, la medesima autorità ha emanato le **Guidelines on loan origination and monitoring** dove raccomanda agli enti creditizi di tenere conto anche dei fattori ESG (Environmental, Social and Governance) in tutte le fasi del processo del credito. Invece, con la **Guida sui rischi climatici e ambientali**, pubblicata dalla Banca Centrale Europea (BCE) a novembre 2020, l'Autorità ha definito le aspettative di vigilanza sulle modalità di integrazione dei rischi climatici e ambientali nelle strategie aziendali, nei modelli di business, nei processi di governo societario, nel risk management e nell'informativa al pubblico, per sensibilizzare il settore bancario riguardo ai rischi climatici e ambientali e di migliorarne la relativa gestione. Hanno poi fatto seguito le **Aspettative di vigilanza sui rischi climatici e ambientali**, pubblicate ad aprile 2022 da Banca d'Italia in linea con l'iniziativa della BCE.

La loro declinazione a livello operativo è rimessa al singolo intermediario, che accerterà in via autonoma la rilevanza delle tematiche per il proprio modello di business, applicando soluzioni coerenti con il grado e l'intensità di esposizione ai rischi, in funzione di tipologia, dimensione e complessità delle attività svolte e dell'apparato aziendale, secondo un principio di proporzionalità, in base alla complessità operativa, dimensionale e organizzativa, nonché all'attività svolta. Infine, il documento **Good practices for climate related and environmental risk management** mette a disposizione le buone prassi osservate in alcune delle banche rientranti nell'indagine tematica svolta nel corso del 2022, indicazioni utili a migliorare la gestione dei rischi climatici e ambientali nel progressivo percorso di adeguamento alle aspettative di vigilanza con particolare riferimento alla classificazione dei rischi climatici e ambientali, la valutazione del loro impatto sulle proprie attività, la loro inclusione nella gestione del rischio nonché l'integrazione all'interno del processo di valutazione dell'adeguatezza patrimoniale interna (ICAAP) e nelle prove di stress.



Il percorso di allineamento di Findomestic

Rispetto alle Aspettative di Vigilanza sui rischi climatici e ambientali emesse dall'Autorità di Vigilanza, Findomestic ha avviato il progressivo allineamento in maniera coordinata e sinergica con tutte le iniziative che la Banca ha intrapreso sulla tematica collegata al “*positive impact*” al centro del Piano Strategico *Impulse 2025* ed in linea con le indicazioni di BNP Paribas Personal Finance.

Per supportare e guidare l'integrazione dei rischi ambientali e climatici all'interno del framework di gestione dei rischi della Banca, Findomestic non considera i rischi ESG come rischi separati ma piuttosto come elementi che influenzano i rischi prudenziali tradizionali.

L'obiettivo della Banca è quello di accompagnare tutte le funzioni deputate alla gestione dei rischi, ognuno per quanto di competenza, ad incorporare i fattori ambientali e climatici durante tutto il ciclo di vita della gestione del rischio: identificazione, misurazione, controllo, monitoraggio e mitigazione nonché nei processi decisionali di erogazione del credito.

BNP Paribas e Findomestic integrano già i fattori di rischio ESG in alcuni eventi di rischio della propria tassonomia dei rischi.

Le funzioni responsabili della gestione dei rischi lavorano in modo trasversale per sfruttare le competenze e le responsabilità già esistenti per il raggiungimento degli obiettivi fissati.



I RISULTATI ECONOMICI DI FINDOMESTIC

Il contesto economico

Nel 2022 il mercato del credito al consumo ha mostrato una crescita a doppia cifra dei flussi finanziati rispetto al 2021, per un valore pari a € 81,9 Miliardi, corrispondente al 13,2%.

Per tutta la prima parte del 2022 il mercato ha beneficiato di una lunga fase di rimbalzo dopo i minimi registrati a causa della pandemia, arrivando a superare i livelli pre-Covid. Dopo un buon primo semestre, i flussi di credito al consumo hanno mostrato un rallentamento a partire dal terzo trimestre, a causa dell'impatto negativo indotto dal contesto geopolitico e soprattutto dalla persistenza delle dinamiche inflattive che ha indotto la Banca Centrale Europea ad alzare in maniera decisa il costo del denaro. Tutte le tipologie di prestiti sono cresciute con dinamiche differenti a seconda del comparto, ad eccezione dei finanziamenti finalizzati per autoveicoli e motoci-

cli, per via del protrarsi della crisi della catena di fornitura sul mercato automotive. In particolare, l'evoluzione positiva è stata sostenuta principalmente dalla ripresa dei Prestiti Personali, con un incremento del 18,7% rispetto al 2021, delle carte di credito con un incremento del 16,1%⁸. Inoltre, il comparto dei finanziamenti finalizzati all'acquisto di beni e servizi retail (settori merceologici quali elettronica ed elettrodomestici, mobili/arredo, etc.) ha registrato complessivamente un incremento del 12,9% rispetto al 2021. Unico settore in cui è stato registrato un decremento è quello dei finanziamenti finalizzati all'acquisto di auto e moto, scontando le profonde criticità del mercato automotive. Il mercato dell'auto continua, infatti, a risentire della crisi dei semiconduttori che comporta forti ritardi nelle consegne riducendo così le richieste di finanziamento (-6,9% rispetto al 2021 delle erogazioni delle associate Assofin).

⁸ Nell'ambito delle carte di credito, sono incrementati, in numero di operazioni, rispetto al 2021, l'utilizzo di carte “charge” (+15,1%) e l'utilizzo della nuova funzionalità “Installment” (+19,1%). Con il termine carta “charge” si fa riferimento a una tipologia di carta di credito che prevede utilizzi non rateali con rimborso a fine mese o alla scadenza prevista dall'emittente; la funzionalità Installment fornisce la possibilità di usufruire di finanziamenti di una (o più) spese, con durata predeterminata e piano di ammortamento predefinito, a valere sull'utilizzo di carte di credito.

COMPOSIZIONE CREDITI AL CONSUMO EROGATI DAL SETTORE NEL 2022⁹

TIPOLOGIE DI PRODOTTO	VALORE OPERAZIONI (€ X 1.000)		NUMERO OPERAZIONI		IMPORTO MEDIO (€)
	GEN-DIC 2022	VARIAZIONE % VS 2021	GEN-DIC 2022	VARIAZIONE % VS 2021	
Prestiti personali (incl. linee di credito)	26.453.903	18,7%	2.547.880	24,3%	10.383
Autoveicoli e motocicli (incl. linee di credito)	6.929.365	-6,9%	524.723	-12,4%	13.206
Finanziamenti veicoli business	486.178	7,3%	21.204	-3,8%	22.929
Altri prestiti finalizzati (incl. linee di credito)	6.418.651	12,9%	5.120.521	10,7%	1.254
Carte rateali/opzione	34.519.968	16,1%	552.407.994	14,3%	62
di cui:					
Carte rateali	1.814.852	-1,4%	-3,8%	175	
Carte ed opzione	32.705.116	17,2%	14,7%	60	
Cessione del quinto	7.108.675	5,0%	373.646	5,3%	19.025
Totale	81.916.740	13,2%	560.995.968	14,3%	
Totale al netto delle carte opzione/rateali	47.396.772	11,2%	8.587.974	12,3%	

⁹ 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

In continuità con quanto iniziato nel corso dell'anno precedente, nel Mercato B2C, è risultato protagonista il Prestito Flessibile, lanciato nel 2020, grazie alla messa a punto di nuovi elementi tecnici ed operativi che ne hanno permesso l'allargamento della commercializzazione. La Banca ha, infatti, scelto di puntare su tale prodotto in quanto si tratta di un prestito a rata chiara, trasparente e flessibile, capace di incontrare le esigenze dei consumatori, anche in considerazione del particolare contesto di incertezza globale.

La Banca ha poi scelto di continuare a dare rilevanza all'offerta di un Prestito Personale *green*, anch'esso lanciato per la prima volta nel 2020, garantendo un tasso particolarmente agevolato a tutti i clienti che acquistino un prodotto ecosostenibile.

Nel Mercato Distribuzione (Retail), il 2022 è stato un anno decisamente positivo. In particolare, per quanto riguarda lo sviluppo delle partnership, è stato rinnovato l'accordo strategico con un brand internazionale dell'elettronica di consumo e sono state confermate alcune collaborazioni di primaria importanza nei settori dell'Arredamento e del Bricolage. È stata, inoltre, rafforzata la presenza nel settore Habitat, con l'obiettivo di supportare il consumatore nella transizione energetica, stimolando l'interesse verso soluzioni di acquisto sostenibili. È stato firmato, infine, un nuovo accordo con un'azienda leader nel settore delle Telecomunicazioni.

Con riferimento al Mercato Mobility (Veicoli), il 2022 si chiude con una produzione complessiva in calo rispetto al 2021, un risultato fortemen-

OLTRE
219M€

**Utile netto
d'esercizio**



te condizionato dall'aumento del costo del denaro e dalla contrazione delle immatricolazioni di autovetture, avvenuta in relazione a eventi impattanti a livello geo-politico, come l'aumento dei costi delle materie prime e dell'energia, la crisi dei semiconduttori e dei componenti elettronici. In questo settore, pertanto, in linea con le tendenze di mercato, Findomestic ha rafforzato il prodotto Leasing dal punto di vista della digitalizzazione dei processi e dell'offerta, ha sostenuto il posizionamento del brand in ambito B2B, anche attraverso la partecipazione a numerosi eventi, workshop e forum ed ha intrapreso varie iniziative anche in ambito *Business to Business to Consumer* (B2B2C), per trasmettere valori positivi e sostenere il rilancio dei consumi in concomitanza con il Salone della Moto ad esempio, anche in collaborazione con i principali brand partner. Nel contesto generale di aumento dell'inflazione e dei tassi di interessi attuati dalle Banche Centrali, per quanto riguarda il Mercato delle Partnership Bancarie, il calo della produzione rispetto al 2021 (-13%) è sostanzialmente dovuto alla diminuzione della quota di finanziamenti erogati in partnership con Poste Italiane, a causa della messa a regime sui prestiti personali dalla concorrenza. Nonostante ciò, le attività dell'anno sono state molto intense verso tutti i partner ed hanno contribuito al sostanziale conseguimento degli obiettivi di produzione.



PRODUZIONE PER TIPOLOGIA DI CANALE

PRODUZIONE PER TIPOLOGIA DI CANALE (MLN/€)	GEN-DIC 2022	GEN-DIC 2021	VARIAZIONE %
B2B Retail	1.946	1.795	8%
<i>di cui Carte</i>	277	257	8%
B2B Mobility	1.300	1.450	-10%
B2C	5.493	5.485	0%
<i>di cui Prestiti Personali</i>	3.945	3.854	2%
<i>di cui Cessione del Quinto</i>	534	527	1%
<i>di cui Carte</i>	1.014	1.104	-8%
Partner Bancari	1.244	1.431	-13%
<i>di cui Carte</i>	41	39	5%
Totale	9.983	10.160	-1,7%

OPERAZIONI E IMPORTI FINANZIATI

TIPOLOGIE DI PRODOTTO	2022		2021		2020	
	IMPORTO FINANZIATO (migliaia di €)	NUMERO DI OPERAZIONI	IMPORTO FINANZIATO (migliaia di €)	NUMERO DI OPERAZIONI	IMPORTO FINANZIATO (migliaia di €)	NUMERO DI OPERAZIONI
Credito classico¹⁰	8.652	1.831.290	8.761	1.801.034	7.165	1.638.841
Carta di credito	1.332	8.873.668	1.400	8.422.600	1.208	8.060.056
Totale	9.983	10.704.958	10.160	10.223.634	8.372	9.698.897

¹⁰ Nota: include i prestiti nei mercati Retail e Mobility, 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

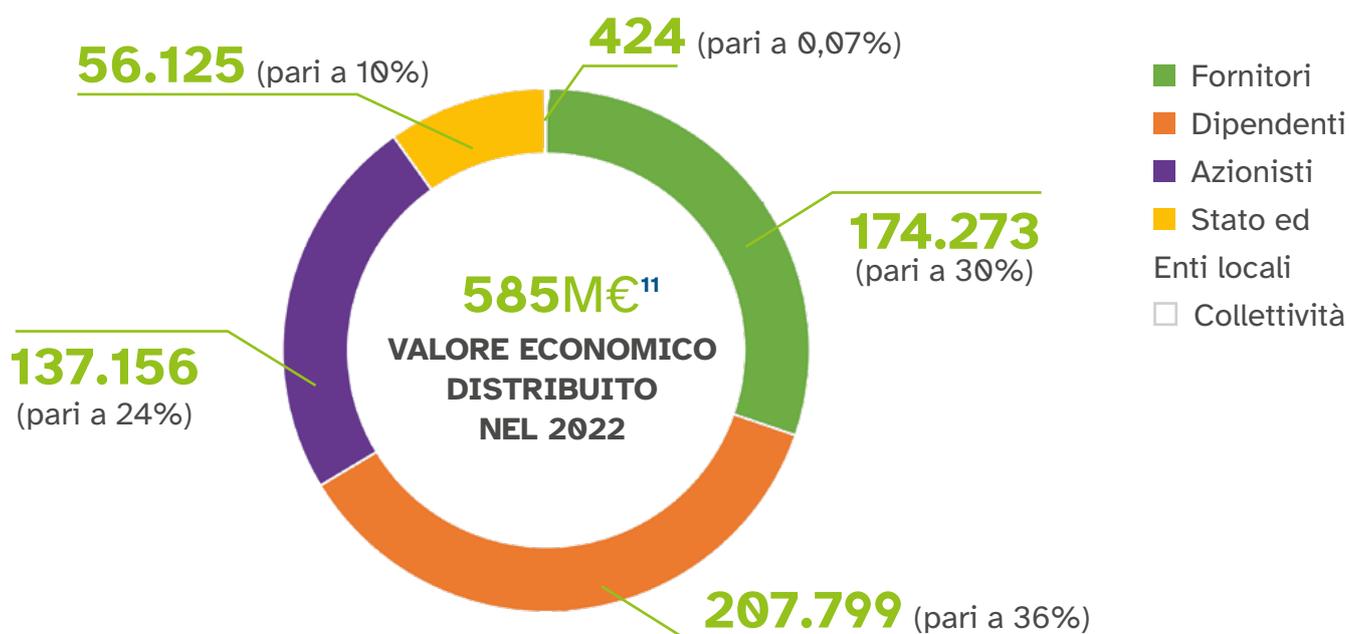
Il prospetto sulla produzione e distribuzione del valore economico, ovvero la differenza tra i ricavi ed i costi di produzione, permette di quantificare la ricchezza generata da un'azienda, come si è determinata e come viene distribuita. Nel 2022 il valore economico creato ammonta a circa 724 milioni di euro, di cui quasi l'81%, circa 585 milioni, viene distribuito a fornitori, dipendenti e collaboratori, azionisti, Stato ed enti locali e collettività.

OLTRE
724M€

Valore economico generato nel 2022



LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO AGLI STAKEHOLDER (MIGLIAIA DI € E PERCENTUALE)



¹¹ Il dettaglio relativo alle voci del valore economico distribuito è disponibile in Appendice. Inoltre, il totale del valore economico distribuito nel 2022 comprende anche la voce relativa ai "Contributi fondi regolamentari" pari a €9.603 (migliaia), la quale include i fondi versati al Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi (FITD) e al Single Resolution Board (SRB). Si tratta di istituti giuridici creati rispettivamente in ambito nazionale ed europeo per aiutare le banche in caso di difficoltà, ai quali Findomestic è tenuto a contribuire annualmente.

PILASTRO CIVICO

“Essere esemplare come azienda e come datore di lavoro”



53%

donne presenti in azienda
in continuità con il 2021

129,5 mila

ore di formazione erogate
Vs 123 mila nel 2021

100%

**utilizzo di energia
elettrica rinnovabile** in tutti
gli immobili della banca

99,6%

utilizzo di carta certificata
per uso interno ed esterno
Vs 96% del 2021

SDGs





IMPEGNO 1: CREARE UN AMBIENTE DI LAVORO SOSTENIBILE, EQUO ED 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 dipendenti.



Il primo impegno di Findomestic espresso nel Manifesto costituisce anche il fattore per il successo e per la sostenibilità dell'azienda, ovvero le persone. Esso fa riferimento alla creazione di un ambiente di lavoro sostenibile, equo ed inclusivo, raggiungendo la piena parità di genere ed inclusione.

L'obiettivo di Findomestic è garantire che le persone siano ascoltate, incluse e siano sempre più orgogliose della propria Banca ritenendola e consigliandola come eccellente posto di lavoro.

Questo è stato dimostrato negli anni anche da riconoscimenti esterni quali, dal 2017, il certificato **Top Employer Italia ed Europa, che certifica le più grandi aziende al mondo per la qualità delle loro strategie HR.**

In linea con la strategia del Gruppo BNP Paribas, Findomestic ha approvato un ambizioso Piano basato su **cinque cantieri principali:**

1. Employee Engagement, che prevede che mediante l'ascolto diretto dei dipendenti si possa arrivare a un loro coinvolgimento e all'implementazione di azioni più

aderenti ai loro bisogni, come percorsi professionali più trasparenti.

- 2. Skills Evolution**, che permette di indentificare i ruoli e le competenze strategiche che rappresentano la traiettoria da seguire per lo sviluppo della banca, con percorsi cd. "Re-Skilling", mirati all'acquisizione di nuove competenze o cd. "Up-Skilling", di aggiornamento di quelle già possedute.
- 3. Culture & Management** che, attraverso il Change Management, mira a passare da una leadership operativa ad una leadership d'indirizzo, in grado di valorizzare e sviluppare i dipendenti e che miri all'inclusione e a nuove modalità di lavoro basate su fiducia.
- 4. Diversity & Inclusion**, ha lo scopo di ridurre il divario di genere nelle posizioni chiave e la disparità retributiva di genere assicurando equità salariale su posizioni equivalenti e punta all'assunzione più fluida di persone con disabilità e di diverso retroterra culturale ed etnico.
- 5. Smartworking** considera la possibilità di attuare la modalità di lavoro da remoto in tutti gli ambiti aziendali con adeguata flessibilità (giorni, orari, luoghi).

CHI SONO I DIPENDENTI DI FINDOMESTIC

Nel 2022 l'organico di Findomestic conta 2.787 persone, di cui circa il 91% con contratti a tempo indeterminato ed il 53% rappresentato da donne.

53%

donne presenti in azienda in continuità con il 2021



91%

Personale assunto a tempo indeterminato



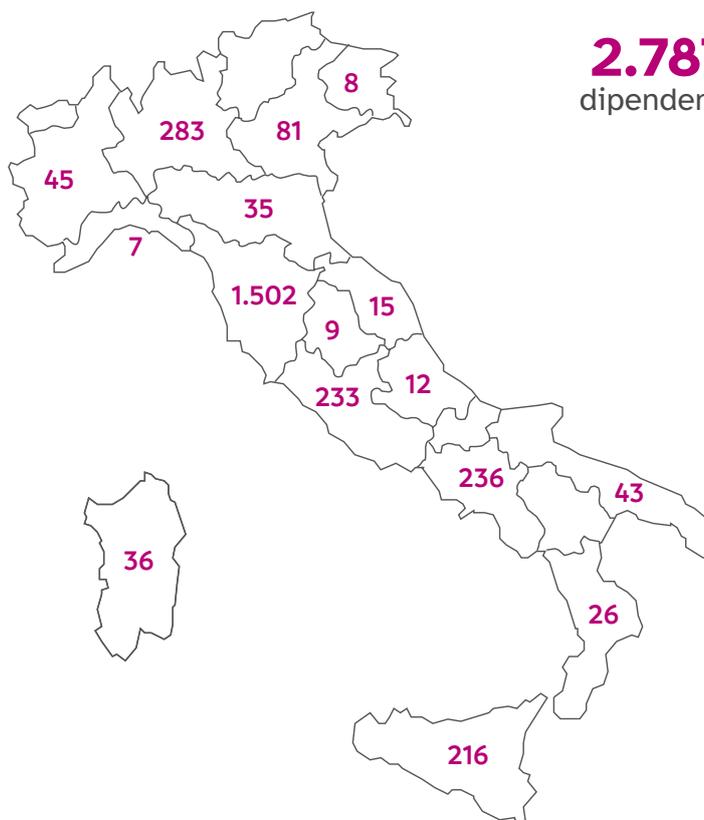
60%

Dipendenti in possesso di laurea



SUDDIVISIONE TERRITORIALE DEI DIPENDENTI

2.787
dipendenti



DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E PER GENERE	2022	2021	2020
CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO	2.557	2.511	2.523
<i>DI CUI DONNE</i>	53%	53%	53%
CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO¹²	230	205	240
<i>DI CUI DONNE</i>	53%	55%	56%
DIPENDENTI AD ORARIO NON GARANTITO¹³	0	0	0
<i>DI CUI DONNE</i>	0%	0%	0%
TOTALE	2.787	2.716	2.763
<i>DI CUI DONNE</i>	53%	53%	53%
CONTRATTI DI SOMMINISTRAZIONE¹⁴	1	2	2
<i>DI CUI DONNE</i>	100%	100%	100%
STAGISTI	3	9	3
<i>DI CUI DONNE</i>	33%	66%	33%

12. Nota: include i contratti di inserimento.

13. Il termine "dipendenti ad orario non garantito" fa riferimento ai dipendenti il cui orario di lavoro non prevede un numero prefissato di ore di lavoro da svolgere al giorno, alla settimana o al mese, ma a coloro che si rendono disponibili ad eseguire la prestazione lavorativa quando richiesto.

14. Il contratto di somministrazione di lavoro è il contratto, a tempo indeterminato o determinato, con il quale un'agenzia di somministrazione mette a disposizione di un utilizzatore (un'azienda o una banca) uno o più lavoratori suoi dipendenti.

NUMERO DI CONTRATTI TRASFORMATI DA TEMPO DETERMINATO AD INDETERMINATO	2022	2021	2020
NUMERO DI CONTRATTI TRASFORMATI DA TEMPO DETERMINATO A INDETERMINATO	40	18 ¹⁵	34

FASCE DI ETÀ DEL PERSONALE DIPENDENTE	2022	2021	2020
18-25	74	65	31
26-35	685	656	716
36-45	632	693	695
OLTRE I 45	1.396	1.302	1.321
TOTALE	2.787	2.716	2.763

ETÀ MEDIA DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE	2022	2021	2020
DIRIGENTI	55	56	55
QUADRI	50	50	50
AREE PROFESSIONALI	41	41	40
ETÀ MEDIA TOTALE	49	49	48

ANZIANITÀ DEI DIPENDENTI	2022	2021	2020
FINO A 10 ANNI	1.077	1.028	740
DA 11 A 20 ANNI	676	735	1.053
OLTRE I 20 ANNI	1.034	953	970
TOTALE	2.787	2.716	2.763

LIVELLO DI ISTRUZIONE DEI DIPENDENTI ¹⁶	2022	2021	2020
DIPLOMA	1.050	1.058	1.092
LAUREA	1.698	1.618	1.634
<i>DI CUI LAUREE IN AMBITO ECONOMICO/GIURIDICO/SOCIOPOLITICO</i>	68%	69%	77%

La maggior parte dei dipendenti lavora nel centro dell'Italia, in particolare in Toscana, ed è impiegata nella Direzione Centrale e negli uffici operativi di Firenze, nelle altre aree risulta equamente distribuita. Per un maggiore dettaglio, l'informazione è disponibile in Appendice.



LA SELEZIONE DEL PERSONALE

L'iter di selezione di Findomestic Banca si basa sui principi stabiliti 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 selezione del personale.

15. Il dato relativo al 2021 è stato aggiornato per rettifica.

16. 39 risorse hanno un titolo di studio inferiore

Implementato durante il periodo dell'emergenza sanitaria da Covid-19 per garantire la continuità operativa della Banca e gli inserimenti negli uffici, il «**Remote Recruiting Process**», ha permesso di raggiungere gli obiettivi in termini di semplificazione dell'esperienza del candidato, di riduzione dei tempi grazie ad un processo digitale e di maggior protezione dei dati sensibili.

Infatti, questa modalità di fare selezione ha consentito ai candidati di affrontare i diversi step (test attitudinali, survey online e web-call con il *recruiter*) attraverso un'unica piattaforma. Mediante questa nuova modalità di *recruitment*, sono state portate avanti anche le selezioni di 55 profili specialistici, di cui 30 in ambito *Information Technology*.

L'effetto positivo del terzo anno di applicazione del nuovo processo è stato dunque confermato dal numero di candidature ricevute e gestite. Rispetto allo scorso anno sono infatti state registrate 7.000 candidature e svolti 845 colloqui in più. Il tasso di idoneità al colloquio è cresciuto del 2%, che certifica un miglioramento della qualità delle candidature in ingresso. Tali dati permettono di confermare l'idoneità di questo modello anche per il 2023.

Nel 2022 si è registrato un aumento delle assunzioni rispetto agli anni caratterizzati dalla pandemia da Covid-19, infatti sono state assunte 483 persone, di cui il 47% donne, con un incremento del 47% rispetto al 2021. Rispetto al totale degli assunti, oltre l'87% appartiene a una fascia d'età compresa tra i 25 e i 34 anni. Infine, la tipologia contrattuale prevista per la maggior parte delle assunzioni è a tempo determinato.

27.000
candidature

ricevute

2.220
colloqui

svolti via Web

17 stage

attivati con la collaborazione dei Centri per l'impiego e delle Università¹⁷

145

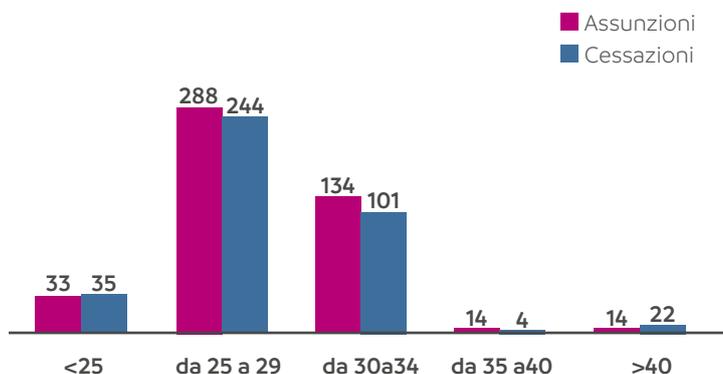
assessment online (colloqui HR Focus Point per i tempi determinati)

circa 2.400

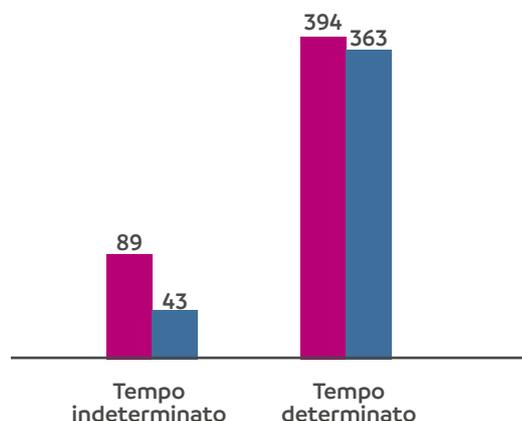
persone contattate

I dati relativi alle assunzioni e cessazioni nel periodo oggetto di rendicontazione sono resi in dettaglio all'interno dell'Appendice.

ASSUNZIONI E CESSAZIONI PER FASCE ETÀ



ASSUNZIONI E CESSAZIONI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE



17. Il numero di stage include tutti gli stage attivati o in corso nel 2022.

IL BENESSERE E LA SODDISFAZIONE DEI DIPENDENTI

Findomestic è molto attenta al benessere dei suoi dipendenti ed infatti, nel corso del 2022, lo **Strategic Workforce Plan**, ossia il piano strategico approvato nel 2020 per mappare e ridefinire le competenze interne per anticipare le esigenze future, è stato esteso alla quasi totalità dei dipendenti.

Nel 2022 è stato accolto il 100% delle richieste di attivazione di **contratti a tempo parziale (part time)**, con una quota del 20% dei dipendenti part-time, che rimane costante rispetto agli anni precedenti.



NUMERO DEI DIPENDENTI PER AREA DI INQUADRAMENTO E TIPO DI IMPIEGO	2022	2021	2020
AREE PROFESSIONALI	1.985	1.960	2.048
DI CUI PART TIME	26%	27%	26%
QUADRI	747	703	664
DI CUI PART TIME	6%	6%	6%
DIRIGENTI	55	53	51
DI CUI PART TIME	0%	0%	0%
TOTALE	2.787	2.716	2.763
DI CUI PART TIME	20%	21%	21%



Ulteriori misure volte ad agevolare il bilanciamento tra vita privata e vita lavorativa sono la possibilità di scegliere orari di lavoro con schemi diversi, lo smart working e la regolamentazione del **telelavoro** ordinario e d'urgenza. In questo terzo caso, la concessione del lavoro da remoto è data anche in assenza di preavviso, in caso di gravi problemi di salute del dipendente o di un suo familiare o per problemi familiari aventi carattere di urgenza o temporaneità.

Tuttavia, l'assetto organizzativo proprio di alcuni contesti della Banca, quali le Agenzie, l'area logistica e l'accoglienza, impedisce l'estensione dell'accesso allo smart-working. Per controbilanciare l'evidenza, sono state poste in essere dalla Banca delle misure specifiche in termini di permessi aggiuntivi ed è stato riconosciuto uno specifico valore a tali funzioni.

Sempre nel 2022, sono state ampliate le casistiche incluse nella **Banca della Solidarietà**: come da accordo stretto fra Findomestic e le organizzazioni sindacali, i dipendenti che, esauriti i permessi a disposizione, abbiano bisogno di affrontare situazioni impreviste, possono usu-

fruire di una banca ore di assenze retribuite, alimentata da versamenti spontanei da parte degli altri colleghi. Sono inoltre presenti altri strumenti per favorire il benessere personale dei dipendenti, dall'assistenza psicologica a quella medico sanitaria o di cura dei familiari.





LA VALUTAZIONE DEL PERSONALE E LO SVILUPPO PROFESSIONALE

Lo sviluppo professionale è un elemento fondamentale ed integrante delle politiche per il benessere dei dipendenti, un processo strategico che ogni anno coinvolge trasversalmente tutta la Banca appoggiandosi anche ai risultati della *Pulse Survey*, nonché alle strategie del Gruppo BNP Paribas e al processo di valutazione annuale.

Nel 2022 vi sono stati 313 avanzamenti di livello, con un incremento pari al 7,5% rispetto al 2021 e del 14% rispetto al 2020. Questi incrementi hanno riguardato per oltre la metà la popolazione femminile. Sempre in questo anno, sono state effettuate anche 4 nomine a dirigenti provenienti da percorsi di carriera interni. Anche in questo caso, il 50% delle nomine hanno riguardato donne. Per un maggiore dettaglio, i dati sono disponibili all'interno dell'Appendice.

Dal 2020, mediante lo strumento del Gruppo BNP Paribas, **About me**, sono condotte non soltanto le attività di valutazione delle prestazioni, ma anche di raccolta delle informazioni utili al Manager, all'HR Business Partner (HRBP) e al dipendente stesso per agevolare lo scambio di *feedback*, condividere gli obiettivi di sviluppo professionale, censire le competenze già acquisite e quelle da sviluppare nel futuro.

Il processo di gestione delle prestazioni, da un lato, rimane lo strumento per monitorare e valutare con cadenza annuale il contributo personale ai risultati attesi dal ruolo, dall'altro, contribuisce al perseguimento del cambio culturale volto a rendere più trasparente, continuo e fluido il rapporto tra Manager e dipendente.

Per favorire lo sviluppo professionale e di carriera, nel 2022, sono stati effettuati colloqui individuali di sviluppo, che hanno consentito di dare continuità e seguito alle esigenze espresse dai dipendenti nonché ai piani di azione e di sviluppo concordati in occasione dei colloqui precedenti o ai colloqui relativi a dimissioni.

In tale contesto, è stato attuato l'obiettivo dello Strategic Workforce Plan legato alla mobilità all'interno del Gruppo BNP Paribas con lo specifico scopo di valorizzare le competenze e le aspettative del percorso lavorativo dei dipendenti attraverso il tool di job posting "**My Mobility**". Proprio in questo ambito si sono registrati i progressi più significativi in termini di maggiore coinvolgimento e soddisfazione dei dipendenti. Sono state effettuate 280 mobilità, in crescita del 18% rispetto al 2021, tra funzionali, evolutive e geografiche, favorendo lo sviluppo di competenze trasversali e del potenziale delle risorse in azienda.

313

Avanzamenti di livello



280

Mobilità attivate Vs 238 del 2021



In maniera funzionale alle mobilità interne, il tool **People Focus** di cui è dotata la Banca consente di gestire momenti di scambio diretto tra gestore individuale e manager, di fare un punto della situazione gestionale e di clima del team e di affrontare, per ciascuna risorsa, il livello di competenze possedute, le aspirazioni, il piano di sviluppo, le possibili mobilità trasversali e/o evolutive.

Quanto emerso e raccolto durante l'anno viene sintetizzato e presentato alle Direzioni in occasione degli **HR Highlights**, che hanno la funzione di verificare la coerenza tra quanto proposto sulle singole persone dalle Direzioni e le strategie della Direzione Risorse Umane.

Infine, è presente il **Talent Management**, un'attività dedicata all'individuazione e sostegno 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. A tale scopo sono stati predisposti i **Programmi Key People**¹⁸ dove, attraverso eventi ed incontri tematici anche di respiro internazionale ed in formato digitale, Findomestic vuole proporre nuovi stimoli per lo sviluppo delle competenze tecniche, di leadership o solidarietà.

Le azioni di *change management* hanno infine portato a una significativa riorganizzazione interna della Direzione HR che sarà pienamente operativa a partire dal 2023, con l'adozione della nuova **metodologia Agile**, un modello operativo innovativo, flessibile, capace di evolversi e modificarsi rapidamente in funzione delle necessità e finalizzato ad una migliore erogazione dei servizi sulla base del principio "end to end": semplificare e seguire, passo dopo passo, ogni momento del processo, ponendo sempre al centro i bisogni delle persone e le loro esigenze.

La formazione

Lo sviluppo professionale è un fattore decisivo per la gestione delle risorse umane in Findomestic.

Nel corso del 2022, l'attività formativa è ulteriormente incrementata rispetto al 2021, sia in termini di ore di formazione erogate che di tipologia di programmi proposti, e arricchita con nuove modalità di apprendimento, che spaziano su tutti i temi di sviluppo strategico funzionali della Banca. Infatti, le ore di formazione hanno visto un incremento pari al 5% rispetto al 2021 e al 31,5% rispetto al 2020. Per il dettaglio delle ore di formazione, si veda l'Appendice.

540

Colloqui di sviluppo professionale

128

Colloqui relativi a dimissioni, rientri da assenze lunghe (maternità e/o malattie gravi), situazioni gestionali o su richiesta specifica dei dipendenti

3

HR Highlights

146

Persone coinvolte nel programma Key People

40

Persone coinvolte in sessioni di Assessment



¹⁸. "Key People" sono espressione del bacino di dipendenti, individuati ogni due anni, come massima espressione di competenze pregiate, già possedute o "in potenza", per poter fare investimenti di sviluppo mirati a rispondere al meglio ai futuri bisogni dell'organizzazione.



Il mezzo adoperato per la gestione della formazione dei dipendenti è il **Piano di sviluppo personale**: un team della Direzione Human Resources (HR) specificamente dedicato ha l'obiettivo di accompagnare i manager e tutti i dipendenti verso una cultura di apprendimento (*learning agility*).

A livello di strumenti per l'erogazione della formazione, oltre alle sessioni in presenza, sono stati rafforzati i programmi formativi **I.mprove**, mediante la personalizzazione delle offerte formative in funzione del ruolo professionale, e **MY PDP** (*Personal Development Plan*) per i ruoli manageriali, implementandoli con nuove opportunità di sviluppo delle competenze trasversali e comportamentali.

Nel 2022 è proseguito "**About Manager**", programma manageriale di Findomestic, erogato in modalità digitale, che si ispira alla filosofia del Manager "umanista", consapevole e responsabile del proprio autosviluppo e crescita, promotore e sostenitore dell'autosviluppo e crescita dei suoi dipendenti. Il programma non definisce un percorso unico di evoluzione per tutti, ma propone un ventaglio di opportunità che rafforzano le Leadership GuideLines (modello manageriale di Gruppo) e le competenze funzionali alle nuove sfide di Findomestic. Nel 2022 si è svolta una nuova *wave* di tale programma, con sessioni in presenza, sul tema dell'impatto manageriale, dell'*accountability*, della gestione del benessere e del clima all'interno dei team. Inoltre, all'interno del programma è stato utilizzato lo strumento "del 180°" per aumentare la consapevolezza dei comportamenti manageriali messi in atto in relazione all'osservazione fatta anche dai dipendenti.

Altro programma fondamentale per l'aggiornamento delle competenze dei dipendenti è l'**Up-skilling**, il quale prevede percorsi specialistici che permettono di far evolvere i ruoli specialistici, in particolar modo negli ambiti relativi alle competenze informatiche, digitali, Agile e Data Analysis. Durante il 2022 sono stati attivati più di 200 percorsi di questo tipo.

Anche per la **rete Agenti**, così come previsto per tutti i dipendenti, è stato erogato il piano volto a sviluppare le competenze in ambito Protezione Interessi Clienti e Trasparenza con sessioni di sensibilizzazione, formazione base e sessioni interattive con discussioni di casi reali per tutti gli agenti e loro dipendenti.

Nel corso dell'anno, inoltre, è stato attivato un importante programma su due livelli, di sviluppo delle competenze relazionali e di vendita per i dipendenti, oltre alle consuete sessioni di aggiornamento sui prodotti.

"About Manager",
programma manageriale
di Findomestic che si
ispira alla filosofia del
Manager "umanista"

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

Le diversità rappresentano l'unicità di ogni persona e Findomestic si impegna da sempre a valorizzarle e a trasformarle in un punto di forza. Tale consapevolezza è stata raggiunta da Findomestic anche a valle di una analisi dei rischi, condotta da BNP Paribas dal 2004, che vede la discriminazione come uno dei 30 rischi operativi della Banca.

In ragione di ciò, Findomestic ha fatto propria la **Politica di Governance Diversità ed Inclusione ("D&I") di BNP Paribas**, la quale definisce i principi fondamentali, le linee strategiche e le modalità operative attraverso le quali implementare le misure a favore di un ambiente di lavoro inclusivo e di valorizzazione delle pari opportunità per tutti i dipendenti. La strategia proposta dalla Politica descritta prevede tre macroaree d'intervento:

- **Diversità di genere**, per garantire l'equa ripartizione delle varie diversità e promuovere strumenti di work-life balance;
- **Internazionalizzazione e Multiculturalità**, per offrire a tutti i dipendenti le stesse opportunità di sviluppo professionale indipendentemente dalla loro nazionalità e/o dalla sede di provenienza e promuovere l'apertura verso gli altri in termini di nazionalità, origini culturali, geografiche, linguistiche, religiose;
- **Disabilità**, per individuare impegni in favore dell'assunzione di persone in situazioni di disabilità e di non discriminazione nello sviluppo professionale, di accessibilità fisica e/o digitale ai nostri edifici e/o servizi.



A dimostrazione di tale impegno, dal 2021, è in corso di validità la certificazione **Gender Equality & Diversity for European & International Standard - GEEIS Diversity Italia**, dopo un audit che ha analizzato 8 aree: Politica Diversità, Impatti delle specifiche azioni, Attività di formazione/sensibilizzazione, Misure di promozione della gender equality, Conciliazione vita privata-lavorativa, Salary Practices, Cultura di gruppo, Dialogo con le parti sociali.

Per la gestione di tutti questi aspetti, vi è il **Diversity Officer¹⁹** il quale prosegue le proprie attività sia a livello interno che a livello internazionale (grazie alla Community dei Diversity Officer & People Care) e costituisce il punto di riferimento per tutte le situazioni di fragilità: ogni persona che richiede supporto viene gestita con incontri *one-to-one* per valutare le azioni da intraprendere.



¹⁹. Figura nata a settembre 2018 e come indicato nella Politica D&I, 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.

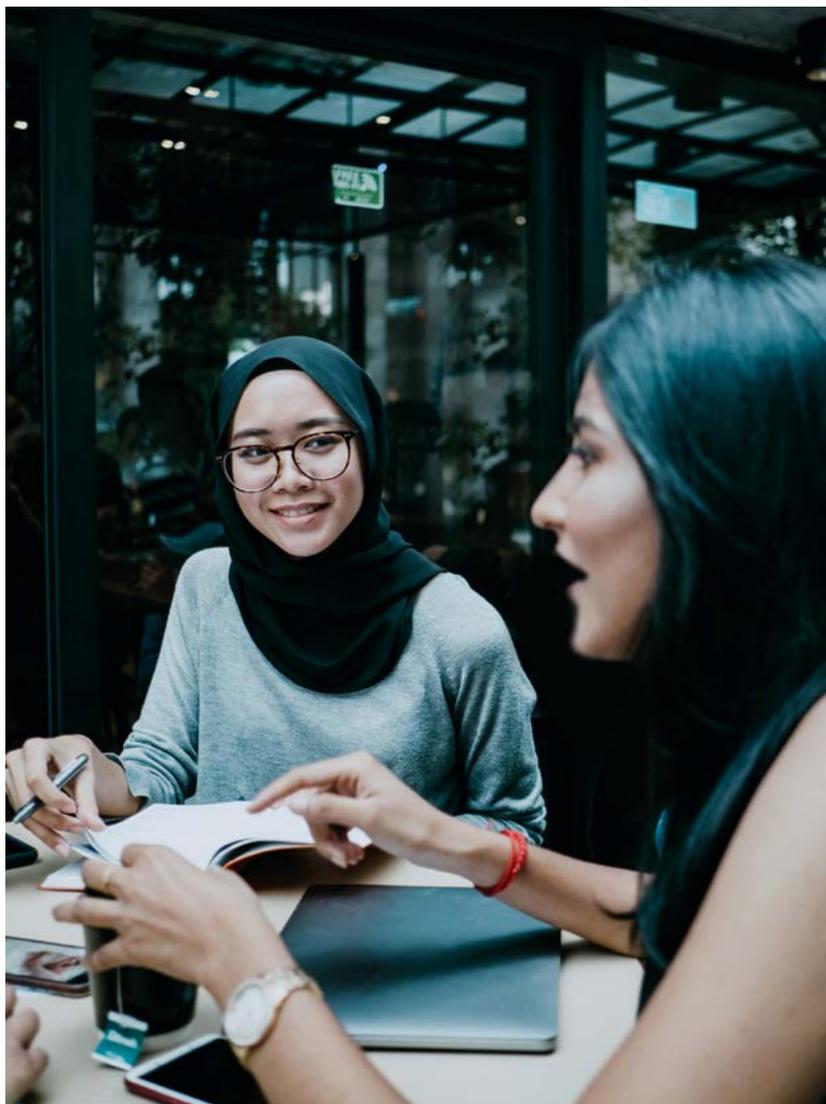
Per prevenire fenomeni discriminatori all'interno della Banca sono adottate specifiche azioni, volte a diffondere una cultura dell'inclusione e delle pari opportunità a partire dal processo di selezione e di sviluppo professionale. A tal proposito, i responsabili HR e i Manager devono assicurarsi che le decisioni al riguardo siano ispirate al principio di non discriminazione in qualsiasi fase della vita lavorativa del dipendente.

In relazione alla **diversità di genere**, il 2022 si è concluso con dei buoni risultati che riguardano principalmente la parità di genere, sia in riferimento alla riduzione della **disparità retributiva di genere** che del **divario di genere nelle posizioni chiave**, grazie alle nuove nomine manageriali femminili e al sensibile investimento economico relativo ai ruoli di maggiore responsabilità dove il divario salariale risultava essere maggiore.

In coerenza con tali valori e proposte d'azione, Findomestic fa parte, come socio fondatore dell'**Associazione ForAll, Fornitori Alleati**, che ha lo scopo di favorire il rispetto e l'inclusione di tutte le diversità, attuare politiche attive di contrasto di ogni discriminazione, sviluppare programmi comuni tra i vari soci e creare partnership con altre realtà associative.

Sempre, nell'ottica di raggiungere una parità di genere sostanziale, Findomestic favorisce la fruibilità di tutte le misure che possano agevolare la cura della famiglia, sensibilizzando sull'equa ripartizione dei carichi di cura della famiglia tra uomo e donna, avallata anche dalle policy che non prevedono differenziazioni tra uomo e donna nell'accesso al tempo parziale, ai congedi parentali, all'incremento dei giorni a disposizione per i neo-padri, ai servizi di supporto e di sensibilizzazione per i caregivers, ai permessi per malattia figli.

Anche la **Community Findomestic Donna**, che nel 2022 conta 807 iscritte, dal 2018 organizza attività volte al benessere delle colleghe iscritte attraverso percorsi di mentoring, corsi di formazione, eventi di sensibilizzazione per lo sviluppo dell'*empowerment* femminile. Sono stati inoltre organizzati percorsi di *mentoring* tra le aziende del Gruppo Italia e in collaborazione con la Camera di Commercio italo-francese.



Nell'ambito di azione **Internazionalizzazione e Multiculturalità**, sono state messe in campo azioni di sensibilizzazione, formazione, focus group, iniziative di vario genere oltre ad animazioni delle community LGBT, ambassador e attività in cooperazione con Findomestic Donna, su una varietà di argomenti quali, l'integrazione tra i generi, la disabilità, l'orientamento affettivo e sessuale, l'integrazione intergenerazionale (con il progetto Across Ages), la differenza etnica, culturale e religiosa, il linguaggio inclusivo, il bullismo, il *body shaming*, la violenza di genere e il sessismo.

Il terzo elemento che compone la strategia per la Diversità in Findomestic è quello relativo al **Disability Management**, che prevede la gestione inclusiva dei dipendenti con disabilità. Nel 2022, sono 162, ossia quasi il 6% del totale dei dipendenti, le persone in forza che appartengono, più ampiamente, a una categoria protetta.

A tale riguardo, Findomestic ha attivato un percorso di accompagnamento dei dipendenti disabili che prevede una serie di azioni mirate tra le quali un percorso di *on-boarding* personalizzato sulla base delle esigenze, la predisposizione di tutti gli accorgimenti necessari e ragionevoli per agevolare l'attività lavorativa del collaboratore, l'inserimento della persona in una struttura priva di barriere architettoniche, la nomina di un tutor, ecc..

Le azioni hanno riguardato anche la formazione specifica dei Manager con il percorso di sensibilizzazione “Ri-abilitiamoci”, e di chi si occupa della selezione e dell’*on-boarding* delle persone disabili o appartenenti a una minoranza, ma anche l’organizzazione di workshop periodici e team building sulla disabilità, come eventi esperienziali quali pranzi o cene al buio.

Il Diversity Officer ha inoltre preso parte ad un corso di formazione pratica e teorica sul disability management, in cui ha seguito il percorso di stage di una persona con disabilità intellettiva con lo scopo di trasmettere le competenze e di realizzare una reale inclusione sociale del candidato.

Il grande lavoro svolto in questo ambito ha portato al riconoscimento “**Disability Matters Europe**” nella categoria **Best Workplance** per le **azioni intraprese sulla disabilità**.



Equa retribuzione del personale

La Banca garantisce un’equa remunerazione a tutti i dipendenti. Le politiche di remunerazione ed incentivazione di Findomestic sono definite in modo tale da favorire il rispetto del complesso delle disposizioni di legge, della Compliance e della prudente gestione dei rischi. I soggetti coinvolti nel processo di definizione ed attuazione delle politiche retributive sono innumerevoli: l’Assemblea dei soci, il Consiglio di Amministrazione, l’Amministratore Delegato, il Direttore Generale e il Collegio Sindacale, il Comitato Remunerazioni e il Comitato Rischi e controlli interni, la Direzione HR, la Direzione Rischi, la Direzione Finance e la Direzione Compliance, l’Organo Collegiale interfunzionale. Il rapporto tra il compenso totale annuo della persona più retribuita di Findomestic e la retribuzione totale annua mediana di tutti i dipendenti, escluso l’individuo più pagato, è di 10,09²⁰.

La remunerazione delle risorse di Findomestic è costituita dai seguenti elementi:

- **Retribuzione Annuale Lorda**, comprende lo stipendio ed altre voci costanti nel tempo previste dal contratto, si basa su criteri di non discrezionalità e trasparenza e riflette il livello di esperienza professionale e anzianità del personale. Su di essa agiscono due tipologie di strumenti: gli avanzamenti di carriera e gli aumenti retributivi.
- **Retribuzione Variabile**, che comprende il premio aziendale, un sistema incentivante annuale per tutto il personale, piani di incentivazione a lungo termine e altri benefits e agevolazioni, i quali puntano ad assicurare la valorizzazione dei risultati raggiunti sia con riferimento ai comportamenti commerciali, e più in generale al rispetto delle regole di Compliance.



²⁰. I dati riportati sono stati ricavati attraverso l’estrazione dei totali lordi erogati relativi agli anni di riferimento, escludendo per ogni anno gli assunti e cessati nel corso di anno e considerando le retribuzioni nel regime orario specifico, quindi presenti dipendenti retribuiti a part-time.

Per quanto riguarda la politica pensionistica e di fine del rapporto di lavoro o di cessazione dalla carica, in linea con la strategia aziendale, i valori e gli obiettivi a lungo termine della Banca, Findomestic prevede, anche al fine di agevolare un adeguato turnover generazionale e di contenere le spese generali, meccanismi di incentivazione e accompagnamento all'esodo dei propri dipendenti ove il legislatore ne preveda la possibilità. Si precisa che Findomestic Banca non prevede clausole contrattuali specifiche in termini di benefici pensionistici discrezionali.

I membri del Consiglio di Amministrazione non sono soggetti alle Politiche Retributive di Findomestic, ma sono destinatari di un compenso fisso e concorrono a sistemi

di Bonus variabile: DCS (Deferred Compensation Scheme), CSIS (Contingent Sustainable and International Scheme), collegati ad obiettivi di gruppo, aziendali, ed obiettivi individuali stabiliti dalla linea gerarchica competente collegato ai risultati aziendali ed individuali, nel rispetto del corretto bilanciamento tra retribuzione fissa e retribuzione variabile. Per quanto attiene il Trattamento di fine rapporto Findomestic applica quanto previsto dalla normativa vigente.

Infine, Findomestic ha 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 E REMUNERAZIONE TOTALE (comprensiva della parte variabile) DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI

SALARIO MEDIO BASE DEI DIPENDENTI PER FUNZIONE	2022	2021	2020
AREE PROFESSIONALI	100%	100%	99%
QUADRI	96%	96%	95%
DIRIGENTI	79%	74%	70%

REMUNERAZIONE MEDIA DEI DIPENDENTI PER FUNZIONE	2022	2021	2020
AREE PROFESSIONALI	99%	99%	99%
QUADRI	95%	95%	94%
DIRIGENTI	78%	76%	76%

In accordo con le organizzazioni sindacali, prosegue anche per l'anno 2022 l'iniziativa di Findomestic che offre ai propri dipendenti 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 20% in più, portando circa al 40% 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.

Per il dettaglio sui benefit a favore dei dipendenti, si veda l'Appendice.





LE RELAZIONI DELLA BANCA CON I PROPRI DIPENDENTI

Informazione e coinvolgimento

La comunicazione interna

Nel 2022 prosegue l'utilizzo degli strumenti di comunicazione interna per rafforzare il coinvolgimento e la sensibilizzazione di tutti i dipendenti di Findomestic, molti dei quali sono stati coinvolti in prima persona come protagonisti, ad esempio attraverso video e Podcast, interviste con esperti del settore economico esterni all'azienda volte a fornire una visione sugli scenari del mercato, sulle nuove tendenze e sulla capacità innovativa del settore bancario.



Engagement

Molteplici sono anche le iniziative di *engagement* rivolte ai dipendenti, ad esempio "In Ufficio da mamma e papà", evento dedicato ai figli dei dipendenti tornato in presenza nel 2022, realizzato in sede in collaborazione con lo staff di Dynamo Camp ma esteso anche alle Agenzie periferiche, o le tradizionali Convention di luglio e dicembre, dedicate all'andamento delle strategie aziendali e ai risultati di business.

La comunicazione interna coinvolge inoltre il personale nella campagna "Mestieri e Mobilità", pubblicando

video interviste dove i colleghi descrivono il proprio mestiere per diffonderne la conoscenza, condividere le proprie esperienze ed incentivare la mobilità.

Sensibilizzazione dei dipendenti su tematiche specifiche

Nel 2022 Findomestic si è dedicata al lancio di attività e programmi finalizzati alla sensibilizzazione dei propri dipendenti in relazione a tematiche specifiche: consigli pratici e linee guida per facilitare i dipendenti

nel loro Piano di Sviluppo, le iniziative in ambito Diversity & Inclusion, la condivisione delle informazioni sull'andamento del Piano Strategico *Impulse 2025*, volte a rafforzare la consapevolezza del ruolo di tutti i dipendenti nel perseguimento degli obiettivi aziendali.

Ascolto dei dipendenti

Nella ragion d'essere di Findomestic vi è anche la volontà di offrire servizi e proposte sempre più aderenti alle esigenze dei propri dipendenti. Dunque, per Findomestic il potenziamento dell'ascolto e il coinvolgimento di tutti i dipendenti è di primaria importanza. Sono state infatti numerose le occasioni di ascolto attraverso strumenti come la Pulse Survey ed il Progetto FeelGood.

Inoltre, ogni due anni, viene svolta anche una survey che, su un campione di circa 300 dipendenti, indaga la presenza di rischi da stress da lavoro correlato.

Vi sono poi anche altri strumenti che, in maniera indiretta, misurano il livello di coinvolgimento e benessere dei dipendenti, come il servizio HR4you e gli assessment richiesti dalla certificazione Top Employer.



| Pulse Survey

Annualmente, il Gruppo BNP Paribas svolge una survey per raccogliere le percezioni e le attese dei propri dipendenti in merito ad aree specifiche come engagement, leadership ed altri aspetti della vita aziendale con l'obiettivo di individuare piani di azioni più efficaci in termini di definizione, implementazione e seguito.

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 dipendenti hanno quindi l'opportunità di esprimersi liberamente e di contribuire a migliorare il proprio ambiente lavorativo.

82%

Tasso di partecipazione

84/100

per la categoria Purpose

78/100

per la categoria Leadership

79/100

per la categoria Inclusion&Diversity

| Progetto FeelGood

Il Progetto FeelGood, nato con lo scopo di analizzare i risultati della survey per individuare le aree d'intervento e miglioramento con piani d'azione dedicati, consiste in un programma di ascolto dei dipendenti attraverso workshop e sessioni di confronto su temi legati al *sentiment* dei colleghi e alla loro percezione del clima di lavoro. Nel corso del 2022, è stato lanciato un ulteriore progetto pilota **Team Loop** su 10 team operativi, sia nella sede principale che nella rete, che permette a ciascun Manager di monitorare mensilmente il clima del proprio gruppo di lavoro e di adottare le soluzioni necessarie in tempo reale.

| HR4you

Hr4you è un servizio di ascolto e supporto per i dipendenti (ferie, permessi, malattia, finanziamenti ecc.). Ad esso si affianca una casella dedicata, sos@findomestic.com, attraverso cui ogni collaboratore può segnalare una discriminazione o una molestia attivando così un circuito di verifica che garantisce la più totale riservatezza delle parti coinvolte.

Nel corso del 2022,
è stato lanciato un
 ulteriore progetto
 pilota **Team Loop**





LE RELAZIONI SINDACALI

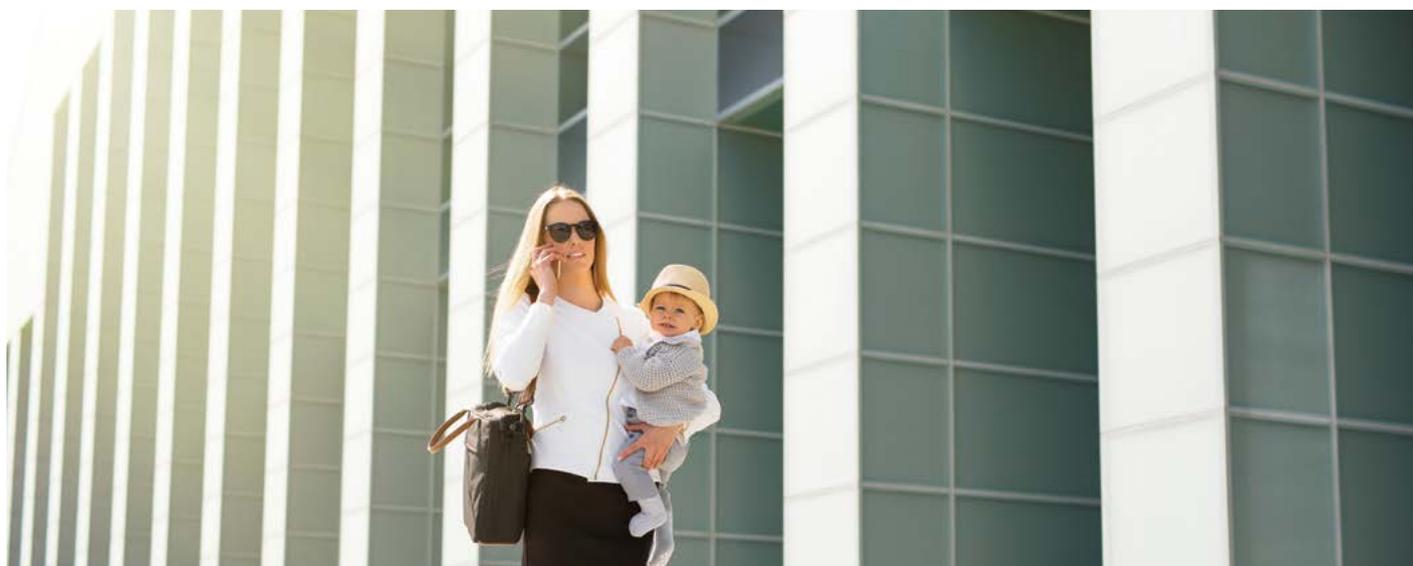
Nel corso dell'anno 2022 sono stati sottoscritti svariati accordi con le rappresentanze sindacali aziendali che hanno riguardato diversi aspetti della vita aziendale, quali il riconoscimento straordinario ai dipendenti in ragione dei risultati raggiunti nel corso dell'anno 2021, gli accordi relativi alle **politiche commerciali, all'integrazione del controllo a distanza e della conciliazione vita-lavoro**, che hanno permesso la diffusione dello Smart Working anche nelle piattaforme operative, l'aggiornamento degli accordi in essere sul Lavoro Agile e il Protocollo Inclusivo, oltre al rinnovo, per l'anno 2023, dell'accordo sul **premio aziendale**. È stato poi sottoscritto un accordo per innalzare l'importo del buono pasto e, infine, sono state previste delle misure compensative per i colleghi impattati dal trasferimento della sede aziendale da Milano ad Assago.



RELAZIONI SINDACALI DELLA BANCA	2022	2021	2020
NUMERO DI DIPENDENTI ISCRITTI AL SINDACATO	1.724	1.704	1.702
ORE DI PERMESSO PER L'ESERCIZIO DEI DIRITTI SINDACALI	24.240	27.142	23.865
PROVVEDIMENTI DISCIPLINARI	6	6	2
NUMERO DI CONTENZIOSI	4	3	5

Si segnala che il numero dei contenziosi giudiziali rimane stabile e 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 i provvedimenti disciplinari, a conferma del diffondersi tra tutti i colleghi della cultura della Compliance e del rispetto delle regole.

Nel corso dell'anno 2022 sono ripresi gli incontri della Commissione Paritetica Permanente per la conciliazione della vita privata con il lavoro e per l'innovazione dei processi produttivi e, in seguito alla sottoscrizione dell'accordo sindacale sulle politiche commerciali, è stata istituita una **Commissione Paritetica Azienda OO.SS.** anche in tale ambito.



LA SALUTE E SICUREZZA IN FINDOMESTIC

Dopo i due anni trascorsi in cui la funzione “Business Continuity Safety & Security”, collocata all’interno della Direzione Operations e Supporto Business, aveva concentrato i suoi sforzi nel gestire la prosecuzione delle attività nell’imperversare della pandemia da Covid-19, nel corso del 2022 questa funzione ha gradatamente ripreso l’attività ordinaria, senza però cessare il monitoraggio delle norme eventuali riguardo all’emergenza pandemica. Per le attività ordinarie afferenti il D.lgs. 81/2008, è stato proseguito il piano di aggiornamento costante dei **Documenti di Valutazione dei Rischi (DVR)**, collaborando con la Direzione HR negli adempimenti legislativi sulla formazione necessaria ai nuovi Addetti alle emergenze, ai Preposti ed ai lavoratori di nuova assunzione.



Con riferimento ai Documenti di Valutazione dei Rischi per le unità produttive sul territorio nazionale, è stato portato a termine l’aggiornamento o la prima redazione di 30 DVR. Tali documenti sono comprensivi anche della Valutazione Microclimatica, dei Piani di Emergenza ed Evacuazione e della valutazione del rischio campi elettromagnetici. Tali aggiornamenti richiesti dal legislatore hanno previsto compiti e attività, da considerarsi ordinari e continuativi a partire dall’anno 2022, relativamente all’obbligo di verifica degli ambienti di lavoro a carico della figura del Preposto alla Sicurezza, oggetto di una rendicontazione puntuale da parte della funzione Business Safety & Security e ad una attività annuale di verifica della formazione erogata al Preposto ed all’Addetto alle emergenze, per mezzo di apposito questionario.

Riguardo, invece, ai Piani di Emergenza ed Evacuazione, al fine di adempiere agli aggiornamenti normativi emanati alla fine dell’anno 2021, è stata svolta una revisione di

tutte le planimetrie di evacuazione dei locali aziendali, su tutto il territorio nazionale.

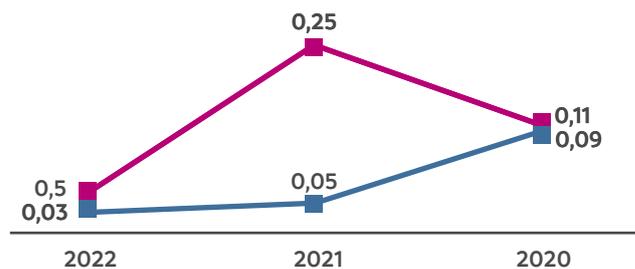
Peraltro, durante questo anno, si è conclusa l’indagine per il rischio “Radon”²¹, la quale non ha evidenziato particolari criticità e se ne è data opportuna informazione agli Organismi di Vigilanza Competenti, laddove necessario. Sono state, infine eseguite le prove di evacuazione cosiddette “in bianco” in tutti i locali individuati dal D.M. 10 marzo 1998 e si è tenuta la riunione periodica ai sensi dell’art.35 del D. Lgs 81/2008 la quale ha coinvolto anche il Medico Competente, che ha la responsabilità del servizio di sorveglianza sanitaria.

Nel 2022, in linea con gli anni precedenti, il tasso d’infortuni sul lavoro ed in itinere è basso e costante. Per quanto riguarda la gravità degli infortuni, il tasso si è ridotto sia per quanto riguarda gli infortuni sul lavoro che in itinere. Un maggiore dettaglio sui dati relativi agli infortuni è disponibile in Appendice.

TASSO DI INFORTUNI SUL LAVORO E IN ITINERE ED I RELATIVI TASSI DI GRAVITÀ²²

■ Tassi di infortuni sul lavoro
■ Tassi di infortuni in itinere

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



21. Il rischio radon riguarda l’effetto biologico che può indurre a mutazioni genetiche, causando possibili tumori e leucemie.

22. La metodologia di calcolo adoperata è la seguente:

Indice di infortunio: (numero totale di infortuni + numero totale di decessi) / totale ore lavorate)*1.000.000

Indice di gravità: (numero totale di ore perse da infortuni / totale ore lavorate)*1.000



IMPEGNO 2: AVERE UN IMPATTO NEUTRO SULL'AMBIENTE

...riducendo le emissioni di CO₂ dalle nostre attività dirette e il nostro consumo di energia. Questo il secondo impegno che Findomestic si pone in prima persona per la lotta contro il cambiamento climatico, per salvaguardare le risorse naturali e ridurre la propria *carbon footprint*.



Per mantenere questo impegno, Findomestic agisce per ridurre le emissioni di CO₂ e migliorare il proprio impatto sull'ambiente e sulla società, oltre che, in termini di riduzione dei costi, anche sulla Banca stessa attraverso una gestione del proprio patrimonio immobiliare e dei propri processi operativi, volta ad ottimizzare i consumi energetici ed idrici, i consumi di carta, il riciclo dei rifiuti e le politiche legate alle trasferte e agli spostamenti di lavoro.

100%

utilizzo di energia elettrica rinnovabile in tutti gli immobili della banca

99,6%

utilizzo di carta certificata per uso interno ed esterno.
Vs 96% nel 2021

La gestione efficiente del patrimonio immobiliare

Per ridurre i propri impatti ambientali delle sedi, nel corso degli anni, Findomestic ha realizzato diverse iniziative di ammodernamento degli edifici e di efficientamento energetico, prima fra tutte l'ottenimento della certificazione Leed Gold per la sede di Findomestic in via Pratese 107 a Firenze.

Nel corso del 2022, è stato ridotto il numero delle sedi centrali, passando da 13 a 8 e mantenendo invece costante quello delle sedi distaccante, ossia 90, per mantenere i presidi sui territori locali. L'impegno è proseguito attraverso l'approvazione di un piano che prevede la sostituzione dei climatizzatori presso la sede in via Alamanni ed in 17 Agenzie sul territorio entro il 2023, di cui già 4 sono state sostituite nel 2022 per un maggiore efficientamento energetico.

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

Al fine di ridurre gli sprechi e di diminuire l'utilizzo di **carta**, Findomestic sta perseguendo una politica di digitalizzazione di molti processi e prodotti, come illustrato nei successivi paragrafi. Il consumo di carta è fortemente disincentivato anche mediante la riduzione e centralizzazione delle stampanti, che sono impostate per la stampa prioritaria in fronte-retro e in bianco e nero. In generale, nel 2022 è stata registrata una riduzione rispetto al 2021 dell'1% del consumo di carta, meno significativa rispetto alla riduzione del 13% registrata tra il 2021 e il 2020. Questo è dovuto al fatto che non tutti i processi possono essere digitalizzati per limiti legislativi e di prossimità ai clienti. In ogni caso, la carta utilizzata è certificata secondo lo standard Forest Stewardship Council®(FSC) quasi al 100% (99,6% del totale).

Le altre risorse consumate nelle sedi fanno riferimento all'**energia elettrica** proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili, i cui consumi sono diminuiti rispetto al 2021 del 2%, al **metano** utilizzato per il riscaldamento dei locali delle sedi fiorentine e di due agenzie sul territorio, i cui consumi sono diminuiti del 17%, e all'**acqua**, i cui consumi sono diminuiti del 17%. Tali diminuzioni sono dovute principalmente alla riduzione della temperatura massima impostata e delle ore di funzionamento dell'im-

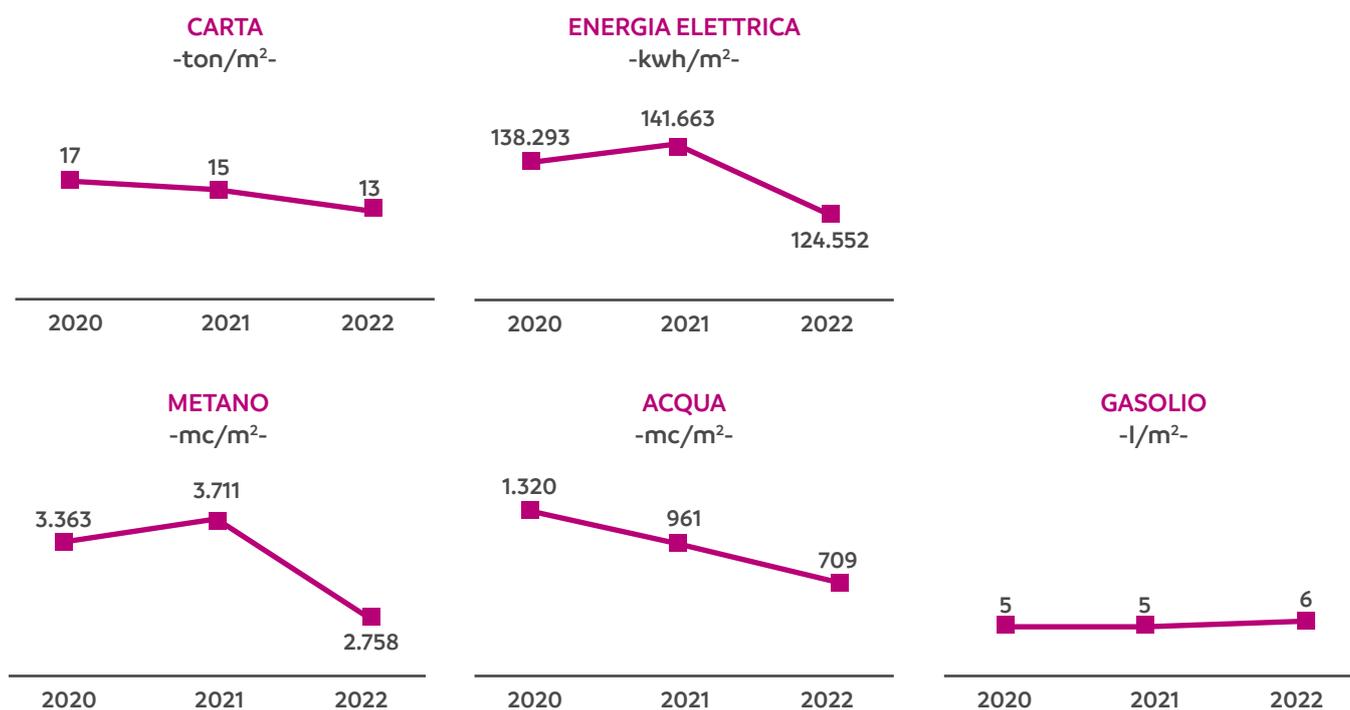
pianto di riscaldamento in ottemperanza alle disposizioni legislative per la stagione invernale 2022-2023 e alla minor presenza di personale in sede.

I consumi di **gasolio**, invece, usato esclusivamente per il funzionamento ed i relativi test dei gruppi di continuità legati alla business continuity, sono aumentati da 208 litri per il 2021 a 300 litri per il 2022 a seguito di un calo di tensione nell'anno per alcuni edifici. Tali episodi hanno attivato i generatori ausiliari di corrente, consumando quindi più gasolio di quello normalmente usato per i soli test di funzionamento.

Tra le misure di risparmio energetico, nel 2022 è stato pianificato lo spegnimento di tutte le insegne delle sedi di tutta Italia durante le ore notturne.



CONSUMI DI RISORSE INDICIZZATI CON LA SUPERFICIE TOTALE OCCUPATA DALLE SEDI FINDOMESTIC



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. Per approfondire i dati relativi ai consumi di energia acqua e carta si veda l'Appendice.

Per quanto riguarda la **gestione dei rifiuti**, Findomestic, in ragione della suo business, produce solo rifiuti solidi urbani derivanti dalle attività d'ufficio. L'unico rifiuto pericoloso che è tenuta a gestire è il toner delle stampanti: nel 2022 sono stati smaltiti correttamente il 100% degli 844 toner sostituiti. Per il resto, i rifiuti di cui tiene il conteggio sono la carta e, dal 2022, la plastica. Queste due tipologie di rifiuti infatti sono raccolte

in autonomia nelle sedi fiorentine e sono conferite tramite un'azienda specializzata ad impianti di riciclo con certificazione di raccolta e consegna. La raccolta differenziata di carta e plastica ha raggiunto nel 2022 quasi 20 ton. Invece, i restanti rifiuti domestici (così come in tutte le sedi sparse sul territorio) sono raccolti dalle aziende municipalizzate competenti per i Comuni in cui Findomestic è presente.

Per quanto concerne i *device* tecnologici obsoleti in linea con la volontà di puntare ad un futuro ecologicamente più sostenibile, Findomestic mira, per quanto possibile, ad allungarne il ciclo di vita attraverso la cessione a società specializzate in economia circolare o la donazione ad enti che ne facciano richiesta.

IL RICICLO DEI PC E TABLET NON PIÙ UTILIZZATI



In ottica di economia circolare, BNP 3 Step IT è una società acquisita dal Gruppo che si occupa di locazione di apparati tecnologici e servizi. Il suo modello di business prevede anche l'acquisizione di attrezzature tecnologiche dismesse ma ancora riutilizzabili e ne gestisce il ciclo di vita attraverso il loro ricondizionamento per poi rivenderle. Findomestic ha iniziato a collaborare con BNP 3 Step IT dal 2021 anche se alcune operazioni erano state svolte già nel 2017. I vantaggi della sinergia tra Findomestic e BNP 3 Step IT sono molteplici:

- **Sostenibilità:** i device di Findomestic ancora funzionanti ma obsoleti per le nostre attività non diventano rifiuti e vengono talvolta destinati ad altri utenti presentando anche un risvolto sociale;
- **Riduzione emissioni CO₂** grazie alla mancata rottamazione, che, nel processo di smaltimento, produce emissioni;
- **Spese ridotte:** la rottamazione dei device comporterebbe un costo ma, grazie al ritiro delle attrezzature da parte di BNP 3 Step IT Findomestic, questo non deve essere sostenuto.

La metodologia di calcolo del risparmio di CO₂ è fornita da un documento interno BNPP 3StepIT ed è chiamata "E-waste and CO₂ emissions calculation methodology", a sua volta basata su dichiarazioni ufficiali pubblicate dai produttori stessi.

L'impegno nella ricerca di soluzioni sostenibili per la gestione dei device obsoleti si è inoltre estesa anche oltre: recentemente Findomestic ha scelto di cedere i propri dispositivi malfunzionanti o rotti a CHIBO, che si occupa di smantellarli e, laddove possibile, recuperare i piccoli pezzi. Si tratta di una società leader in Italia nel settore dell'end-of-life management di apparecchiature elettriche ed elettroniche.

Sia BNP 3 Step IT che Chibo nei loro processi si occupano ovviamente anche della distruzione in totale sicurezza dei dati sensibili contenuti nei device.

2021

152
tablet841
smartphone56 t
CO₂ evitate

2022

1.121
monitor915
PC540 t
CO₂ evitate



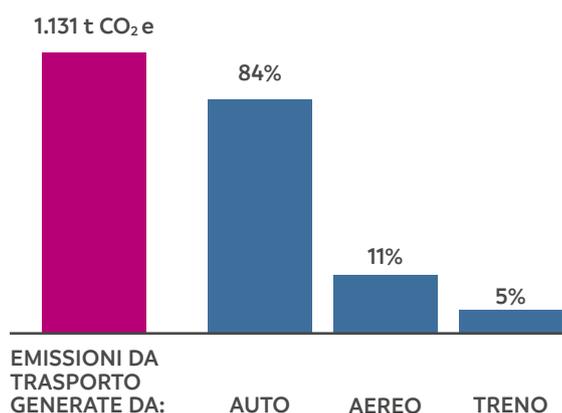
Le emissioni atmosferiche

L'impatto generato da Findomestic in termini di emissioni di gas ad effetto serra è connesso principalmente ai mezzi di trasporto adoperati dai suoi dipendenti nei viaggi di lavoro. Infatti, grazie alla scelta di acquistare energia elettrica da fonti rinnovabili per il 100% del suo fabbisogno per gli uffici, i restanti consumi energetici non generano emissioni significative. Dunque, con l'obiettivo di ridurre le proprie emissioni derivanti dai trasporti, la Banca dispone di una *Travel Policy* in conformità agli obiettivi di sviluppo sostenibile del Gruppo BNP Paribas: sono da privilegiare la comunicazione elettronica al viaggio, il treno

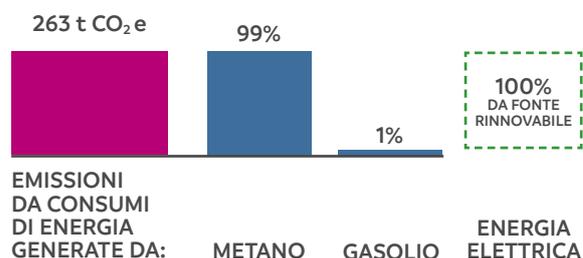
all'aereo (meno CO₂ per chilometro), così come le automobili dal ridotto impatto ambientale. Con la medesima intenzione, oltre ad incentivare il personale all'utilizzo di bici e mezzi elettrici con soluzioni concrete come le colonnine elettriche, la Banca pone molta attenzione anche alla tecnologia delle auto appartenenti alla flotta aziendale, le quali saranno progressivamente sostituite da veicoli Plug-In alla scadenza del contratto di noleggio. La politica sui viaggi di lavoro, inoltre, è stata implementata nel nuovo strumento di prenotazione per l'utente finale in self-service (con il nuovo fornitore di Gruppo BCD Travel Italy).

EMISSIONI IN TONNELLATE CO₂e GENERATE DA FINDOMESTIC NEL 2022

...DERIVANTI DAI TRASPORTI



..DERIVANTI DAGLI UFFICI



La sensibilizzazione del personale a tutela dell'ambiente

Findomestic promuove il rispetto e la tutela dell'ambiente anche incoraggiando uno stile di vita conforme ai valori di sostenibilità. Con questo obiettivo Findomestic organizza corsi e iniziative di sensibilizzazione per i propri dipendenti con la convinzione che anche il singolo possa contribuire ad un presente e futuro più sostenibile in coerenza con il motto, **Positive Impact starts with me!**

Findomestic ha messo a disposizione, nelle sedi fiorentine, il servizio del **bike sharing**, un parco di biciclette disponibili all'uso dalle 8 del mattino alle 19 di sera, sia per motivi personali sia lavorativi. Al fine di coniugare obiettivi ambientali e sociali, le biciclette tradizionali sono state acquistate dalla Cooperativa Sociale Ulisse, realtà fiorentina che si occupa dell'inserimento lavorativo di persone svantaggiate e offre, presso ogni sede Findomestic, anche un servizio di manutenzione ordinaria e straordinaria delle biciclette fornite dal servizio.

Al parco di bike tradizionali, si sono aggiunte dal 2021, 10 bike a pedalata assistita. Findomestic, inoltre, ha contribuito alla diffusione di modalità di trasporto sostenibili ed ha installato colonnine per ricari-



care veicoli elettrici, come auto, biciclette e motocicli per fornire ai dipendenti il "pieno di energia" a costo zero e nel rispetto dell'ambiente.

A questo si aggiunge anche il **servizio di Carpooling Aziendale** che permette ai dipendenti di raggiungere la sede di lavoro in caso di sciopero di trasporti e piccoli imprevisti. Il servizio consente di condividere con colleghi della stessa azienda o di aziende limitrofe il tragitto casa-lavoro. Il sistema di certificazione viaggi dell'App Jojob Real Time Carpooling consente anche di quantificare la reale CO₂ risparmiata.

Findomestic, nel 2021, ha avviato il progetto "no plastic" finalizzato ad eliminare la plastica usa e getta, legata soprattutto all'acquisto di bottiglie di acqua potabile, impiantando degli erogatori di acqua corrente purificata e distribuendo borracce per l'acqua a tutti i dipendenti. Anche per il 2022, questa linea è stata mantenuta, proseguendo nell'utilizzo, per quanto riguarda i distributori di caffè, di cialde, bicchierini e palette compostabili. Inoltre, nei distributori automatici, non sono più presenti bottigliette di acqua in plastica, bensì in alluminio.

PUZZLE DELLA SOSTENIBILITÀ

Nel 2022, in occasione della Settimana della Mobilità che si è svolta dal 16 al 22 settembre, Findomestic ha lanciato una challenge denominata **“Puzzle della sostenibilità”** volto alla sensibilizzazione verso tematiche ambientali e sociali. Si è trattato di un nuovo tipo di approccio per portare a bordo i dipendenti su temi e strategie di Findomestic: il cammino verso una maggiore sostenibilità non deve essere solo una scelta strategica della Banca in quanto azienda, ma deve essere sostenuta e supportata anche dai propri collaboratori, sia nella vita professionale che in quella privata. L’iniziativa è stata un primo step di un percorso che vedrà i colleghi attori del cambiamento, insieme a Findomestic. Infatti, i dipendenti, su base volontaria, potevano partecipare compiendo “missioni sostenibili” e rispondendo ai quiz “sostenibili” dopo aver preso visione di apposite pillole formative.

A chiusura dell’iniziativa sono stati assegnati 3 riconoscimenti alle prime 3 squadre classificate: chi ha raggiunto il maggior punteggio ha potuto fare una donazione ad una non profit segnalata dalla squadra stessa; alla seconda e terza squadra sono stati assegnati rispettivamente 150 e 100 alberi piantumati in Italia.

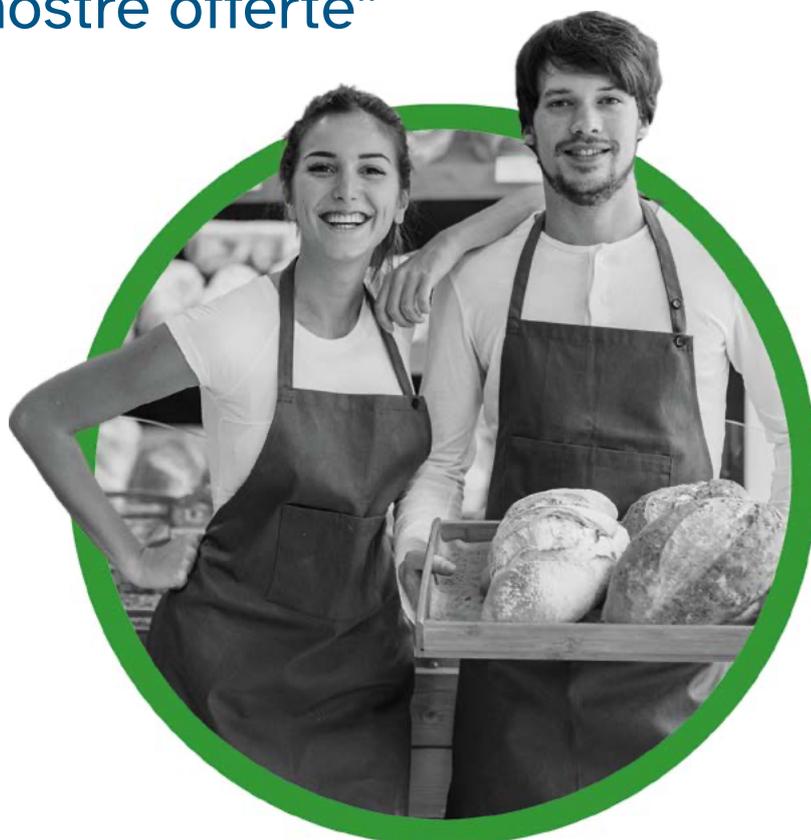
Il 20 % dei dipendenti (circa 500) hanno partecipato all’iniziativa attivandosi in oltre 1.900 missioni/attività sostenibili, tra cui, per esempio:

- effettuare una donazione ad una scuola;
- partecipare alle attività di ANT sul territorio;
- differenziare e riciclare gli scarti;
- muoversi in monopattino o in bicicletta.



PILASTRO ECONOMICO

“Trasformare le nostre attività,
i nostri modelli di funzionamento
e le nostre offerte”



Oltre
215
milioni €

finanziamenti con finalità sostenibile (a supporto della transizione energetica e della mobilità sostenibile)
Vs oltre 162 nel 2021

Oltre
433
mila

carte di pagamento emesse in PLA (materiale eco-sostenibile)
Vs oltre 650 mila nel 2021

SDGs



Il credito responsabile e il modello di business con il cliente al centro

Dare la possibilità alle famiglie di realizzare le loro aspirazioni d'acquisto è un impegno che Findomestic porta avanti contestualmente all'obiettivo di far mantenere la piena capacità di rimborso dei prestiti ottenuti. Tale deve essere l'ambizione di chi vuole operare come Banca che conduce le proprie attività secondo il principio di Credito Responsabile. Infatti, 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. Tale principio diventa, quindi, sinonimo di prodotto pronto a recepire le necessità del cliente, attraverso la personalizzazione di un'offerta coerente con il suo singolo budget e le sue aspirazioni di acquisto. In questo contesto, Findomestic ha definito anche un modello di business di seguito illustrato.



TRASPARENZA

Offerta di prodotti adeguati, chiari e comprensibili

RELAZIONE

Integrazione e dialogo con il cliente durante il "ciclo di vita" del servizio offerto

AMPLIAMENTO

Potenziamento della gamma di prodotti e servizi

INNOVAZIONE

Sviluppo di sistemi informatici avanzati

Offerta di prodotti adeguati e trasparenti

Prerequisito fondamentale per lo svolgimento del business per Findomestic è il rispetto del principio di trasparenza nei prodotti offerti.

Per fare ciò, Findomestic adotta politiche e procedure di governo e controllo sui prodotti atte ad elaborare, distribuire, monitorare e sottoporre a revisione le operazioni ed i servizi oggetto della propria attività. Infatti, per lo sviluppo di nuovi prodotti deve essere osservato uno specifico iter che assicuri la coerenza delle caratteristiche del prodotto con il target clienti identificato, e la conformità alla normativa di riferimento.

In tal senso, il requisito fondamentale per la vendita di qualsiasi prodotto o servizio è proprio l'adeguatezza dello stesso alle esigenze finanziarie del cliente, qualunque sia il canale distributivo. A tale fine una buona conoscenza del cliente, della sua situazione patrimoniale e finanziaria, dei suoi progetti e della sua esperienza finanziaria, costituiscono elementi fondamentali per creare un'offerta coerente.

Tra gli strumenti di gestione dell'adeguatezza di prodotti e servizi vi sono le seguenti Politiche:

- La **Politica in materia di product governance**, per garantire che i prodotti o servizi offerti siano progettati e commercializzati solo quando gli stessi siano aderenti agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche dei clienti;
- **Politica in materia di protezione degli interessi dei clienti (PIC)** che definisce la strategia di commercializzazione dei prodotti e di gestione delle relazioni con i clienti, attraverso la definizione di principi e regole specifiche e individuando le condotte migliori per mitigare i rischi PIC;
- **Politica in materia di Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari**, correttezza delle relazioni con la clientela, che definisce i principi per assicurare ai clienti un'informazione chiara, corretta e completa, in ogni fase del rapporto, delle caratteristiche, dei rischi, dei costi e dei diritti legati ai prodotti offerti e ne consenta la facile confrontabilità con altre offerte.

REGOLE PIC	DESCRIZIONE
ADEGUATEZZA DI PRODOTTI E SERVIZI AI BISOGNI ED ALLA SITUAZIONE DEI CLIENTI	RISCHIO DI VENDITA DI UN PRODOTTO O SERVIZIO NON IN LINEA CON LE NECESSITÀ E LA SITUAZIONE DEL CLIENTE
INFORMAZIONI ALLA CLIENTELA	RISCHIO CHE AL CLIENTE SIANO FORNITE INFORMAZIONI POCO CHIARE, IMPRECISE E FUORVIANTI CHE NON GLI CONSENTANO DI PRENDERE UNA DECISIONE CONSAPEVOLE
CONFLITTI D'INTERESSE PIC	RISCHIO DI CONFLITTI DI INTERESSI CHE POSSONO DANNEGGIARE GLI INTERESSI DEI CLIENTI
GESTIONE DEI RECLAMI DEI CLIENTI	RISCHIO CHE I RECLAMI DEI CLIENTI NON SIANO ADEGUATAMENTE TRATTATI
CORRETTEZZA DELLE ATTIVITÀ DI DOPO-VENDITA E RECUPERO CREDITI	RISCHIO DI NON CONFORMITÀ RISPETTO ALLA NORMATIVA E/O RISCHIO DI PRATICHE NON CORRETTE RELATIVAMENTE AD ATTIVITÀ DI DOPO-VENDITA E RECUPERO CREDITI

Nel 2022 è stato messo a terra un piano sullo sviluppo delle **competenze in materia di Protezione Interessi Clienti e Trasparenza** che ha visto implicata, con diverse modalità e metodologie, tutta la popolazione aziendale. Il

piano ha previsto incontri di sensibilizzazione e formazione specifica, fino all'erogazione di sessioni specialistiche con discussione di casi reali, in funzione del target di riferimento.

L'innovazione e la trasformazione aziendale

Innovazione dei processi

Alla base dell'intero modello di business c'è la costante ricerca della qualità e dell'innovazione che Findomestic interpreta in maniera olistica, nella convinzione che l'innovazione 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 generare un impatto positivo sull'economia del Paese, nonché essere promotrice del cambiamento verso un mondo più sostenibile, attraverso la produzione di idee, progetti e prodotti che hanno un impatto ambientale e sociale.

La funzione Innovazione e Trasformazione, creata ad agosto 2020 e collocata sotto la Direzione Marketing e sviluppo prodotti, ha l'obiettivo di stimolare in maniera trasversale le direzioni di Findomestic al fine di incentivare l'innovazione tecnologica e la trasformazione organizzativa. La funzione lavora a stretto contatto con tutte le direzioni aziendali al fine di raggiungere l'obiettivo ed opera attraverso tre stream:



- **Il primo stream** riguarda la tecnologia e la trasformazione delle attività e dei processi in un'ottica di sostenibilità, in particolare: internamente rispetto ai modi di fare e di utilizzare le risorse rispetto alle infrastrutture, esternamente per ingaggiare e sensibilizzare i cittadini ed i clienti sulla transizione ecologica.
- **Il secondo stream**, invece, concerne l'efficienza operativa, ovvero, la promozione dell'utilizzo di asset digitali equivalenti all'analogico che ne migliorano le performance e di tecnologie più efficienti che comportano un valore aggiunto per i clienti, grazie alla riduzione dei costi, e che migliorano quindi la *user experience* degli utenti.
- **Il terzo stream** prevede l'ingaggio delle risorse con un fine sia educativo che culturale. L'obiettivo è quello di promuovere una cultura del cambiamento che favorisca l'innovazione e la trasformazione organizzativa, attraverso la messa in discussione delle attività di ogni giorno e la creazione di un dialogo collaborativo, anche con il supporto di tutto il management.



Il consolidamento del programma ACE (Accrescimento Continuo dell'Efficacia)

Il 2022 è stato per il team ACE di Findomestic Banca un anno di consolidamento delle nuove modalità progettuali sperimentate durante il 2020 e 2021. Il modello ibrido che coniuga la presenza fisica e da remoto, in abbinamento alla metodologia Agile for Business, ha permesso alla Banca di valorizzare ulteriormente l'approccio *bottom-up*. Attraverso l'approccio FAST (Flexible, Agile, Simple, Transversal) sono state vagliate le opportunità di revisione dei processi e di automazione anche in maniera innovativa attraverso l'utilizzo di robot e di intelligenza artificiale, ovvero andando a lavorare su quelle micro-attività che possono essere automatizzate.

L'evoluzione del programma RPA (Robotic Process Automation)

La Robotic Process Automation (RPA) è ormai diventata parte integrante del DNA aziendale. Con successo Findomestic procede nel rilascio delle automazioni (26 nell'anno per un totale di 64) che hanno permesso di migliorare ulteriormente l'efficienza dei processi. Findomestic sta progredendo sempre di più anche nello sviluppo dell'Intelligenza Artificiale, attraverso lo studio e l'implementazione dell'Optical Recognition Document, così come lo studio e lo sviluppo sempre maggiore di strumenti quali Natural Language Understanding e Chatbot.

Il prossimo obiettivo sarà quello di realizzare robot sempre più complessi e diffondere l'Intelligenza Artificiale su vaste aree della banca.

●
FLESSIBILE

●
AGILE

●
SEMPLICE

●
TRASVERSALE





IMPEGNO 3:

FAVORIRE L'ACCESSO AI NOSTRI SERVIZI FINANZIARI A UN NUMERO MAGGIORE DI CLIENTI...

...indipendentemente dalla loro età o profilo socio-economico, in ogni momento della loro vita, al fine di consentire di gestire meglio le loro finanze personali.

Il terzo impegno presente nel Manifesto Findomestic riguarda l'agevolazione all'accesso ai servizi finanziari ad un numero maggiore di clienti, indipendentemente dalla loro età o profilo socio-economico, ed il supporto fornito per una migliore gestione delle loro finanze personali. Findomestic abbraccia questo impegno all'interno del proprio modello di business attraverso l'obiettivo di potenziare la propria gamma di prodotti e servizi.



AMPLIAMENTO E POTENZIAMENTO DELLA GAMMA DI PRODOTTI E SERVIZI

1 Digitalizzazione...

...è lo strumento attraverso il quale è assicurata l'ottimizzazione e l'ampliamento della disponibilità dei servizi offerti;

2 Trasparenza e flessibilità...

...sono elementi che, nella situazione di grande incertezza vigente, permettono al cliente di affrontare con più consapevolezza e preparazione momenti di criticità;

3 Sostegno a clienti in difficoltà...

...a causa di eventi eccezionali, quali terremoti o alluvioni. Findomestic ha predisposto un processo volto a sostenere i clienti che nel corso del 2022 sono stati colpiti da eventi naturali avversi di particolare eccezionalità;

4 I giovani...

...il cui sostegno rappresenta un punto fermo di continuo sviluppo per Findomestic.



1 Digitalizzazione...

Con alla base il costante investimento in termini di sviluppo di sistemi informatici avanzati, anche i servizi e i prodotti hanno assunto, oltre alle loro forme tradizionali, una veste **digitale**, che garantisce un'ottimizzazione e un ampliamento della loro disponibilità in risposta alle esigenze sia dei clienti in store che sul web. Questo è stato possibile anche grazie alle sinergie sviluppate con i propri Partner più *digital oriented*.

L'implementazione di strumenti e servizi digitalizzati ha permesso l'ampliamento e la diffusione dell'approccio omnicanale verso i clienti e ha dato la possibilità di:

- accedere a servizi aggiuntivi direttamente tramite home banking e App, come l'estinzione anticipata, la possibilità di fare bonifici istantanei o un'area assistenza per il *self care* totalmente integrata;
- aggiungere al form di richiesta per il prestito personale le nuove modalità di identificazione a distanza, come SPID;
- facilitare l'accesso al credito grazie alla possibilità di collegare il proprio conto corrente al momento della richiesta di prestito personale;
- accedere alla survey NPS System tramite la App.

Sempre a beneficio della *user experience*, la **piattaforma Findonline 2.0** rimane uno strumento in continuo aggiornamento in quanto mezzo di interazione e dialogo con i partner e di contatto con il cliente. Questo portale è sempre più una modalità, online, per la diffusione di contenuti informativi, commerciali ed amministrativi. Proprio all'interno di Findonline, nei primi mesi del 2022 è stato introdotto un **data entry**, sia "rata-centrico", con soluzioni finanziarie personalizzate che partono dalla mensilità desiderata dal cliente, che "semplificato", con riduzione delle informazioni richieste per acquisti di importo ridotto, al fine di facilitare le sue esigenze.

Per facilitare l'accesso al credito sull'e-commerce si è iniziato a lavorare sul progetto "**Plug-in**", che consiste nell'offrire ai partner un modulo di integrazione immediata con i sistemi Findomestic. Questo permetterà di semplificare le procedure di attivazione del dealer web e collaborare anche con le aziende che non hanno una struttura informatica dedicata.

In particolare, relativamente al Mercato Distribuzione (Retail), la digitalizzazione da anni si concretizza in un modello di *onboarding* 100% paperless che riduce l'impatto ambientale del processo di richiesta di un finanziamento. In aggiunta a questo step ormai consolidato, l'obiettivo fissato è quello di realizzare una sempre maggiore cross- canalità tra store fisici e vendita online, per rendere il credito raggiungibile da tutti i *touchpoint* del cliente con dei processi di *onboarding* sempre più fluidi.

Dal 2021, la **Cessione del Quinto**, ha visto un significativo sviluppo in ragione del mercato in crescita, ma anche per lo sviluppo del processo 100% digitale che unitamente ad un progetto di ottimizzazione del pricing, ha permesso la crescita dell'attenzione dei clienti.



2 Trasparenza e flessibilità...

In una ottica di massima adattabilità e **trasparenza**, l'intera commercializzazione della Rete Direct si è sviluppata sul prodotto di Prestito Flessibile, il quale, 100% trasparente, senza spese nascoste o costi accessori, aiuta il cliente ad affrontare situazioni di criticità esercitando le opzioni di cambio dell'importo della rata, abbassandola o diminuendola, o del salto della

rata. Questo prodotto ha visto aumentare la sua quota di produzione in un momento di grande incertezza del contesto economico. Infine, sul prodotto di **Cessione del Credito**, così come già previsto per il **Prestito Flessibile**, sono state completamente azzerate le spese in caso di estinzione anticipata.

3 Sostegno a clienti in difficoltà...

Ampliamento e potenziamento dei prodotti e dei servizi per Findomestic implica anche avere un'attenzione particolare per quella parte di popolazione che, per insufficiente storia creditizia, esigenze finanziarie primarie e posizioni lavorative precarie, non può rivolgersi ai tradizionali canali del credito. Infatti, dal 2018 Findomestic ha attivato una **collaborazione con PerMicro**, una società di microcredito che opera su tutto il territorio nazionale attraverso l'erogazione di prestiti di piccola entità senza garanzie reali, della quale BNL è diventato principale azionista nel 2011. La collaborazione di Findomestic si esplica dunque nel suggerire al cliente, con le caratteristiche sopra descritte che si fosse recato presso una agenzia e per il quale non fosse possibile soddisfare la sua esigenza, di andare sul portale di PerMicro per procedere con la richiesta di finanziamento.

PerMicro valuta la richiesta non dal punto di vista del rischio ma analizzando attentamente la storia del cliente ed i suoi bisogni. La concessione del credito nei suoi confronti avrà anche l'obiettivo di educarlo e aiutarlo a costruirsi in autonomia un merito creditizio che in futuro potrà permettergli di rivolgersi ad altri istituti finanziari, come Findomestic.

Anche coloro che intendono avviare o sviluppare una piccola attività imprenditoriale e necessitano di un credito possono rivolgersi a PerMicro che, una volta accertata la bontà dell'idea di impresa, offrirà supporto per la stesura del business plan e durante tutto il percorso di sviluppo della loro attività.

Nel 2022, grazie alla collaborazione delle reti Findomestic e PerMicro, sono state 363 le pratiche finanziate per un importo complessivo di 2.500.000 €, con un incremento del 46% rispetto allo scorso anno.

Tra i clienti in difficoltà, rientrano anche coloro che si sono trovati in uno stato di bisogno a causa di **eventi eccezionali come terremoti o alluvioni**. Di fronte a tali contingenze, nel corso del 2022 Findomestic ha risposto con la ristrutturazione dei debiti o mediante l'erogazione di un finanziamento a tasso zero senza spese accessorie.

2,5 milioni €

finanziati di pratiche con PerMicro provenienti dalla rete Findomestic

Vs 1.706 milioni nel 2021

4 I giovani...

Findomestic ha proseguito il proprio investimento anche verso i propri clienti più **giovani** attraverso il Conto Corrente Giovani il quale, lanciato nel 2021, offre per coloro che hanno una età compresa fra i 18 e i 30 anni, il canone ed altri servizi gratuiti, come l'imposta di bollo gratuita, i bonifici gratuiti illimitati, i prelievi gratuiti su ATM BNL, e la carta di debito in PLA.

Sempre con l'obiettivo di rivolgersi ai clienti più giovani, è in fase di sviluppo l'Open Banking che prevede un processo attraverso il quale il cliente può autorizzare Findomestic ad accedere al proprio conto corrente. Avere questo tipo di informazioni permette alla Banca di conoscere meglio il comportamento finanziario del cliente e, conseguentemente, migliorare le possibilità di concessione del credito al cliente giovane.





LA PRESENZA DI FINDOMESTIC SUL TERRITORIO E LA PROSSIMITÀ AL CLIENTE

Favorire l'accesso ai servizi finanziari a un numero maggiore di clienti, indipendentemente dalla loro età o profilo socioeconomico è possibile per Findomestic in quanto, da sempre è capace di garantire in tutta Italia una presenza

costante attraverso un'ampia offerta di canali, sia online che fisici, ramificati su tutto il territorio nazionale e messi a disposizione dei consumatori con l'intento di garantire un pacchetto di prodotti e servizi il più possibile diversificati.

LA PRESENZA DI FINDOMESTIC SUL TERRITORIO

NORD-OVEST

20 Agenzie sul Canale Diretto
43 Agenzie della Rete Agenti
12 Agenti
1.876 Partner Mercato Distribuzione
515 Partner Mercato Mobility
335 Dipendenti

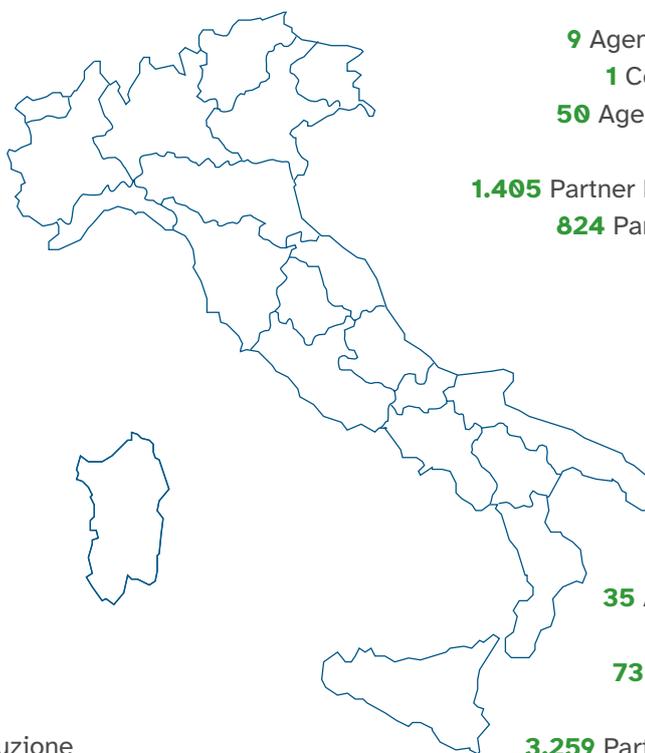
NORD-EST

9 Agenzie sul Canale Diretto
1 Centro Relazioni Clienti
50 Agenzie della Rete Agenti
14 Agenti
1.405 Partner Mercato Distribuzione
824 Partner Mercato Mobility
124 Dipendenti

CENTRO

Sede principale (Firenze)

1 Centro relazioni Clienti specializzato
1 Piattaforma Web Credit
18 Agenzie sul Canale Diretto
81 Agenzie della Rete Agenti
22 Agenti
2.045 Partner Mercato Distribuzione
621 Partner Mercato Mobility
1.759 Dipendenti



SUD E ISOLE

35 Agenzie sul Canale Diretto
2 Centro Relazioni Clienti
73 Agenzie della Rete Agenti
16 Agenti
3.259 Partner Mercato Distribuzione
820 Partner Mercato Mobility
569 Dipendenti

Un portafoglio ampio e omnicanale

Per offrire anche un'esperienza quanto più soddisfacente possibile, la multicanalità si è sviluppata diventando omnicanalità, permettendo al cliente di iniziare la propria esperienza in un Canale, proseguirla in un altro e concluderla in un terzo, in funzione delle proprie esigenze del momento, utilizzando tutte le

“porte d'ingresso” secondo le proprie necessità. Questo è stato possibile grazie agli investimenti della Banca in tecnologia e sviluppo digitale che cercano di incontrare sempre più le esigenze di partner e clienti. In questo senso, l'App continua a porsi come principale strumento di relazione digitale tra clienti e banca.

2,5 mln
 di **clienti** della Banca

LA OMNISCANALITÀ DI FINDOMESTIC PER L'OFFERTA DEI PRODOTTI²³CANALE
DIRETTO82 Agenzie
del Canale DirettoCENTRI CLIENTI
FINDOMESTIC BANCA

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

Il Mercato Clienti di Findomestic Banca, attraverso le sue Agenzie, sviluppa la sua presenza su tutto il territorio nazionale, aumentando la prossimità al cliente e favorendo una conoscenza più approfondita delle sue esigenze. Attraverso le Agenzie, oltre a quelli di Findomestic Banca, vengono offerti anche i principali prodotti delle altre Società del Gruppo BNP Paribas.

CANALE
DIRETTO

64 Agenti

247 Agenzie
della Rete Agenti

RETE AGENTI E PUNTI VENDITA

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

Il numero degli Agenti nel 2022 si è ridotto a 64, sette in meno rispetto al 2021, ma i punti vendita sono in aumento attestandosi a 247, quattro in più rispetto al 2021. Seguendo un piano di offerta allargata, il portafoglio prodotti a disposizione degli agenti copre sia i prodotti Findomestic Banca che i principali prodotti delle altre società del Gruppo BNP Paribas.

BANCHE, ASSICURAZIONI,
SOCIETÀ DI SERVIZI

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

5 Partner
Bancari

Poste Italiane

23. Tutte le partnership sono approfondite nel paragrafo "Partner e Fornitori".

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, oppure online tramite il sito del partner, in modo semplice e rapido.

2.780

Partner Mercato
Mobility

8.585

Partner Mercato
Distribuzione

CANALE WEB

INTERNET E RETE MOBILE

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

oltre **4 mln**
di visite al mese ai
Siti internet

oltre **2,2 mln**
downloads App

oltre **3 mln**
di visite al mese
Customer Area





IMPEGNO 4: 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 la mobilità più sostenibili e convenienti, sviluppando queste soluzioni con partner che condividono le nostre convinzioni ed obiettivi in termini di sviluppo sostenibile.



Il quarto impegno presente nel Manifesto Findomestic riguarda l'ampliamento degli strumenti messi a disposizione dei propri clienti per ridurre il proprio impatto ambientale, agevolandone l'accesso a soluzioni per la casa e la

mobilità, sostenibili e convenienti. Anche questo impegno rientra all'interno del modello di business di Findomestic con l'obiettivo di ampliare la propria gamma di prodotti e servizi.

oltre 215

Milioni €

finanziamenti con finalità sostenibile (a supporto della transizione energetica e della mobilità sostenibile)

Vs oltre 162 milioni €
nel 2021

Poiché è fermo l'impegno di Findomestic nella tutela del pianeta, lo sono anche le offerte dedicate, con un tasso sempre inferiore alle offerte standard. A dimostrazione di ciò, nel 2022 hanno superato i € 215 milioni i finanziamenti con finalità sostenibile, ossia tutti quelli volti a supportare la transizione energetica dei clienti o le loro scelte di mobilità sostenibile, con una crescita del 32% rispetto al 2021. Rappresenta un esempio di tale impegno il **Prestito Personale Green**, attraverso il quale Findomestic ha voluto predisporre una soluzione *ad hoc* per sostenere gli interventi di risparmio energetico e per incentivare le scelte di energie rinnovabili. Questo, infatti, è un prestito agevolato che può essere usato per installare pannelli fotovoltaici oppure per acquistare veicoli a basso impatto ambientale (auto o moto elettriche o ibride o biciclette tradizionali), ma anche per tutti gli interventi di ristrutturazione della propria abitazione che aumentano il risparmio energetico. La risposta dei clienti a questa offerta è stata positiva ed infatti nel 2022, la relativa produzione è stata

di € 29.4 milioni e già solo nel primo trimestre del 2023 ha raggiunto € 23.6 milioni. Inoltre, periodicamente Findomestic abbina a questo prodotto anche la piantumazione di alberi e, per ogni pratica finanziata, pianta un nuovo albero nella propria "Foresta". Il cliente può seguirne la

crescita accedendo al sito di Treedom, società con la quale è stata instaurata una *partnership* e avviata un'attività di riforestazione in Italia e all'estero. L'obiettivo del progetto di Findomestic è di ingaggiare i clienti nella transizione energetica.

ALBERI ALLOCATI NEL 2022

478

Campagna Prestito
Personale Green
Aprile-Giugno

678

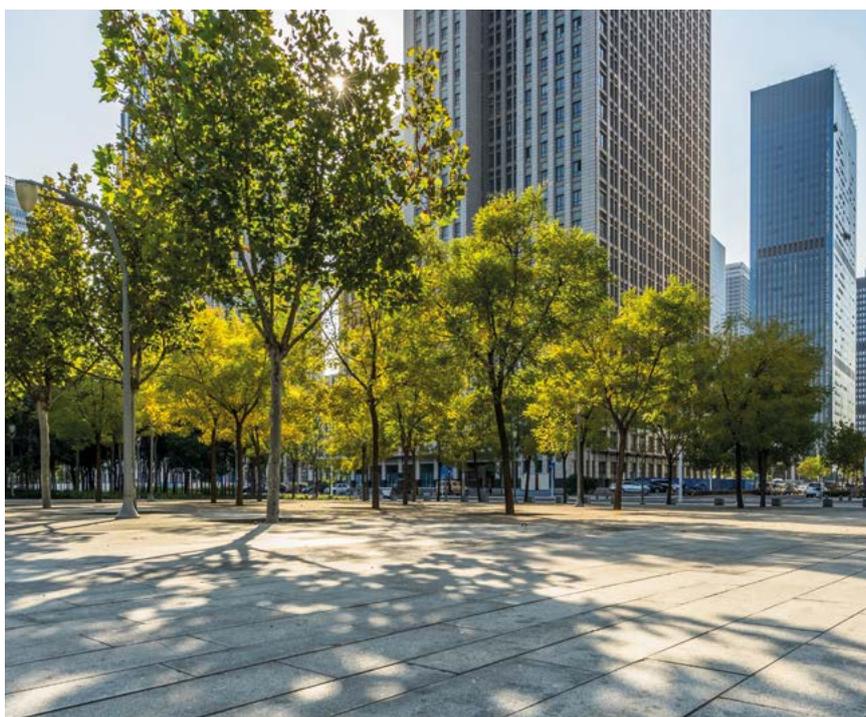
Campagna Prestito
Personale Green
Settembre-Novembre

250

Puzzle della Sostenibilità

1.406

Totale alberi allocati



ANIDRIDE CARBONICA ASSORBITA

Treedom calcola che il totale degli alberi già piantumati (5.624 alberi) grazie alle iniziative di Findomestic, contribuisce all'assorbimento della CO₂ dall'atmosfera per circa 530 tonnellate di CO₂.

Fonte: Treedom, stima al 15/02/23



5.624
Alberi

-530,48 t
CO₂

findomestic

433 mila

carte di pagamento emesse in PLA

(materiale eco-sostenibile)
Vs oltre 650 mila nel 2021



Nel settore dell'Home Improvement, sono state inoltre predisposte delle offerte finanziarie, come il Prestito Personale flessibile, dedicate a coloro che vogliono rendere più sostenibile la propria abitazione attraverso un piano di ristrutturazione dell'immobile.

Sempre in un'ottica di sostenibilità ambientale, tutte le Carte di Findomestic sono prodotte in **PLA** (Acido Polilattico), una bioplastica di origine naturale, compostabile al 100%, ottenuta dal mais non edibile, e da altri materiali naturali e biodegradabili non derivanti dal petrolio, assicurando così un ridotto impatto ambientale grazie alla provenienza completa da risorse rinnovabili e riutilizzabili. L'impatto positivo si genera sia attraverso l'offerta di prodotti specifici, ma anche attraverso strumenti di sensibilizzazione ed educazione che creano nel cliente consapevolezza, come ad esempio il calcolo della "**Carbon Footprint**". Questo strumento, che Findomestic ha attivato sulla propria App, è il parametro che, meglio di qualunque altra variabile, permette di determinare gli impatti ambientali che le attività di origine antropica hanno sul *climate change* e, quindi, sul surriscaldamento del pianeta. A tal fine e per gestire al meglio questo tipo di informazione, Findomestic ha sviluppato un servizio dedicato in partnership **Doconomy**.

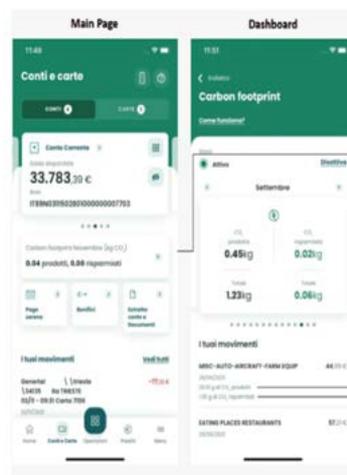


“MISURAZIONE DELLA CARBON FOOTPRINT DEGLI ACQUISTI”

Dal 2021, assieme alla start-up svedese Doconomy, Findomestic ha lanciato un nuovo strumento integrato nell'App, il servizio “Carbon Footprint”, per calcolare la produzione di CO₂ generata dagli acquisti fatti con carta al fine di rendere il cliente consapevole dell'impatto dei suoi comportamenti sull'ambiente. Questa prima fase ha visto oltre 2.200 clienti attivi e ha consentito di constatare che nella base clienti sono presenti soggetti considerabili attenti alla propria impronta carbonica, in vista del secondo step del progetto con l'implementazione della nuova funzionalità “Impronta Ecologica”.

A partire dal 2023, infatti, è stato compiuto un ulteriore passo in avanti con il completamento del dispositivo con la nuova funzionalità di compensazione CO₂, “Impronta Ecologica” Findomestic. Grazie alla partnership con AWorld, una B-Corp Italiana patrocinata dalle Nazioni Unite che crea contenuti di engagement sulla sostenibilità e che l'ONU ha scelto per supportare Act Now, la campagna contro il cambiamento climatico, i correntisti Findomestic potranno individuare tutti quei comportamenti sostenibili che generano risparmio di CO₂ e compensare così le emissioni generate a fronte di un acquisto. A fine mese i clienti potranno così fare un bilancio di quanto CO₂ hanno generato e di quanto ne hanno invece ridotta, il tutto con l'obiettivo di rimanere sotto le 5 tonnellate di CO₂ annue pro-capite indicate dall'Accordo di Parigi.

A febbraio 2023 il servizio è già disponibile per tutti i clienti che hanno una carta di debito Findomestic attiva e il giorno del lancio sono stati informati con una notifica sull'App che li invitava a utilizzare subito la funzione. Sempre all'interno dell'App, per mantenere viva l'attenzione dei clienti, verranno messi a disposizione mensilmente due contenuti educativi corrispondenti con i 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile definiti dalle Nazioni Unite.



**“IN ITALIA,
FINDOMESTIC È
LA PRIMA DEL
SETTORE AD
AVERE QUESTA
FUNZIONALITÀ
CHE EQUIPARA
E AFFIANCA IL
SALDO DI CONTO
CORRENTE CON IL
SALDO DEL CO₂,
UNA VERA SPINTA
AL CONSUMO
RESPONSABILE E
SOSTENIBILE”**



Ad oggi, il dispositivo completo è disponibile per 112 mila utenti.

A questo si aggiunge anche il programma **Loyalty** di Findomestic legato alla Carta di Credito, offrendo delle ricompense riconducibili a brand eco-sostenibili.

Un ulteriore progetto è poi il **Puzzle della sostenibilità**, il quale è stato pensato sia per i dipendenti che per i clienti in portafoglio. Si tratta di una campagna volta a sensibilizzare verso tematiche ambientali e sociali. Agire con un approccio socialmente responsabile significa anche tenere conto dei bisogni della collettività nel suo complesso. Da qui lo spunto per lanciare una campagna promozionale, non continuativa, «eco-sostenibile» volta ad ingaggiare i clienti in maniera dinamica e ovviamente sostenibile²⁴.

A sostegno dell'applicazione concreta del principio di **economia circolare**:

- nel settore della **Telefonia**, è stata consolidata una soluzione di credito basata sul **Buy Back**, per il quale il cliente acquista lo smartphone con un piano di rateizzazione definito, alla fine del quale può scegliere se tenerlo o acquistare un modello nuovo, restituendo il precedente. Il device ritirato viene rigenerato e successivamente rimesso in vendita da operatori specializzati.
- Nel **Mercato Distribuzione (Retail)**, a fine 2022, era in valutazione la definizione di un'offerta dedicata all'acquisto rateale delle biciclette, elettriche e non, oltre la

proposta di un finanziamento classico, che prevede anche la restituzione della vecchia bici. La costante ricerca di collaborazioni consolidate, in un mercato che per natura è frammentato in tanti piccoli distributori, si pone l'obiettivo di permettere l'accesso al credito legato alle due ruote ad un target sempre più ampio.

Nell'ambito del **Mercato Mobility (Veicoli)**, nel corso del 2022, Findomestic ha proseguito con le **offerte per i veicoli elettrificati** che prevedono la possibilità di sottoscrivere un finanziamento senza dover sostenere spese di istruttoria pratica.

Infine, prosegue la collaborazione con **Tate**, una **start-up fiorentina che fornisce energia rinnovabile**. La Banca ha incentivato i propri clienti a sottoscrivere un contratto di fornitura con Tate, la quale si è impegnata a fornire un bonus, il cosiddetto "booster di transizione energetica", per gli utenti che hanno optato per un cambio di fornitura da una "tradizionale" ad una "sostenibile". La Società ha offerto ai nuovi clienti uno sconto mensile per il primo anno sulle utenze di luce e gas e, poiché la campagna ha avuto un esito positivo, Findomestic, alla fine del 2021, ha raddoppiato il bonus per i correntisti che hanno optato per un cambio verso il partner "sostenibile" e che addebitano le bollette sul conto corrente o sulla carta.

24. Il progetto "Puzzle della sostenibilità" è descritto nel paragrafo "La sensibilizzazione del personale a tutela dell'ambiente".





IMPEGNO 5: 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.

Il quinto impegno presente nel Manifesto Findomestic riguarda la necessità, sempre costante, di alimentare i rapporti con i propri stakeholder, costruendo una relazione duratura ed inclusiva, nell'ottica anche di co-creare nuove offerte.

Infatti, per contribuire agli obiettivi di sostenibilità di Findomestic, è di fondamentale importanza instaurare un dialogo costante con i propri stakeholder, dai fornitori, ai partner, ai dipendenti e ai clienti, tanto che la Banca ha integrato questo impegno anche all'interno del proprio modello di business. Il confronto con i propri stakeholder è anche la base 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.



PRINCIPALI ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

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".

Pulse 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 Mobility (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.

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 permette 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 uno schema che canalizza le informazioni sul profilo più indicato per il tema trattato.



L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

Nell'ambito dei rapporti con l'esterno, l'Osservatorio Findomestic contribuisce al consolidamento dell'immagine e della reputazione di Findomestic come banca affidabile e costantemente al passo con i tempi.

Nato nel 1994, sull'esempio dell'"Observatoire" di Cetelem, società di credito al consumo di BNP Paribas, l'Osservatorio Findomestic è un sistema di indagini e ricerche di mercato, condotte in collaborazione con primari istituti italiani, fornisce agli stakeholders dell'azienda un'analisi continua sull'evoluzione dei mercati di riferimento ed informazioni sempre aggiornate sui comportamenti di consumo. Oggi, a distanza di 29 anni, è composto da tre diverse pubblicazioni all'anno, ovvero l'Osservatorio dei Consumi, l'Osservatorio Mensile e l'Osservatorio Auto.

Nel 2022, l'Osservatorio ha mantenuto e rafforzato la centralità acquisita nel mondo dell'informazione durante la pandemia. In particolare, in questo scenario ancora pieno di incognite e variabili, l'Osservatorio Mensile si è confermato una fonte di informazione sempre più attesa e ricercata dalla stampa. Si spiega così il nuovo incremento dei ritorni media in termini di passaggi complessivi ottenuti su stampa, tv, radio e web, con un 11% di incremento rispetto all'anno precedente. Una parte consistente di questi ritorni media sono stati garantiti anche dalle 3 conferenze stampa organizzate, di cui una riservata alla pubblicazione della nuova edizione dell'Osservatorio dei Consumi dedicata ad un primo bilancio sui consumi 2022 e due, di livello regionale, dedicate alla pubblicazione di una declinazione territoriale dei dati sui consumi.

Il 2022 è stato anche l'anno in cui si è tornati ad organizzare in presenza il "Roadshow" dell'Osservatorio Findomestic, il consueto tour nazionale di incontri rivolti ai Partner commerciali di Findomestic. Per l'occasione è stata realizzata una ricerca sulla sensibilità alle tematiche "green" e sulla percezione che il consumatore ha nei confronti di forme di consumo come il noleggio e l'usato che rientrano nel concetto più ampio di economia circolare. L'indagine è stata presentata a Milano, Roma e Napoli a oltre 300 operatori dei mercati dei beni durevoli convenzionati con Findomestic. L'Osservatorio ha raggiunto il target degli operatori commerciali del mondo automotive anche partecipando come ospite ad eventi di settore come l'Automotive Dealer Day.

**L'OSSERVATORIO
HA RAGGIUNTO
IL TARGET DEGLI
OPERATORI
COMMERCIALI
DEL MONDO
AUTOMOTIVE
ANCHE
PARTECIPANDO
COME OSPITE
AD EVENTI DI
SETTORE COME
L'AUTOMOTIVE
DEALER DAY.**

A giugno si è, invece, tenuto l'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 raccogliere le suggestioni ed evidenze presentate dalle Associazioni.





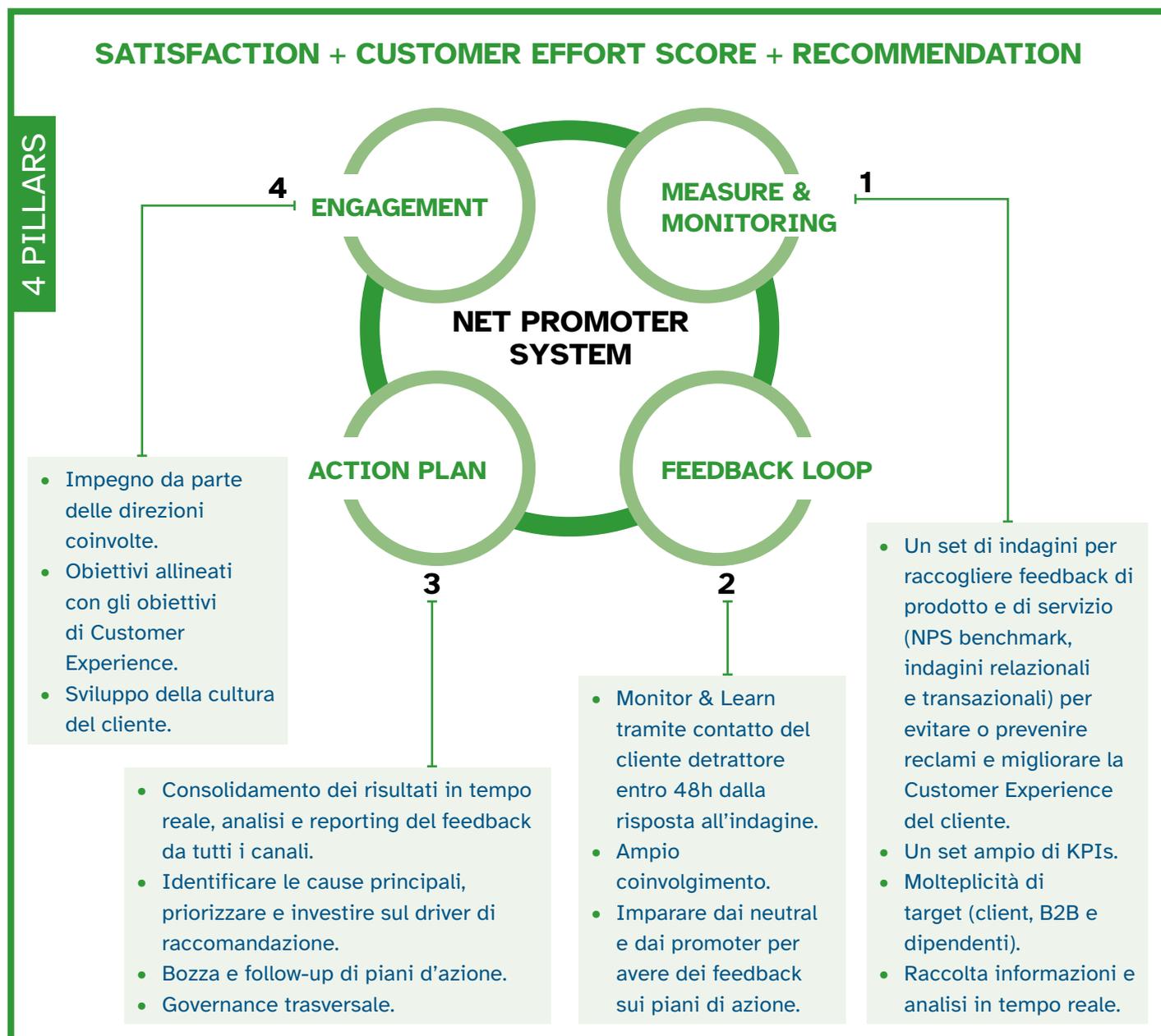
INTEGRAZIONE E DIALOGO CON IL CLIENTE DURANTE IL “CICLO DI VITA” DEL SERVIZIO OFFERTO

L'agire responsabile di Findomestic è reso ancor più visibile nel rafforzamento costante dei rapporti di fiducia esterni, concentrando la propria azione sull'ascolto di due principali stakeholder: **Clienti** e **Partner**.

Per quanto riguarda i clienti, nella volontà di incrementare l'importanza e il valore di questa attività nel 2022 è stata creata la **nuova Direzione Customer Advocacy** i cui principali obiettivi sono quelli di rafforzare il mindset

aziendale volto alla centralità del cliente, ed essere ancora più attraenti nei confronti dei clienti.

Un approccio basato sulla Customer Advocacy influenza direttamente sia la **Customer Experience** che la **Voice of Customer**, nella misura in cui, la prima definisce l'esperienza complessiva del cliente attraverso l'utilizzo dei suoi prodotti e dei suoi servizi, la seconda raccoglie ed indica le informazioni che provengono direttamente dai



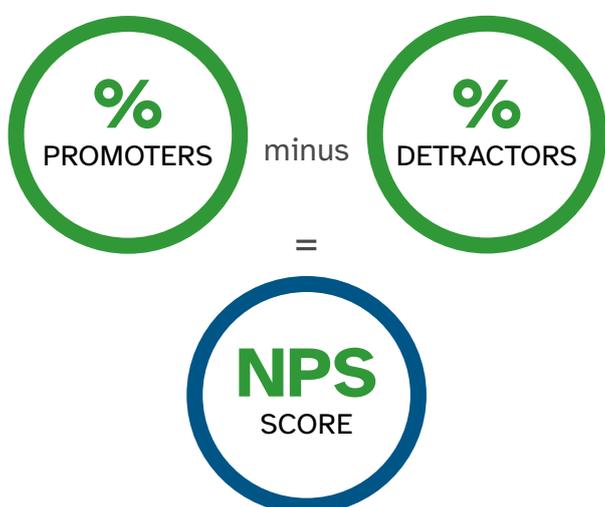
clienti sulle loro esperienze e le loro esigenze. Gli strumenti in mano alla Direzione Customer Advocacy sono vari e si basano sull'ascolto dei clienti e dei partner, per raccogliere tutte le informazioni utili per migliorare sempre di più i prodotti e i servizi offerti e per prioritizzare e attivare i piani di azione.

In primo luogo, si fa riferimento alle attività di ascolto, come ad esempio:

- **indagini di soddisfazione e “raccomandabilità” su clienti e partner**, che hanno autorizzato la Banca ad essere contattata per indagini di mercato;
- **monitoraggio dei reclami, delle lamentele e dei canali social** (“*claims monitoring*”).

In seguito a tali attività vengono definiti i piani di azione volti alla risoluzione delle problematiche riscontrate.

La Metodologia adottata da Findomestic nell'ottica di miglioramento continuo dei prodotti e servizi offerti, prosegue seguendo il modello sottostante del Net Promoter System. Questo prevede, attraverso un *tool*, l'industrializzazione delle indagini quantitative verso i propri clienti finali e partner commerciali, consentendo a Findomestic di gestire una relazione diretta e creare una *customer experience* volta all'eccellenza rispetto alle esigenze di prodotto e di servizio dei propri clienti e partner. Considerando l'universo clienti, l'indicatore “Net Promoter Score” viene calcolato come differenza tra la percentuale di clienti “**promotori**” (clienti felici e soddisfatti del prodotto) e la percentuale dei clienti “**destrattori**” (clienti insoddisfatti che potrebbero danneggiare la reputazione aziendale). I clienti neutrali rispetto all'esperienza fatta non vengono considerati nel calcolo.



Indagini di soddisfazione dei clienti e partner

Le indagini proposte sono di tipo **Transazionale**, per capire quanto è facile entrare in contatto con la Banca o attivare relazioni di business, e **Relazionale**, che ha come obiettivo quello di monitorare la loro soddisfazione e quindi quanto clienti e partner raccomandino la Banca ad altri.

Ad inizio del 2022 sono state implementate le **Intercept survey** che il cliente compila in maniera spontanea dopo aver chiuso un'operazione dispositiva su home banking, manifestando il livello di “raccomandabilità” e soddisfazione sui sistemi Android e IOS, mentre alla fine del 2022 all'interno del programma si è unita anche l'attività di “Collection”, ossia la gestione amichevole del cliente in ritardo. In quest'ultimo caso è stato compiuto un passaggio importante, passando da un'indagine a campione ad una sul totale del portafoglio clienti abbinati a punti di contatto (es. *contact center*, agenzie, partner, App, home banking, ecc..) con cui si sono relazionati.

I destinatari delle attività di indagine sono anche i **partner**, infatti all'interno del programma NPS System, vi è l'indagine svolta per gestire una relazione diretta e ancora più puntuale con i *dealer*, sulle esigenze di prodotto e di servizio. I risultati confermano una diffusa soddisfazione ed un elevato livello di “raccomandabilità” della Banca verso i propri partner, che hanno abbinato la Banca a valori quali serietà, relazione, innovazione e servizio, in questo ultimo caso, si fa riferimento ai tempi di accettazione delle pratiche e velocità di erogazione.

Inoltre, è stato inaugurato il canale d'ascolto “Parla con noi, insieme per i clienti”, un'importante iniziativa promossa dalla Direzione Customer Advocacy con l'obiettivo di raccogliere segnalazioni da parte del personale di Findomestic inerenti *best practices* che possono essere ulteriormente migliorate, o punti di rallentamento che impattano negativamente sull'esperienza del cliente e che possono essere ulteriormente migliorati.



La gestione dei reclami

Findomestic persegue il proprio impegno di responsabilità sociale e di sviluppo del c.d. “Credito Responsabile”, anche attraverso un’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.

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.

Per informazioni sui propri prodotti e servizi, suggerimenti e, in particolare, per la gestione delle c.d. lamentele, oltre alle agenzie presenti sul territorio (Centri Relazione Clienti), Findomestic mette a disposizione dei propri clienti anche il proprio *call center*.

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.

TIPOLOGIE DI RECLAMI	2022	2021	2020
ASPETTI ORGANIZZATIVI	735	690	710
RAPPORTI CON IL PERSONALE	326	453	433
RAPPORTI CON I PARTNER	340	298	362
PRODOTTI VENDUTI TELEFONICAMENTE	80	79	94
ASPETTI CONTABILI	500	431	345
TRATTAMENTO DATI	1408	1393	980
TRASPARENZA	3121	3483	3339
FRODI	169	269	188
GESTIONE EMERGENZE	8	6	-
TOTALE	6.687	7.102	6.451

FONDATEZZA DEI RECLAMI	2022	2021	2020
RECLAMI RECIDIVI	2%	2%	3%
RECLAMI FONDATI	16%	14%	8%
RECLAMI NON FONDATI	84%	86%	92%



Il volume dei reclami nel 2022 è in diminuzione rispetto all’anno precedente di quasi il 6% ed il rapporto percentuale fra i reclami e il numero medio di contratti presenti come impegni (outstanding)²⁵ nel 2022 è pari allo 0,15% (vs 0,17% nel 2021).

Per quanto riguarda la categoria «Trasparenza» si registra una riduzione del 51% su «Ammortamento - sentenza Lexitor»²⁶ e del 42% sui «Reclami assicurativi».

Nella categoria inerente al «Trattamento dati» il numero dei reclami nel 2022 è in linea con il 2021.

²⁵. L’outstanding (ossia “impieghi”) rappresenta il valore relativo ai crediti verso i clienti iscritti a bilancio prima della detrazione per riduzione del valore.

²⁶. Con sentenza emessa dalla Corte di Giustizia Europea a fine 2019 è stato sancito il diritto del consumatore, che ha estinto anticipatamente il finanziamento, al rimborso del costo totale del credito e non solo di talune tipologie di costi.

In generale, si registra una stabilizzazione dei reclami fondati. 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, che vanno dai 10 ai 60 giorni.

Nel 2022 i tempi medi di gestione sono stati di 10,7 giorni, **ridotti del 4,4% rispetto al 2021**.

Le attività di gestione dei reclami sono costantemente monitorate sia tramite specifici controlli di I livello sia tramite indicatori quantitativi e qualitativi definiti dal progetto ACE (Accrescimento Continuo dell'Efficacia), quali la produttività, il volume in ingresso, gli stock e i tempi di gestione.

10,7 giorni
da quando la banca
riceve il reclamo a
quando l'ufficio reclami
fornisce la **risposta**



LA GESTIONE RESPONSABILE DEL RECUPERO CREDITI E DEL CONTENZIOSO

Nel perseguire il principio del Credito Responsabile e l'impegno per mantenere delle relazioni di fiducia con i clienti, un aspetto particolarmente sensibile è l'attività

di recupero crediti amichevole e di contenzioso, che è portato avanti con particolare cura da parte della Banca.

| *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 di recupero crediti di tipo "amichevole", ispirato ai criteri di professionalità e correttezza deontologica e nel rispetto delle politiche aziendali e del Codice di Condotta del Gruppo BNP e del Sistema di Qualità.

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, 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. 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 Operations e Supporto al Business esiste, inoltre, una funzione di supporto trasversale che si occupa della gestione dei sinistri assicurativi per tutti quei clienti che ne hanno diritto, operando quale interfaccia tra il cliente e le compagnie assicurative partner di Findomestic.

A questo si aggiunge anche l'importante attività portata avanti in maniera continuativa di gestione attiva dei cosiddetti "clienti fragili", cioè i clienti con caratteristiche tali da trovarsi potenzialmente in difficoltà economiche, offrendo soluzioni volte a ristrutturare il loro credito. Findomestic si è organizzata per supportare prontamente tali clienti e, anticipando i tempi, ha iniziato a contattarli telefonicamente per proporre loro soluzioni e agevolazioni personalizzate.



Il contenzioso

Per quanto riguarda l'attività di recupero crediti, nel 2022 è stato registrato un incremento delle trasmissioni al contenzioso per effetto del deteriorato contesto economico dovuto alla crisi internazionale che ha messo in difficoltà l'economia delle famiglie. Pertanto, nell'arco del 2022 si è

continuato ad effettuare operazioni di cessioni pro-soluto²⁷ di crediti deteriorati, con una logica di contenimento del costo del rischio e di riduzione del rapporto tra NPE (Not-Performing Exposure) e l'Outstanding in ottemperanza alle indicazioni normative.

GESTIONE DEI CONTENZIOSI	2022	2021	2020
NUMERO TOTALE DELLE PRATICHE TRASMESSE A CONTENZIOSO	75.851	67.200	+11,4%
IMPORTO COMPLESSIVO (M€)	452,52	430	+4,8%
IMPORTO MEDIO DELLE PRATICHE	5.965	6.394	-7,1%

I PARTNER E I FORNITORI

Gli altri stakeholder per i quali Findomestic si impegna ad alimentare costantemente i propri legami di fiducia e reciprocità sono i partner, commerciali e bancari, e i fornitori.



11.365

Partner Commerciali

I Partner Commerciali

Findomestic seleziona in modo rigoroso i Partner commerciali, orientandosi verso aziende che rappresentino una spinta per sviluppare soluzioni finanziarie innovative e fidelizzanti, investendo in collaborazioni di valore che garantiscano lo sviluppo del business e la trasparenza verso il cliente finale. Il modello Findomestic nei Mercati B2B si basa su un modello di servizio di prossimità, con una rete di account fisici sul territorio e con una struttura centralizzata di sede che gestisce il contatto con il partner a mezzo dei canali telefonici e digitali.

L'attendibilità degli intermediari, principio cardine su cui poggia ogni sviluppo del business, è analizzata sia prima dell'attivazione del rapporto di collaborazione, sia a posteriori durante la fase di collaborazione.

La scelta dei Partner segue precise regole 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. Anche successivamente alla selezione, ogni dealer è oggetto di costante puntuale monitoraggio basato sui parametri del KYI ("Know Your Intermediary").

La forza commerciale a supporto dell'attività dei dealer convenzionati si articola in due reti specializzate dedicate ai due segmenti di mercato che rispondono a logiche ed esigenze diverse: il Mercato Distribuzione (Retail) e il Mercato Mobility (Veicoli).

²⁷. Con la cessione del credito pro-soluto chi cede il credito non è più responsabile di eventuali inadempienze future, e in questo modo non ha responsabilità sulla solvibilità del debitore.

Partner del Mercato Distribuzione (Retail)

Nel Mercato Distribuzione (Retail), che include le più importanti insegne della **Grande Distribuzione** del settore Elettrodomestici e Arredamento, ma anche le Utilities e Telecomunicazioni, la Rete Commerciale ha effettuato 56.000 visite nel 2022, quasi tutte con contatto frontale. Ugualmente la struttura centralizzata, che gestisce i rapporti con i partner di piccole e medie dimensioni o gli accordi ove non è previsto un Account di prossimità, ha confermato elevati standard di servizio offrendo 40.000 contatti telefonici. La frequenza delle visite di entrambi i modelli di servizio si conferma mensile, con l'obiettivo di mantenere sempre aggiornate le risorse che propongono il finanziamento e di presidiare costantemente l'attività di proposta del credito.

La rete commerciale è responsabile della formazione costante delle risorse e dei controlli di I livello sui partner.

8.585

Partner Mercato Distribuzione

+8,4%

aumento della produzione nel Mercato Distribuzione rispetto al 2021



Partner del Mercato Mobility (Veicoli)

In ragione della sua presenza costante nel **Mercato Mobility**, Findomestic cura con la massima attenzione le relazioni con i propri Partner Mercato Mobility, attraverso la partecipazione alle principali manifestazioni del settore, in qualità di partecipante o di sponsor e mettendo a loro disposizione degli strumenti di dialogo a distanza, come il Portale Veicoli per comunicazioni immediate e dirette, il Web Marketing, o direttamente tramite mailing dell'azienda. In continuità con il 2021, la strategia del Mercato Mobility è stata impostata nella direzione dello sviluppo e consolidamento delle partnership esistenti, con il rinnovo dell'accordo Original Equipment Manufacturer (OEM) per le moto e della sottoscrizione di nuovi accordi con Partner selezionati, come il nuovo accordo OEM del settore veicoli di lusso con efficacia a decorrere dal 2023. Nel 2022 i Partner commerciali del Mercato Mobility hanno ricevuto **55.063 visite fisiche** da parte degli Account con una media di 5,53 al giorno, in crescita del 19% rispetto all'anno precedente.

2.780

Partner Mercato Mobility

55.063

visite fisiche da parte degli account



LA PROMOZIONE DELLA PARITÀ DI GENERE ALL'AUTOMOTIVE DEALER DAY

Findomestic ha sostenuto il posizionamento del brand in ambito B2B attraverso la partecipazione a numerosi eventi esplorando temi di attualità, e prospettive del settore. Infatti, anche quest'anno ha partecipato all'Automotive Dealer Day, il più grande evento italiano ed europeo dedicato agli operatori della fiera.

In continuità con il precedente anno, Findomestic ha dimostrato il suo impegno legato ai valori della responsabilità sociale d'impresa, presentando un nuovo approfondimento nell'ambito del progetto RESET. Questo, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza e l'impegno dei concessionari nei confronti della società civile, si propone di approfondire ogni anno temi relativi allo sviluppo sostenibile più rilevanti nel mercato automotive e per il 2022 ha affrontato la parità di genere all'interno delle concessionarie. La survey è stata suddivisa in due fasi, una pre evento, dove sono state studiate le caratteristiche, le complessità del tema attraverso questionari specifici sul tema inviati ai concessionari, e una durante l'evento, infatti durante la fiera, presso lo stand di Quintegia, era presente un angolo dedicato a Reset in cui le persone presenti potevano interagire rispetto alla tematica di Gender Balance, con modalità innovative e coinvolgenti.

Dagli esiti, successivamente resi pubblici, emerge che la presenza del genere femminile in concessionaria è di circa il 24% quindi meno di 1/3 sulla totalità. Tuttavia, i risultati suggeriscono anche che nelle concessionarie italiane è presente una sempre più significativa attenzione a questo tema.





I Partner bancari

Una terza tipologia di partnership portata avanti da Findomestic è quella con le altre banche o istituti finanziari. A tal proposito, nel corso del 2022, lo scenario del partenariato bancario, nel contesto degli aumenti dei tassi d'interesse attuati dalle Banche Centrali per contrarre i fenomeni inflattivi, è stato caratterizzato sia dal proseguimento dei fenomeni di concentrazione bancaria sia da processi significativi di internalizzazione dei prodotti e servizi pensati per il credito alle famiglie. Perciò, in questo stato dei fatti, il Mercato delle partnership bancarie ha privilegiato il consolidamento e lo sviluppo degli accordi in essere, pur mantenendo le attività di scouting verso banche di piccole e medie dimensioni.

I risultati 2022 della Partnership con BNL, sul prodotto *core*, ossia la carta BNL Credit, possono essere considerati come il coronamento del processo di digitalizzazione e di *upgrade* del prodotto, grazie alla proposizione di funzionalità nuove, di un nuovo *pricing* con azzeramento di tutti i costi accessori. Nel corso dell'anno sono stati potenziati, anche rispetto ai partner bancari e alle società di servizi, i canali remoti, digitale e telefonico, per consen-

tire l'omnicanalità al cliente, sono state effettuate delle aperture metodologiche con incremento dei tassi di accettazione ed è stato confermato l'investimento in termini di animazione, con nuovi strumenti digitali ed un nuovo concept, e formazione della Rete e di comunicazione. Sono state realizzate per la clientela delle manifestazioni a premi, in particolare l'iniziativa BNL Credit Bonus Back, nel periodo primaverile, ed il concorso, nei mesi estivi, per stimolare la spendibilità della carta per le esigenze del periodo.

7 accordi e
oltre **13** mila sportelli

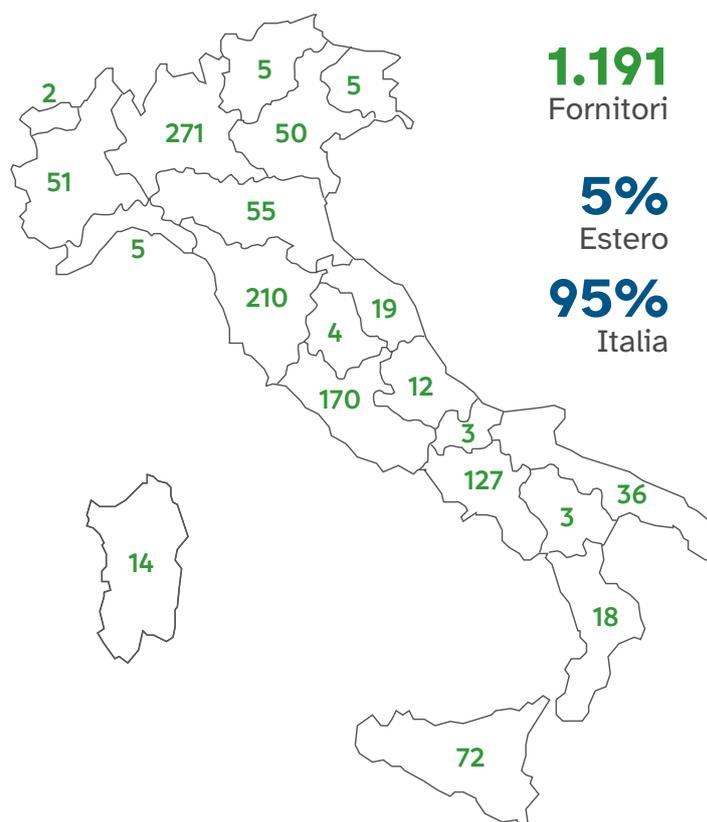
I fornitori

Il processo di selezione della maggior parte dei fornitori è in carico a BNL, società del Gruppo BNP Paribas in Italia, che, secondo le strategie e gli obiettivi 2 adottati in materia di Corporate Social Responsibility 51 (CSR) è orientato alla trasparenza, collaborazione e all'osservanza delle previsioni di legge nel massimo rispetto dell'ambiente.

Per la scelta e la selezione di un fornitore non sono presi in considerazione esclusivamente criteri economici e tecnici, tra cui la certificazione del sistema qualità o del prodotto e la valutazione diretta delle capacità del fornitore e del suo sistema qualità, ma tiene conto anche di aspetti di responsabilità sociale, privilegiando i fornitori che dimostrano attenzione verso tali tematiche. Di conseguenza, per le attività di acquisto, si dovrà considerare:

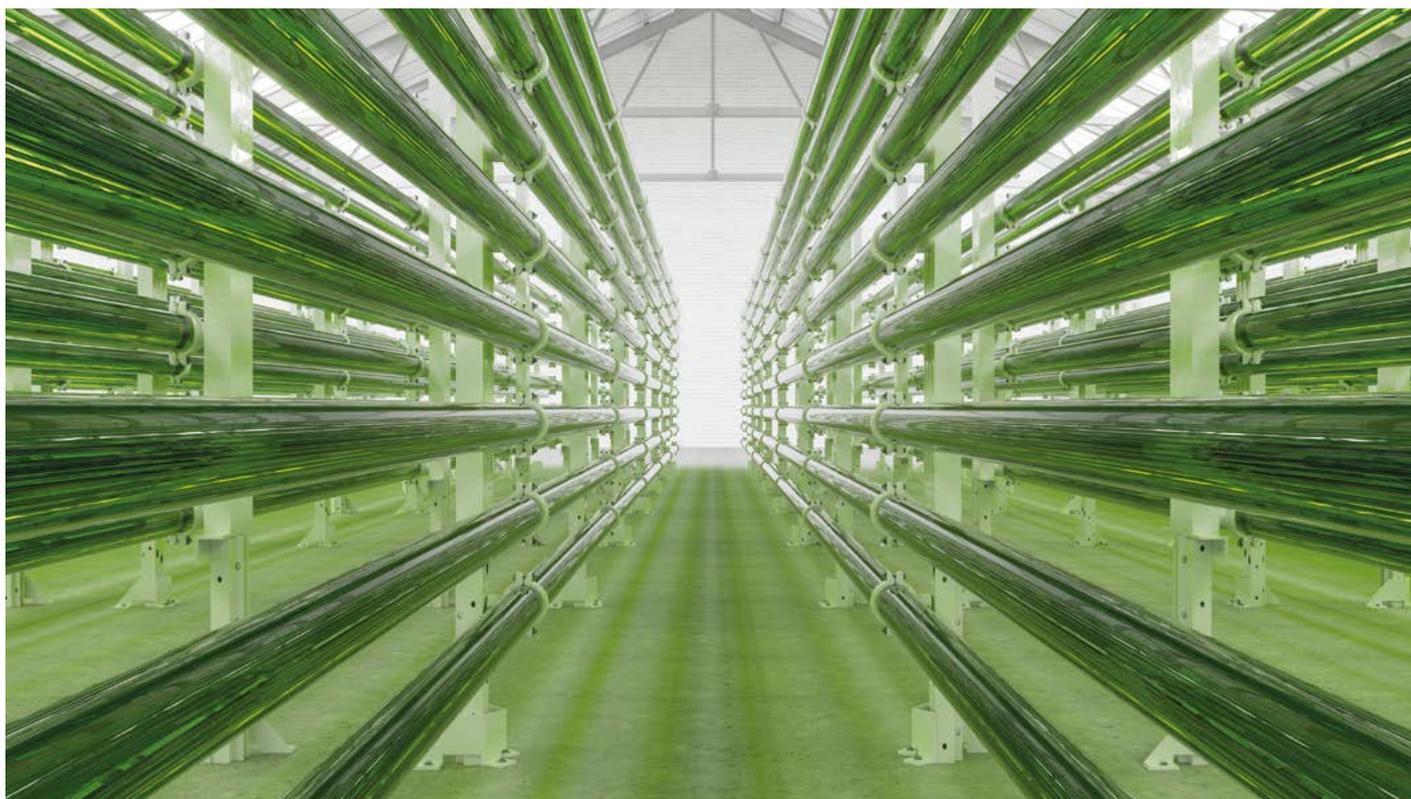
- gli impegni del Gruppo sull'ambiente e sulle tematiche sociali nelle azioni di approvvigionamento;
- criteri ambientali e sociali nel processo di selezione dei fornitori, in modo proporzionato, valutando la criticità del prodotto o servizio relativamente agli aspetti CSR;
- gli esiti delle attività di valutazione in termini di rischio di compliance e di rischio finanziario.

Per seguire questo processo, tutti i fornitori contattati, indipendentemente dalla categoria merceologica, sono tenuti a rispondere a un questionario CSR che mira a valutare l'attenzione del fornitore agli aspetti di responsabilità sociale e ambientale. I risultati di tale questionario sono inseriti all'interno della griglia di valutazione

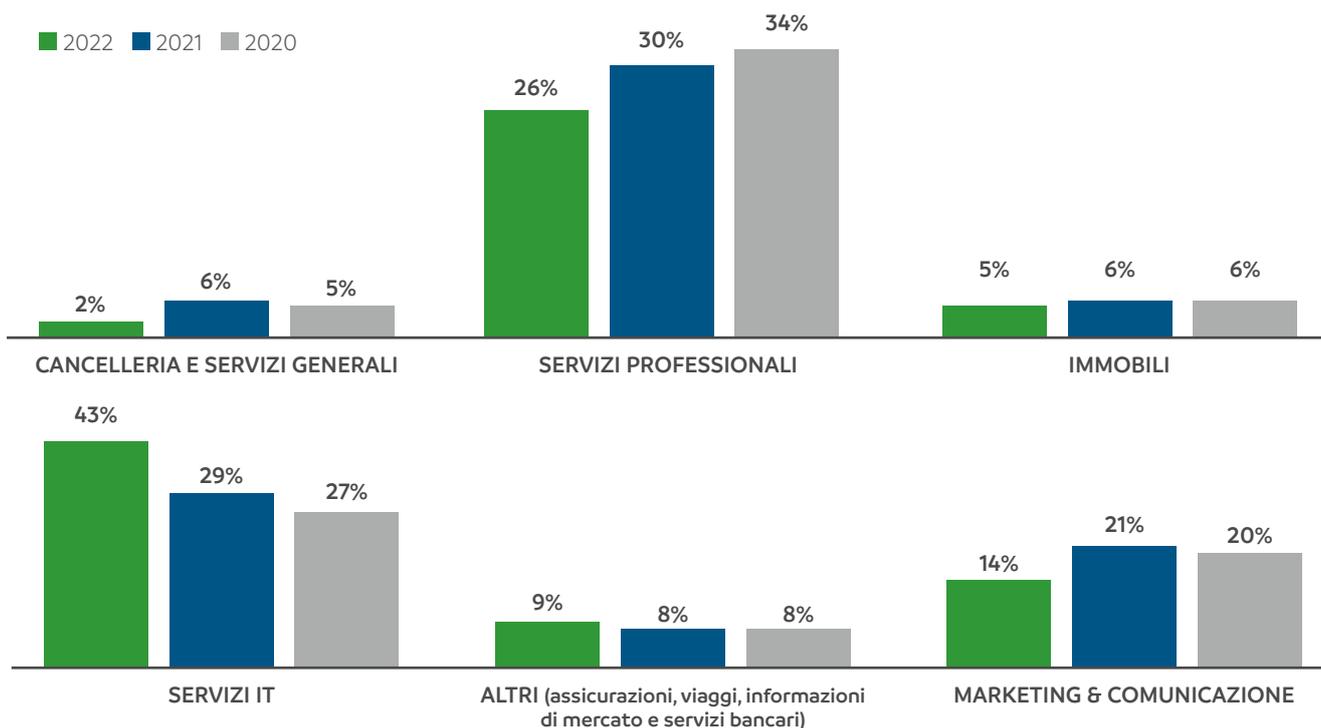


tecnico economica con un peso percentuale di almeno il 5%.

Per i fornitori che rientrano nella categoria dei Prestatori di Servizi Essenziali (PSE), la procedura di selezione richiede anche la verifica del loro piano di continuità operativa e le relative procedure di attivazione.



GLI ACQUISTI DI BENI E SERVIZI DI FINDOMESTIC



Il monitoraggio della relazione con il fornitore

L'attenzione riposta nel processo di selezione dei fornitori è accompagnata da una puntuale attività di monitoraggio delle prestazioni, formalizzata dalla verifica degli indicatori selezionati e dal seguito dei *Service Level Agreement (SLA)*²⁸ concordati.

Nel caso di risultati non soddisfacenti, è sempre attivato un dialogo con i fornitori, attraverso la formalizzazione di un piano di azione per rientrare nello standard definito.

BNL ed anche il Referente della relazione con il fornitore, sia in fase di selezione sia durante il corso dell'anno, attuano attività di verifica del "rischio fornitore" quali valutazioni economiche, finanziarie e di solidità dell'azienda. Si evidenzia che al momento non è stato necessario attivare azioni per mitigare eventuali impatti negativi in quanto le situazioni fuori standard sono sempre rientrate grazie ai piani concordati. Inoltre, non esiste alcun servizio che abbia un unico fornitore, se non in casi eccezionali.

28. I *Service Level Agreement (SLA)*, sono strumenti contrattuali attraverso i quali si definiscono le metriche di servizio (es. qualità di servizio) che devono essere rispettate da un fornitore di servizi (*provider*) nei confronti dei propri clienti o utenti.



PILASTRO SOCIALE

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



Oltre
46
mila

persone raggiunte dai programmi di **educazione finanziaria e digitale**
Vs 45.800 mila persone raggiunte nel 2021

Oltre
630
mila €

in azioni di mecenatismo a fini sociali, culturali e ambientali
Vs 928 mila € nel 2021 inclusi oltre 500 mila € a supporto della pandemia

SDGs





IMPEGNO 6:

CONTRIBUIRE ALL'EDUCAZIONE FINANZIARIA E ALLA CONSAPEVOLEZZA SUL CONSUMO SOSTENIBILE...

...al fine di formare **cittadini consapevoli e responsabili.**

Istruire alla finanza ha impatti positivi non solo sui singoli individui, ma sulla società nel suo complesso e per questo Findomestic ha deciso da tempo di erogare corsi specifici **sull'educazione finanziaria rivolti a tutti.**



Il sesto impegno punta a contribuire alla formazione di cittadini più consapevoli e responsabili attraverso azioni per facilitare l'accesso all'educazione finanziaria e la crescita della consapevolezza sul consumo sostenibile.

Per Findomestic ciò significa rendere accessibili per tutti - indipendentemente da fattori legati all'estrazione sociale, al reddito, all'età, al genere o all'etnia - gli strumenti per

condurre una vita consapevole e responsabile. Migliorare la comprensione dei prodotti finanziari e dei rischi finanziari, delle opportunità offerte dal mercato e, in generale, dotarsi di tutte le informazioni fondamentali per prendere decisioni economiche in modo consapevole, è infatti necessario per raggiungere e mantenere il proprio equilibrio finanziario ed avere un impatto positivo sul proprio Paese.

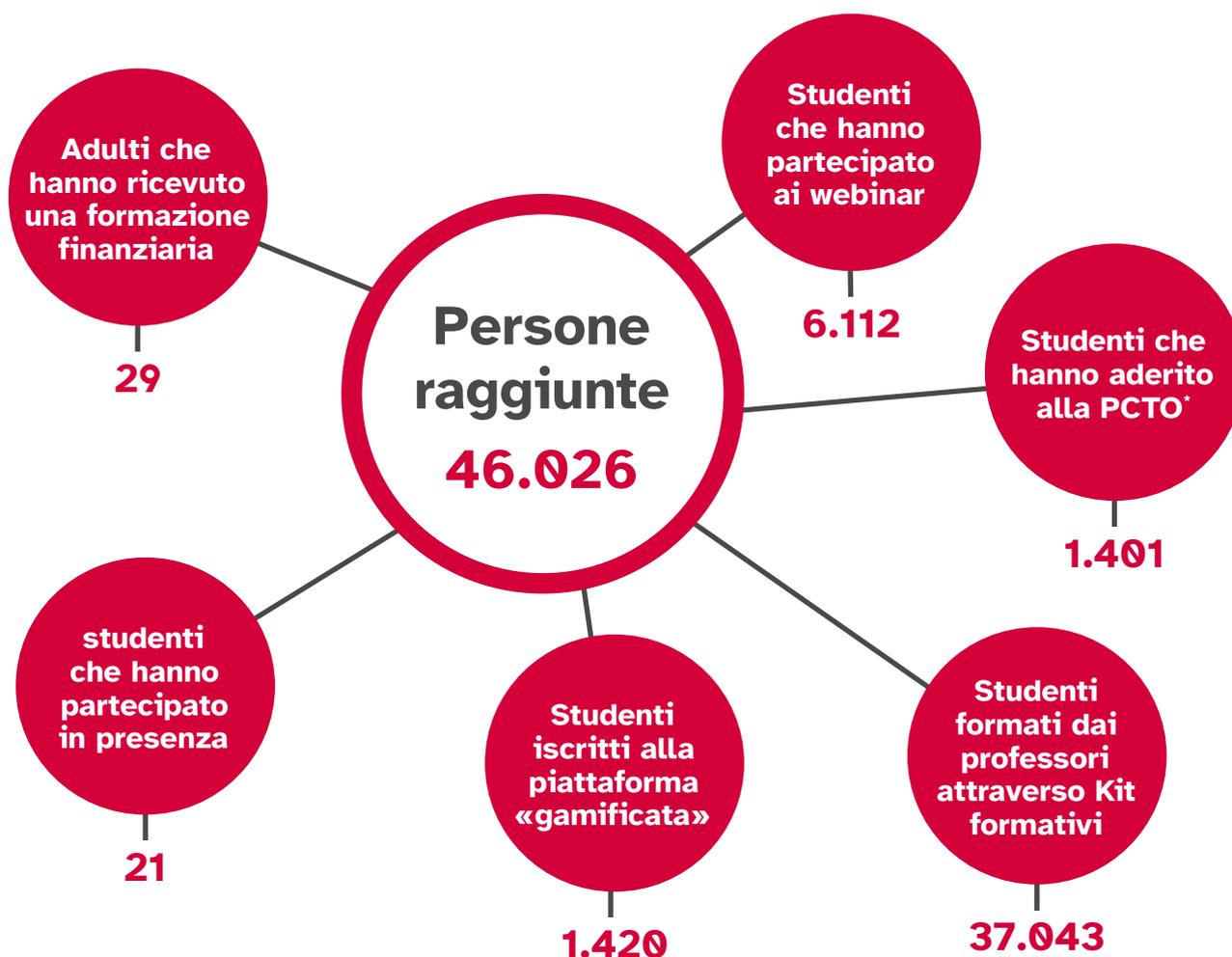
oltre **46** mila
persone raggiunte
 dai programmi
 di **educazione
 finanziaria e digitale**
 Vs 45.800 mila persone
 raggiunte nel 2021

EDUCAZIONE FINANZIARIA

Dal 2013 Findomestic investe in progetti che sono cresciuti nel tempo e ampliati nei target e nei contenuti, con i quali propone l'educazione finanziaria come strumento di informazione ed inclusione sociale. Si tratta dei due progetti "PerCorsi Young", rivolto ai ragazzi delle scuole secondarie e "PerCorsi People" rivolto a soggetti adulti più fragili.

Nel 2022 è stato anche implementato un sistema di monitoraggio delle partecipazioni alle iniziative con un aggiornamento settimanale e mensile delle iniziative. Questo permette di avere un riscontro costante con dati certi, univoci e tracciabili sulle scuole aderenti, le classi e i ragazzi partecipanti e la tipologia di attività di progetto.

PERSONE RAGGIUNTE DAI PROGRAMMI DI EDUCAZIONE FINANZIARIA^{29 30}



* PCTO = Percorso per le conoscenze trasversali e l'orientamento.

²⁹. Nel 2022, sono considerate il numero di persone che hanno ricevuto una o più attività educative, diviso fra studenti (45.997) e adulti (29). Le lezioni in presenza e in webinar sono state tenute dagli Ambassador Findomestic.

³⁰. Il metodo di calcolo è basato su una combinazione di dati stimati (numero studenti per classe raggiunta) e reali.

| Percorsi Young: l'educazione finanziaria rivolta ai più giovani

PerCorsi Young è il progetto di divulgazione dell'Educazione Finanziaria, giunto nel 2022 alla sua 9° edizione, rivolto a tutti i ragazzi delle scuole secondarie di secondo grado, portato avanti con l'obiettivo di sviluppare com-

petenze indispensabili affinché i giovani possano essere cittadini e consumatori più consapevoli, oggi e nel futuro. Questo è un progetto molto articolato e fruibile in diverse modalità.

LE ATTIVITÀ CHE FANNO PARTE DI PERCORSI YOUNG

LEZIONI DI EDUCAZIONE FINANZIARIA

Nell'anno scolastico 2021-2022, Findomestic ha proposto alle scuole dei kit formativi rivolti ai professori ed un palinsesto di 25 Webinar volti a presentare ed approfondire i temi chiave dell'educazione finanziaria. Oltre alle tradizionali lezioni sui principali concetti dell'educazione finanziaria, quali responsabilità, credito, pagamento rateale, solvibilità, gestione del budget familiare, Findomestic ha integrato nuove lezioni su temi di attualità, come le carte di credito, il sistema dei pagamenti, il piano di ammortamento di un prestito, il bilancio di esercizio e, non per ultimo, la sicurezza informatica, tema sempre più attuale. Il progetto è riuscito a coinvolgere, nel 2022, ben oltre 43.000 studenti. In aggiunta ai Webinar online, sono riprese anche le lezioni di educazione finanziaria 'in presenza' presso alcune scuole. Le lezioni, online o in presenza, sono rese possibili grazie coinvolgimento degli Ambassador Findomestic, dipendenti che si propongono volontari per svolgere le lezioni.

PERCORSO PER LE COMPETENZE TRASVERSALI E L'ORIENTAMENTO (PCTO)

A fine dicembre 2021 Findomestic ha lanciato un Percorso per le Competenze Trasversali e l'Orientamento, "Find Your Future", con l'obiettivo di mettere a disposizione dei giovani un percorso di orientamento sulle molteplici professioni verso cui potrebbero indirizzarsi all'interno di una Banca, da fruire online e conforme alle indicazioni del MIUR (Ministero dell'Istruzione e del Merito) da inserire nel Piano Triennale dell'Offerta Formativa. Il percorso offerto rilascia certificazione per 30 ore di formazione ed è dedicato ad approfondire la conoscenza dell'ecosistema-banca, la sua struttura e le sue professioni. All'interno dei moduli vengono proposti dei video in cui Manager e Ambassador dell'azienda raccontano la propria professione, illustrano le attività che svolgono nel loro lavoro quotidiano e trasmettono il loro know-how ai partecipanti. Nel 2022 hanno aderito 1.401 studenti.



www.percorsiyoung.it

Una piattaforma digitale, interattiva e internazionale, con video, quiz, un glossario interattivo, un gioco di simulazione della gestione del Budget (Your Budget Game). È composta da 3 moduli didattici, con una sezione specifica dedicata agli studenti, una agli insegnanti ed una alle famiglie. Nel 2022 si sono iscritti alla piattaforma oltre 1.400 studenti.

GLOBAL MONEY WEEK

La Global Money Week è la manifestazione internazionale dedicata all'alfabetizzazione finanziaria dei giovani fin dall'età prescolare, organizzata dall'OCSE dal 2012 nel mese di marzo, e coordinata in Italia dal Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria. Nel 2022 si è tenuta la decima edizione dal 22 al 28 marzo, dedicata al benessere e alla resilienza finanziaria dei giovani e Findomestic vi ha partecipato con il webinar speciale "focus bilancio di esercizio" e con la partecipazione ad un progetto Europeo organizzato da Personal Finance rivolto ad un target di studenti europei. In questo ambito ha contribuito con una lezione di educazione finanziaria e due "speed date" coinvolgendo un totale di 30 studenti e 3 Ambassador Findomestic.

FINDOMESTIC CAMP

Ogni anno, a conclusione del percorso formativo «PerCorsi Young», Findomestic organizza un concorso formativo di merito chiamato Findomestic Camp, giunto nel 2022 alla 9° edizione. Le classi vengono chiamate a sviluppare un elaborato su una precisa call to action, che nel 2022 è stato "Immaginate di essere il responsabile di una Banca o di un'impresa: quali iniziative proporreste per contribuire all'inclusione digitale finanziaria?" Gli elaborati pervenuti sono stati valutati da una giuria interna che ha stabilito gli 8 più interessanti in termini di pertinenza al tema, originalità, creatività, competenza nell'uso dei diversi canali di comunicazione.

I team selezionati sono stati quindi invitati all'evento Findomestic Camp, che ha avuto luogo il 27 maggio. 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.



| Percorsi People: l'educazione finanziaria rivolta alle categorie fragili

Fornire competenze di base di educazione finanziaria, finalizzate ad acquisire una consapevole e responsabile gestione del proprio budget e un'adeguata conoscenza degli strumenti di pagamento, sono elementi fondamentali nel processo di reinserimento sociale per chi ha vissuto la detenzione, il recupero dalla tossicodipendenza o altre situazioni di disagio sociale. Questo è l'obiettivo di PerCorsi People, progetto che nel 2022 amplia ulteriormente i suoi confini con nuovi beneficiari: nel corso dell'anno sono stati infatti realizzati percorsi dedicati alla comunità terapeutica di San Patrignano, ai detenuti del

Carcere Bollate di Milano, al Centro Antiviolenza Artemisia ed alla Fondazione Villa Maraini di Roma, percorsi erogati principalmente online, ma, negli ultimi mesi del 2022, anche in presenza. In totale sono stati organizzati 40 incontri.

Durante gli incontri i professionisti Findomestic non si sono limitati a condividere nozioni di educazione finanziaria, ma hanno coinvolto direttamente i partecipanti anche nell'utilizzo di strumenti digitali o nel migliorare le proprie doti di *Public Speaking*, perfezionando così il proprio profilo professionale.



L'EDUCAZIONE FINANZIARIA ALLA PORTATA DI UN CLIC

A completamento delle attività sul campo, Findomestic ha sviluppato il sito www.creditoresponsabile.it, un sito non-business con nuovi contenuti dedicati all'educazione finanziaria. Da esso è possibile anche l'accesso alla piattaforma www.percorsiyoung.it.

Nel 2022 il sito è stato arricchito con la sezione PerCorsi di Sostenibilità in cui Findomestic, sempre più sensibile ai temi ambientali, illustra concetti ed azioni con l'obiettivo generale di uno sviluppo sostenibile e di un equilibrio costante nel rapporto tra ambiente, economia e società.





IMPEGNO 7: 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.

A fianco alla formazione finanziaria, risulta sempre più determinante, per essere un **cittadino partecipe, critico ed informato**, avere anche specifiche competenze digitali.



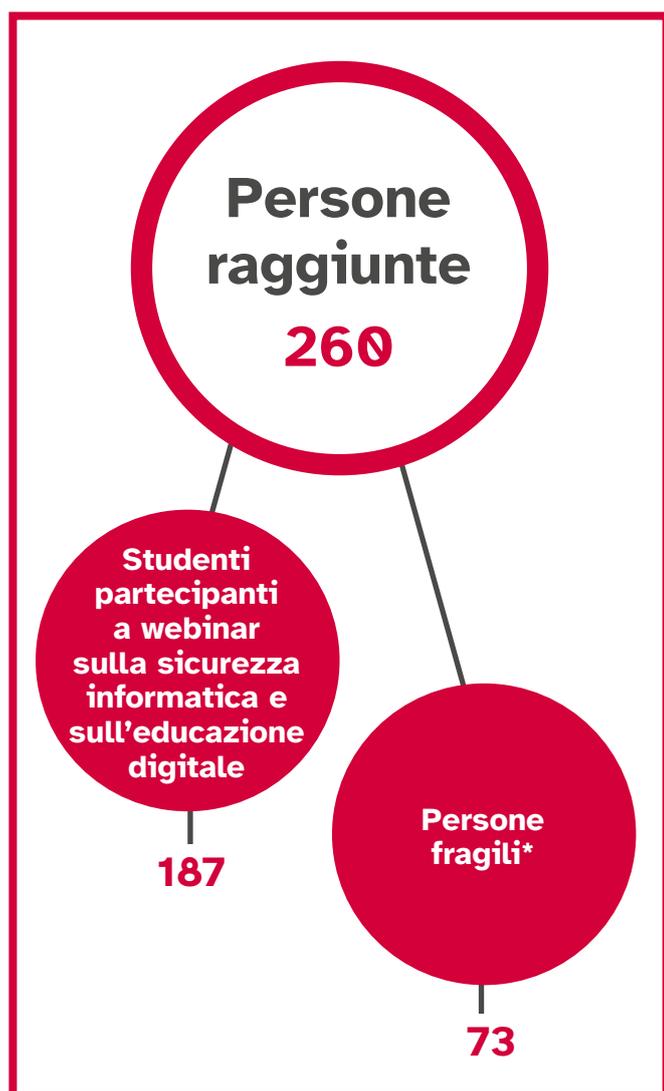
Il settimo impegno è stato individuato per rispondere alla puntuale esigenza emersa, soprattutto a seguito della pandemia da Covid-19, di fornire strumenti di comprensione della trasformazione digitale in atto a quelle categorie "fragili" che in ragione di una propria condizione di difficoltà, non hanno avuto modo di accedere a una educazione digitale.

In questo senso Findomestic si sta preoccupando di creare dei format formativi inclusivi capaci di permettere a tutti di beneficiare in maniera sicura e consapevole della digitalizzazione ed essere autonomi di fronte a questi nuovi strumenti nella propria quotidianità. Nel 2022, questi sono stati per lo più integrati con le proposte formative in ambito finanziario, ma già dal 2023, saranno erogate proposte specifiche per l'educazione digitale.

Ad esempio, nel 2022 si è cominciato a lavorare ad una integrazione del sito www.creditoresponsabile.it con una sezione Percorsi di Educazione Digitale con l'obiettivo di completarla nel 2023.

L'educazione digitale è poi affiancata anche da **misure di inclusività**; infatti, dare le competenze senza gli strumenti fisici su cui applicarle non permetterebbe di raggiungere gli obiettivi di miglioramento e crescita personale per i beneficiari. Pertanto, Findomestic nel 2022 ha anche messo a disposizione di enti e associazioni impegnate in campo sociale, quali Vicini di Strada, Artemisia, Istituto degli Innocenti e San Patrignano, i *device* dismessi dai propri uffici e debitamente resettati.

Le stesse iniziative di monitoraggio degli effetti generati dalle azioni educative adottate per l'educazione finanziaria sono state intraprese anche per quella digitale ed infatti, per verificare l'aumento delle competenze digitali nei soggetti destinatari delle attività formative e il miglioramento dell'accesso al mondo digitale sono stati individuati i seguenti indicatori:



* Per persone fragili si intende soggetti inseriti in un percorso di reinserimento sociale

308

Devices donati nel 2022 a Vicini di Strada, Artemisia, Istituto degli Innocenti e San Patrignano





IL SUPPORTO ALLE COMUNITÀ E AI TERRITORI

Nel 2022 Findomestic ha continuato ad impegnarsi con iniziative, senza fine di lucro, focalizzate in campo culturale, medico e sociale, attraverso contributi in denaro o natura per progetti destinati alla comunità, con impatto positivo sul territorio sia a livello locale che nazionale, anche in coerenza con le indicazioni del Gruppo. Quest'anno sono stati devoluti oltre € 630 mila, di cui € 435 mila in azioni di mecenatismo e €200 mila a supporto della Pandemia.

In concreto, le azioni di mecenatismo esprimono l'impegno profuso da Findomestic, **in ambito culturale, ambientale, di ricerca medica e nel campo sociale**, attraverso liberalità e/o erogazioni di denaro, sia ad enti senza scopo di lucro che ad enti le cui attività, pur perseguendo il profitto, hanno anche un evidente **fine sociale**.

Oltre alle elargizioni in denaro poi, quando possibile, Findomestic mette a disposizione di enti e associazioni impegnate in campo sociale arredi e device, debitamente resettati e smessi dai propri uffici. Ciò sia in ottica di inclusione digitale, ma anche di economia circolare e salvaguardia dell'ambiente.



oltre **630**
mila €
in azioni
di mecenatismo
a fini sociali, culturali
e ambientali
Vs 928 mila €
nel 2021 inclusi oltre
500 mila € a supporto
della pandemia

La scelta degli enti beneficiari è accentrata presso la Direzione Engagement, Media e Comunicazione, dove risiede l'unità RSI - Responsabilità sociale d'impresa - in accordo con l'Amministratore Delegato e nel rispetto delle politiche del Gruppo.

L'ente beneficiario propone a Findomestic un progetto o una attività, ben identificati nel contratto o nella lettera di intenti e per il quale si impegna ad utilizzare i fondi ricevuti.

Tutte le azioni intraprese, definite atti di mecenatismo, sono individuate ed approvate inoltre dall'Alta Direzione di Findomestic sia in fase preventiva che consuntiva come definito nella Politica interna "Gestione del Mecenatismo" che disciplina la materia. Questa prevede infatti che ogni anno il Consiglio di Amministrazione approvi le azioni intraprese ed il relativo budget. Le attività di mecenatismo confluiscono annualmente con le informazioni sulle liberalità del Gruppo BNP Paribas. Ogni ente beneficiario è inoltre oggetto di un controllo antecedente l'entrata in relazione.

Oltre che mediante un supporto finanziario, Findomestic si mette in gioco anche attraverso le azioni di volontariato dei suoi dipendenti e a tal fine, aderisce al programma di volontariato del Gruppo BNP Paribas **#1MillionHours2Help**.

1MILLIONHOURS2HELP

#1MillionHours2Help è il programma di volontariato di BNP Paribas che ambisce a promuovere il coinvolgimento in prima persona dei dipendenti del Gruppo in azioni pratiche per un mondo più giusto e più responsabile, anche da un punto di vista ambientale. Esso si basa su **4 driver**, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, **per generare un impatto sociale positivo sulla comunità:**

**GIOVANI E AZIONI
AD IMPATTO SOCIALE**

PROTEZIONE DELL'AMBIENTE

EDUCAZIONE FINANZIARIA

**INCLUSIONE
DIGITALE E SOCIALE**

Attività svolte nel 2022 dai dipendenti Findomestic

Findomestic ha contribuito all'obiettivo con circa 227 ore di volontariato messe a disposizione da parte dei suoi dipendenti nelle seguenti attività:

- **Educazione finanziaria** da parte degli Ambassador Findomestic, dipendenti che su base volontaria svolgono le lezioni di educazione finanziaria in Webinar o in presenza;
- **“Farmacia per i bambini”**, iniziativa nazionale per la sensibilizzazione sui diritti dei bambini e raccolta di farmaci e prodotti *babycare* per i bambini in povertà sanitaria;
- Volontariato presso le **postazioni ANT - Associazione Nazionale Tumori**, per le vendite di prodotti stagionali per la raccolta dei fondi e supporto nelle attività degli uffici locali ANT.

**L'OBIETTIVO
DI GRUPPO È DI
RAGGIUNGERE
1 MILIONE DI ORE
DI VOLONTARIATO,
SUDDIVISO IN DUE
ANNI, PER UN TOTALE
DI 500 MILA ORE
ALL'ANNO.**



circa **227** h
di volontariato

81
dipendenti
volontari di cui
48 Ambassador
per l'educazione
finanziaria

APPENDICE

CAPITOLO FINDOMESTIC BANCA: IL PROFILO

PARAGRAFO L'analisi di materialità di findomestic

| La lista dei temi materiali di Findomestic

Si riporta di seguito la lista dei temi materiali, individuati rispetto ai pilastri della Responsabilità di Findomestic ed agli impegni contenuti nel Manifesto. Per ciascun tema si riportano gli impatti identificati, i principali fattori impattati ed il livello di significatività:

I 3 PILASTRI DELLA RESPONSABILITÀ DI FINDOMESTIC	TEMATICHE RILEVANTI (E "ASPETTI MATERIALI" INDICATI DAI GRI STANDARDS)	PRINCIPALI IMPATTI RILEVATI	FATTORE IMPATTATO	SIGNIFICATIVITÀ
Impegno 1 - Creare un ambiente di lavoro sostenibile, equo ed inclusivo				
PILASTRO CIVICO	Salute e Sicurezza sul Lavoro (Occupational Health and Safety)	<ul style="list-style-type: none"> Aumento degli indici di monitoraggio dello stress lavoro correlato Diffusione della cultura del benessere 	Comunità Associazioni Dipendenti	Alta
	Benessere dei dipendenti (Training and Education)	<ul style="list-style-type: none"> Miglioramento del clima aziendale e della soddisfazione del personale 	Comunità Associazioni Dipendenti	Media
	Pari opportunità nei percorsi di carriera, diversità ed inclusione (Diversity and Equal Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> Azioni discriminatorie e disparità salariali con impatti negativi su persone, minoranze e sulla società Diffusione della cultura della diversity&inclusion e delle pari opportunità Miglioramento del clima aziendale e della soddisfazione del personale ³¹ 	Comunità Associazioni Dipendenti	Alta
	Sviluppo e coinvolgimento del personale (Employment)	<ul style="list-style-type: none"> Ascolto, valorizzazione e crescita delle persone (es. mobilità interna) Miglioramento del servizio erogato alla clientela Maggiore consapevolezza sui temi di sostenibilità verso i dipendenti 	Comunità Associazioni Dipendenti	Media
	Impegno 2 - Avere un impatto neutro sull'ambiente			
	Gestione degli impatti ambientali degli uffici di sede e degli uffici funzionali (Materials, Energy, Emissions)	<ul style="list-style-type: none"> Riduzione emissioni attraverso efficientamento energetico Aumento dell'utilizzo di energia da fonte rinnovabile Generazione di emissioni di CO₂ lungo la catena del valore (scope 3) e nello svolgimento delle attività d'impresa (scope 1 e 2) Generazione di emissioni di CO₂ derivanti dai viaggi di lavoro e dagli spostamenti casa lavoro Consumo di carta Riduzione dei rifiuti non destinati a riciclo 	Ambiente Comunità Dipendenti	Alta

31. L'impatto "Miglioramento del clima aziendale e della soddisfazione del personale" è stato valutato sia per il tema "Benessere dei dipendenti" che per il tema "Pari opportunità nei percorsi di carriera, diversità ed inclusione". Nel primo caso sono stati tenuti in considerazione gli effetti generati in termini di soddisfazione del personale derivante dalle attività formative e dalle progressioni di carriera; nel secondo caso sono stati tenuti in considerazione gli effetti generati in termini di miglioramento del clima aziendale e della qualità della vita dei dipendenti derivanti dalle iniziative che incentivano l'inclusione e le pari opportunità, quali lo smart-working, il part-time, ecc..

I 3 PILASTRI DELLA RESPONSABILITÀ DI FINDOMESTIC	TEMATICHE RILEVANTI (E "ASPETTI MATERIALI" INDICATI DAI GRI STANDARDS)	PRINCIPALI IMPATTI RILEVATI	FATTORE IMPATTATO	SIGNIFICATIVITÀ	
Impegno 3 – Favorire l'accesso ai nostri servizi finanziari a un numero maggiore di clienti					
PILASTRO ECONOMICO	Customer Advocacy (Marketing and Labeling)	<ul style="list-style-type: none"> Migliore customer experience 	Clienti Partner	Media	
	Gestione del credito e del contezioso	<ul style="list-style-type: none"> Difficoltà di ulteriore accesso al credito per i soggetti con una posizione creditoria critica Assistenza ai clienti per la prevenzione dal sovraindebitamento 	Clienti Associazioni	Media	
	Adeguatezza dei prodotti offerti e trasparenza verso i clienti (Marketing and Labeling)	<ul style="list-style-type: none"> Tutela del cliente, favorendo una maggiore fruibilità e comprensibilità dei documenti contrattuali da parte dei clienti Tutela del cliente, favorendo la maggiore fruibilità delle condizioni generali dei prodotti e dei servizi, per assicurare la scelta consapevole dei clienti 	Clienti Associazioni	Molto alta	
	Inclusione Finanziaria	<ul style="list-style-type: none"> Supporto erogato ai clienti fragili (es. clienti colpiti da eventi avversi imprevisi famiglie in difficoltà, under 30) e fornito nel rispetto della quota intangibile 	Clienti Comunità Associazioni	Media	
	Omnicanalità e prossimità al cliente (Local Communities)	<ul style="list-style-type: none"> Migliore accesso ai servizi finanziari 	Clienti Associazioni	Molto alta	
	Impegno 4 – Aiutare i nostri clienti a ridurre il loro impatto ambientale				
	Prodotti e servizi a valore sociale e ambientale (Product Portfolio)	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno ad iniziative con impatti positivi sociali e ambientali, tramite un adeguato portafoglio prodotti (es. finanziamenti per acquisto di mezzi di trasporto a ridotto impatto di emissioni) 	Clienti Associazioni Ambiente	Alta	
	Impegno 5 – Costruire una relazione duratura e inclusiva con i nostri stakeholder				
	Gestione responsabile della catena di fornitura (Procurement Practices)	<ul style="list-style-type: none"> Filiera responsabile, attenta agli aspetti socio-ambientali Rapporti commerciali integri, corretti e trasparenti 	Fornitori Ambiente	Molto alta	
	Trasversale				
	Privacy, sicurezza e protezione dei dati (Customer Privacy)	<ul style="list-style-type: none"> Violazione dei dati personali dei terzi gestiti dalla banca Aumento delle truffe digitali 	Clienti Associazioni	Media	
Innovazione e digitalizzazione dei processi (Materials)	<ul style="list-style-type: none"> Maggiore efficienza nell'uso delle risorse e riduzione degli impatti ambientali 	Clienti Ambiente	Alta		
Digitalizzazione dei prodotti e servizi (Materials)	<ul style="list-style-type: none"> Ottimizzazione dei servizi offerti Esclusione di fasce della clientela meno qualificate/»digitali» 	Clienti Ambiente Partner	Molto alta		
Continuità del business	<ul style="list-style-type: none"> Fruizione continuativa dei servizi per i clienti Continuità dei processi operativi 	Clienti Partner	Molto alta		
Prevenzione della corruzione (Anticorruption)	<ul style="list-style-type: none"> MAdozione di comportamenti corruttivi con impatti negativi sui clienti (es. erogazione dei prestiti) Adozione di comportamenti anticoncorrenziali tra banche ed istituti finanziari 	Partner Clienti Stato/enti pubblici	Bassa		

I 3 PILASTRI DELLA RESPONSABILITÀ DI FINDOMESTIC	TEMATICHE RILEVANTI (E "ASPETTI MATERIALI" INDICATI DAI GRI STANDARDS)	PRINCIPALI IMPATTI RILEVATI	FATTORE IMPATTATO	SIGNIFICATIVITÀ
<p>Impegno 6 – Contribuire all’educazione finanziaria e alla consapevolezza sul consumo sostenibile Impegno 7 – Contribuire a una migliore educazione ed inclusione digitale</p>				
<p>PILASTRO SOCIALE</p> 	<p>Educazione finanziaria (Marketing and Labeling)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento della cultura finanziaria nei soggetti destinatari delle attività formative • Aumento del livello di consapevolezza nelle scelte consumo secondo criteri di sostenibilità • Miglioramento dell’accesso ai device digitali • Aumento delle competenze digitali per chi non le possiede • Mancata/Carente diffusione della cultura finanziaria 	<p>Clienti Comunità Associazioni</p>	<p>Media</p>
	<p>Supporto/contributo ai territori e alle comunità (Indirect Economic Impacts)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del livello di diffusione delle proposte culturali supportate • Miglioramento del benessere delle comunità beneficiarie 	<p>Comunità</p>	<p>Media</p>

Si segnalano le seguenti variazioni rispetto all’analisi di materialità 2021:

- il tema “Omicanalità e Prossimità al cliente” recepisce interamente il tema “Prossimità al cliente” e lo integra con il concetto di omnicanalità, quale strumento per incrementare i punti di contatto con il cliente;
- il tema “Gestione degli impatti ambientali” recepisce interamente i temi “Gestione degli impatti ambientali degli uffici di sede e degli uffici funzionali” e “Mobilità sostenibile”;
- il tema “Gestione responsabile del credito e del contenzioso” è stato scorporato dalla Customer Advocacy;
- il tema “Collaborazione con le Istituzioni” è stato eliminato dalla lista dei temi materiali in quanto è considerato, nell’ambito dello stakeholder engagement, un prerequisito.



Si sottolinea, inoltre, che nella definizione dei temi materiali vi sono alcuni aspetti che sono considerati precondizioni per operare e sono pertanto valutati come molto rilevanti:

- attenzione al rispetto della normativa applicabile nello svolgimento delle proprie attività;
- sistema di governance trasparente ed efficace a supporto della gestione amministrativa;
- creazione di valore economico sostenibile per tutti gli stakeholder.

TABELLA DI RACCORDO TRA TEMI MATERIALI E SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

TEMI MATERIALI	1 SOTTOSVILUPPO LAVORATORI	2 CAMPIONI LIMPI	3 SALUTE BENESSERE	4 EGUAGLIANZA DIGITALE	5 PARITÀ DI GENERE	6 ACQUA PULITA ENERGIA PULITA	7 ENERGIA PULITA	8 LAVORO DECENTE E CROSCITA ECONOMICA	9 INDUSTRIE INNOVATIVE E INFRASTRUTTURE	10 RIFORME DEI MERCATI	11 CITTÀ E COMUNITÀ RESILIENTI	12 CONSUMI RISPARMIOSI E RESPONSABILI	13 LUTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	14 VITA SOTT'ACQUA	15 VITA SULLA TERRA	16 PAZIENZA E CITTADINANZA GLOBALE	17 PARTECIPAZIONE PER I OBIETTIVI
Continuità del business																	
Omnicanalità e Prossimità al cliente																	
Adeguatezza dei prodotti offerti e trasparenza verso i clienti																	
Digitalizzazione dei prodotti e servizi																	
Gestione responsabile della catena di fornitura																	
Pari opportunità nei percorsi di carriera, diversità ed inclusione																	
Salute e sicurezza sul lavoro																	
Gestione degli impatti ambientali																	
Innovazione e digitalizzazione dei processi																	
Prodotti e servizi ad impatto sociale e ambientale																	
Sopporto/contributo ai territori e alle comunità																	
Benessere dei dipendenti																	
Sviluppo e coinvolgimento del personale																	
Customer Advocacy																	
Inclusione finanziaria																	
Privacy, Sicurezza e protezione dei dati																	
Educazione finanziaria, inclusione digitale e azioni per la consapevolezza sul consumo sostenibile																	
Gestione responsabile del credito e del contenzioso																	
Prevenzione della corruzione																	

PARAGRAFO

La governance della Banca



IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE (situazione al 31/12/2022)

NOME E COGNOME	ETÀ	GENERE	INCARICO	DATA DI PRIMA INCARICO NOMINA E DURATA DELLA CARICA	ESECUTIVO / NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE /NON INDIPENDENTE	NUMERO DI ALTRI INCARICHI	COMPETENZE RILEVANTI PER GLI IMPATTI ESG ³²
Andrea Munari	>50	M	PRESIDENTE	28/01/2016 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	3	DI BASE/BUONO
Chiaffredo Salomone	>50	M	VICE PRESIDENTE	11/12/2009 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	1	DI BASE/BUONO
Gilles Zeitoun	>50	M	AMMINISTRATORE DELEGATO E DIRETTORE GENERALE	22/04/2023 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	0	DI BASE/BUONO
Jany Gerometta	>50	M	CONSIGLIERE	25/01/2019 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	1	MOLTO BUONO/DISTINTIVO
Gianluca Luigi Carlo Masciadri	>50	M	CONSIGLIERE	29/10/2021 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	1	DI BASE/BUONO
Pascale Dufourcq in Denner ³³	>50	F	CONSIGLIERA	29/10/2021 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	1	MOLTO BUONO/DISTINTIVO
Jean Deullin	>50	M	CONSIGLIERE	19/07/2019 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	1	BUONO/MOLTO BUONO
Margherita Mapelli	>50	F	CONSIGLIERA	22/04/2021 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	2	DI BASE/BUONO
Mia Rinetti	>50	F	CONSIGLIERA	22/04/2021 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	2	DI BASE/BUONO

32. Il livello di competenza su tematiche ESG fa riferimento a quello indicato nella Dichiarazione Sostitutiva trasmessa all'atto di nomina.

33. Il nome per esteso è Pascale, Charlotte, Eugénie, Prudence Dufourcq in Denner.

I COMITATO RISCHI E CONTROLLO INTERNO (situazione al 31/12/2022)

NOME E COGNOME	ETÀ	GENERE	INCARICO	DATA DI PRIMA INCARICO NOMINA E DURATA DELLA CARICA	ESECUTIVO / NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE /NON INDIPENDENTE	NUMERO DI ALTRI INCARICHI	COMPETENZE RILEVANTI PER GLI IMPATTI ESG
Jean Deullin	>50	M	COORDINATORE	19/07/2019 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	1	BUONO/ MOLTO BUONO
Chiaffredo Salomone	>50	M	CONSIGLIERE	11/12/2009 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	1	DI BASE/ BUONO
Margherita Mapelli	>50	F	CONSIGLIERA	22/04/2021 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	2	DI BASE/ BUONO

IL COMITATO NOMINE (situazione al 31/12/2022)

NOME E COGNOME	ETÀ	GENERE	INCARICO	DATA DI PRIMA INCARICO NOMINA E DURATA DELLA CARICA	ESECUTIVO / NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE /NON INDIPENDENTE	NUMERO DI ALTRI INCARICHI	COMPETENZE RILEVANTI PER GLI IMPATTI ESG
Mia Rinetti	>50	F	COORDINATRICE	22/04/2021 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	2	BUONO/ MOLTO BUONO
Jean Deullin	>50	M	COORDINATORE	19/07/2019 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	1	BUONO/ MOLTO BUONO
Jany Gerometta	>50	M	CONSIGLIERE	25/01/2019 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	1	MOLTO BUONO/ DISTINTIVO

IL COMITATO REMUNERAZIONI (situazione al 31/12/2022)

NOME E COGNOME	ETÀ	GENERE	INCARICO	DATA DI PRIMA INCARICO NOMINA E DURATA DELLA CARICA	ESECUTIVO / NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE /NON INDIPENDENTE	NUMERO DI ALTRI INCARICHI	COMPETENZE RILEVANTI PER GLI IMPATTI ESG
Margherita Mapelli	>50	F	CONSIGLIERA	22/04/2021 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	2	DI BASE/ BUONO
Jean Deullin	>50	M	COORDINATORE	19/07/2019 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	INDIPENDENTE	1	BUONO/ MOLTO BUONO
Jany Gerometta	>50	M	CONSIGLIERE	25/01/2019 - approvaz. Bilancio al 31/12/2023	NON ESECUTIVO	NON INDIPENDENTE	1	MOLTO BUONO/ DISTINTIVO

IL COLLEGIO SINDACALE (situazione al 31/12/2022)

NOME E COGNOME	INCARICO
Claudia Cattani	PRESIDENTE
Francesco Mancini ³⁴ Anna Lenarduzzi	SINDACI EFFETTIVI
Guido Cinti Giorgio Garolfi	SINDACI SUPPLEMENTI

34. In carica dal 17/09/2021, in sostituzione di Roberto Santagostino

PARAGRAFO

Il contributo economico agli stakeholder

PRODUZIONE DEL VALORE ECONOMICO (MGL/€) ³⁵	2022	2021	VARIAZIONE %
Margine di interesse	1.023.999	1.033.484	-1%
Commissioni nette	44.722	96.438	-54%
Dividendi e proventi simili	6	31	-81%
Utile (perdita) da cessione o riacquisto	-58.392	-69.487	-16%
Risultato netto dell'attività di negoziazione	-53.921	-6.621	714%
Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al fair value con impatto a conto economico	-86	0	100%
Margine di intermediazione	956.327	1.053.864	-9%
Rettifiche/riprese di valore nette per rischio di credito	-238.521	-176.368	35%
Utili/perdite da modifiche contrattuali senza cancellazioni	-3.866	-9.865	-61%
Risultato netto della gestione finanziaria	713.941	867.613	-18%
Altri oneri/proventi di gestione	9.781	23.115	-58%
Utili (Perdite) da cessione di investimenti	72	-6	1.396%
Valore economico generato	723.794	890.772	-19%

DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO (MGL/€)	2022	2021	VARIAZIONE %
Altre spese amministrative (al netto di imposte indirette ed elargizioni/liberalità)	174.273	165.609	5%
Fornitori	174.273	165.609	5%
Contributi fondi regolamentari	9.603	10.741	-11%
Spese per il personale	207.799	201.468	3%
Dipendenti	207.799	201.468	3%
Utile attribuito agli azionisti	137.156	215.097	-36%
Azionisti	137.156	215.097	-36%
Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse	33.420	33.488	-0%
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	22.704	85.650	-73%
Stato ed Enti locali	56.125	119.138	-53%
Collettività	424	326	30%
Valore economico distribuito	585.380	712.380	-18%
Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	16.466	92.176	-82%
Rettifiche/riprese di valore nette su attività materiali	9.663	10.155	-5%
Rettifiche/riprese di valore nette su attività immateriali	14.613	13.390	9%
Utili (Perdite) delle partecipazioni	267	341	-22%
Variazione delle imposte sul reddito anticipate e differite	39.156	69.242	-43%
Utile destinato a riserve	82.063	4.134	1.885%
Valore economico trattenuto	41.009	116.062	-65%

35. Nota: le eventuali mancate quadrature delle ultime cifre nelle tabelle seguenti sono dovute ad arrotondamenti.



CAPITOLO PILASTRO CIVICO

PARAGRAFO

Chi sono i dipendenti di Findomestic



Numero di dipendenti suddivisi per area geografica e per genere

TOTALE DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA E PER GENERE	2022	2021	2020
Nord	459	465	465
<i>di cui donne</i>	55%	56%	57%
Centro³⁶	1.759	1.698	1.732
<i>di cui donne</i>	52%	53%	53%
Sud e Isole	569	562	566
<i>di cui donne</i>	53%	52%	51%
TOTALE	2.787	2.716	2.763

Numero di dipendenti suddivisi per area di inquadramento e per genere

NUMERO DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER AREA DI INQUADRAMENTO E PER GENERE	2022	2021	2020
Aree professionali	1.985	1.960	2.048
<i>di cui donne</i>	61%	61%	60%
Quadri	747	703	664
<i>di cui donne</i>	34%	33%	33%
Dirigenti	55	53	51
<i>di cui donne</i>	25%	21%	16%
TOTALE	2.787	2.716	2.763
<i>di cui donne</i>	53%	53%	53%

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

PARAGRAFO

La selezione del personale

Assunzioni e cessazioni

NUMERO DI ASSUNZIONI PER CONTRATTO E GENERE	2022	2021	2020
Assunzioni con contratto a tempo indeterminato	89	30	41
<i>di cui donne</i>	35%	33%	44%
Assunzioni con contratto a tempo determinato	394	297	275
<i>di cui donne</i>	49%	54%	60%
TOTALE	483	327	316
<i>di cui donne</i>	47%	52%	58%

NUMERO DI ASSUNZIONI PER CONTRATTO E GENERE	2022	2021	2020
< 25	33	93	45
da 25 a 29	288	156	201
da 30 a 34	134	70	66
da 35 a 40	14	4	1
> 40	14	4	3
TOTALE	483	327	316

NUMERO DI ASSUNZIONI PER SUDDIVISIONE TERRITORIALE	2022	2021	2020
Nord	110	78	53
Centro	269	171	180
Sud e Isole	104	78	83
TOTALE	483	327	316

NUMERO DI CESSAZIONI PER CONTRATTO E GENERE	2022	2021	2020
Cessazioni di contratti a tempo indeterminato	43	50	21
<i>di cui donne</i>	40%	24%	43%
Cessazioni di contratti a tempo determinato	363	329	315
<i>di cui donne</i>	50%	55%	61%
TOTALE	406	379	336
<i>di cui donne</i>	49%	51%	60%

NUMERO DI CESSAZIONI PER CONTRATTO E GENERE	2022	2021	2020
Dimissioni volontarie	101	88	59
<i>di cui donne</i>	39%	31%	54%
Scadenza contratto	286	282	267
<i>di cui donne</i>	70%	55%	62%
Passaggio ad altra Società del Gruppo	4	0	0
<i>di cui donne</i>	100%	0%	0%
Licenziamento	0	1	0
<i>di cui donne</i>	0%	0%	0%
Non superamento periodo prova	14	7	9
<i>di cui donne</i>	36%	57%	44%
Decesso	1	1	1
<i>di cui donne</i>	0%	100%	100%
TOTALE	406	379	336

NUMERO DI CESSAZIONI PER FASCIA DI ETÀ	2022	2021	2020
< 25	35	59	36
da 25 a 29	244	190	230
da 30 a 34	101	95	56
da 35 a 40	4	6	1
> 40	22	29	13
TOTALE	406	379	336

NUMERO DI CESSAZIONI PER SUDDIVISIONE TERRITORIALE	2022	2021	2020
Nord	90	77	62
Centro	217	195	176
Sud e Isole	99	107	98
TOTALE	406	379	336

TASSO DI TURNOVER	2022	2021	2020
Tasso di turnover	15%	14,0%	12,2%

PARAGRAFO

La valutazione del personale e lo sviluppo professionale

Evoluzione delle carriere

EVOLUZIONE DELLE CARRIERE	2022	2021	2020
Totale numero di avanzamenti di livello	313	291	275
<i>di cui donne</i>	53%	54%	42%
Totale numero di passaggi di categoria (da aree professionali a quadri direttivi)	38	51	52
<i>di cui donne</i>	53%	35%	31%
Totale nomine di dirigenti provenienti da percorsi di carriera interni	4	0	0
<i>di cui donne</i>	50%	0%	0%

PARAGRAFO

La formazione

Ore di formazione erogate e media pro-capite di ore di formazione

ORE DI FORMAZIONE PER AREE DI INQUADRAMENTO	2022	2021	2020
Aree professionali	92.654	89.442	73.953
Quadri	33.264	30.762	22.298
Dirigenti	3.668	2.785	2.232
TOTALE	129.577	122.989	98.483

ORE DI FORMAZIONE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO	2022	2021	2020
Contratti a tempo indeterminato	111.327	104.887	78.792
Contratti a tempo determinato	18.250	18.112	19.691
TOTALE	129.577	122.989	98.483

ORE DI FORMAZIONE PER GENERE	2022	2021	2020
Donne	66.446	65.631	53.727
Uomini	63.131	57.358	44.756
TOTALE	129.577	122.989	98.483

ORE DI FORMAZIONE PER SEDE DI LAVORO	2022	2021	2020
Agenzie commerciali	40.848	46.222	35.581
Uffici operativi	36.955	26.132	24.117
Rete account	10.128	9.799	6.238
Direzione centrale, sede e uffici operativi di Firenze	41.646	40.837	32.546
TOTALE	129.577	122.989	98.483

MEDIA PRO-CAPITE DELLE ORE DI FORMAZIONE	2022	2021	2020
Media pro-capite delle ore di formazione	42,2	40,8	32,7
di cui donne	40,5	41,3	33,3

PARAGRAFO

Equa retribuzione del personale

I benefit a favore dei dipendenti

TIPO DI BENEFIT	PREVISTO PER:				AMMONTARE 2022
	CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO	CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO	FULL TIME	PART TIME	
Polizza infortuni	X	X	X	X	€ 662.391,46
Polizza sanitaria	X	-	X	X	€ 2.195.114,39
Fondo pensione	X	X (per contratti di durata pari o superiore a 5 mesi)	X	X	€ 5.457.400
Polizza vita dipendenti	X	-	X	X	€ 97.616,73
Contributo mutui dipendenti	X	-	X	X	€ 1.570.898
Contributo finanziamenti dipendenti	X	-	X	X	-

PARAGRAFO

La salute e sicurezza in Findomestic

Numero e Tasso d'infortuni sul lavoro

INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI	2022	2021	2020
Numero infortuni sul lavoro registrabili (esclusi itinere)	4	6	4
Numero infortuni sul lavoro registrabili con gravi conseguenze (esclusi itinere)	0	0	0
Numero di decessi	0	0	0
Numero di ore lavorate	4.074.227,64	4.187.225	4.194.449
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0,98	1,43	0,95
Giorni persi per infortuni sul lavoro	26	140	62
Indice di gravità degli infortuni sul lavoro	0,05	0,25	0,11

ASSENZE PER ADDETTO (GIORNI MEDI)	2022	2021	2020
Malattia	8,19	5,61	6,42
Maternità (obbligatoria, facoltativa, allattamento)	5,16	3,99	4,52
Permessi sindacali	1,33	1,30	1,23
Permessi retribuiti (visite mediche, etc.)	2,31	2,40	3,09
Permessi non retribuiti/aspettativa	0,36	0,58	0,76
Altre assenze (congedi matrimoniali, per studio, etc.)	0,48	0,35	0,25
Scioperi	0,00	0,01	0,00
TOTALE	18	14	16

Nota: Si segnala che nel corso dell'anno 2022 non si sono riscontrate malattie professionali e che il numero di infortuni in itinere è stato 12 (1 in più rispetto al 2021), con un numero di giorni di assenza pari a 102.

PARAGRAFO

La gestione efficiente del patrimonio immobiliare

Superficie occupata dai siti Findomestic

SUPERFICIE OCCUPATA DAI SITI ³⁷	2022	2021	2020
Numero sedi	8	13	12
di cui superficie totale (mq)	19.420	18.458	18.740
Numero sedi distaccate	90	90	91
di cui superficie totale (mq)	27.730	23.810	23.448
Totale Siti	98	103	103
Totale Superficie (mq)	47.170	42.268	42.188

³⁷. Nota: per il calcolo dei dati relativi alla superficie occupata nel 2022 è stato utilizzato il criterio della superficie lorda e non della superficie netta. Inoltre, i dati si riferiscono al periodo dal 1/10/2019 al 30/09/2020

PARAGRAFO

I consumi di risorse

Consumi energetici e consumi di carta

CONSUMI DI RISORSE ³⁸	2022	2021	2020
Energia Elettrica (KWh)	5.875.158	5.976.492	5.819.660
Metano (m ³)	130.096	156.562	141.552
Gasolio (L)	300	208	218
Acqua (m ³)	33.457	40.563	55.567

CONSUMI DI CARTA (ton) ³⁷⁹	2022	2021	2020
Carta per uso interno	17	19	39
<i>di cui certificata</i>	17	19	39
Carta per i clienti	486	478	557
<i>di cui certificata</i>	486	459	522
Altra carta (buste, etc.)	114	125	121
<i>di cui certificata</i>	112	120	116
Totale	617	622	717
<i>di cui certificata</i>	99,64%	96,10%	94,40%

PARAGRAFO

Le emissioni atmosferiche

Emissioni di CO₂ e

EMISSIONI DA TRASPORTI (t CO ₂ e) ⁴⁰	2022	2021	2020
Auto	952	1.205	837
Aereo	126	15	175
Treno	53	4	66
TOTALE	1.131	1.224	1.079

EMISSIONI DA CONSUMI DI ENERGIA (t CO ₂ e) ⁴¹	2022	2021	2020
Metano	262	319	287
Gasolio	1	1	1
Energia Elettrica	0	0	0
TOTALE	263	320	288

MEDIE EMISSIONI RIFERITE ALLA FLOTTA AZIENDALE ⁴²	2022	2021	2020
Media g CO ₂ e/km	111	110	108
Media kg CO ₂ e unitario	2.929	2.872	2.564

38. Nota: i dati si riferiscono al periodo dal 1/10/2021 al 30/09/2022

39. Il consumo di acqua è calcolato sulla base dei consumi indicati all'interno delle fatture del fornitore di acqua.

40. I dati relativi all'anno 2021 sono stati oggetto di re-statement in ragione del perfezionamento del sistema di rendicontazione.

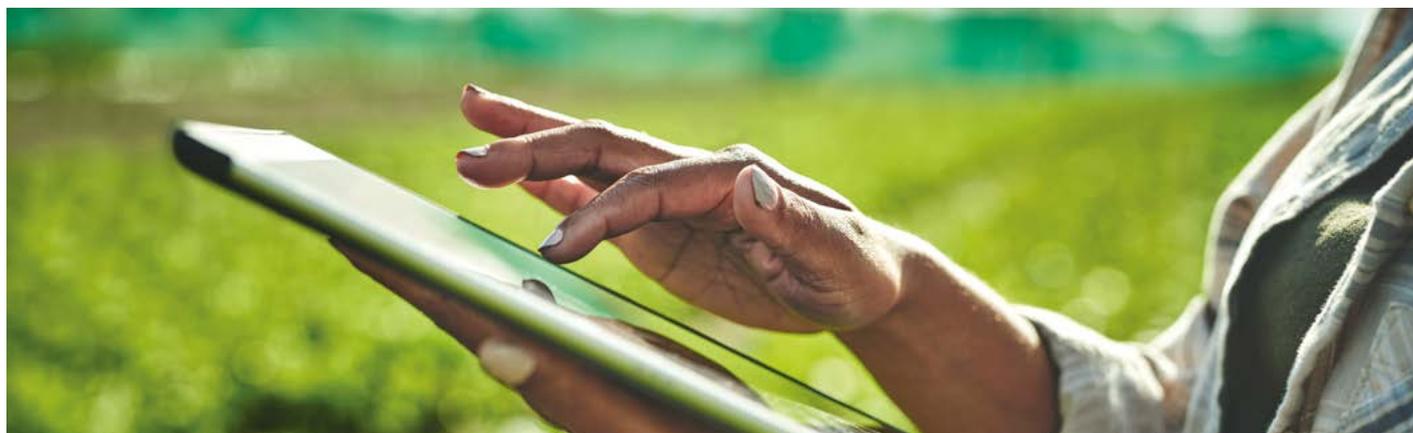
41. Nota: i dati si riferiscono al periodo dal 1/10/2021 al 30/09/2022

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

CAPITOLO PILASTRO SOCIALE

PARAGRAFO

Il supporto alle comunità e ai territori



Le attività filantropiche di Findomestic

AMBITO: CULTURA, ARTE E MUSICA

BENEFICIARIO	TIPOLOGIA DI SUPPORTO: FINANZIARIO
Gruppo P.R.G. (Obi Hall - Tuscany Hall, Mandela Forum, MUSART)	Supporto per la stagione Teatrale e Musicale 2022
Antico Teatro Pagliano - Teatro Verdi	Supporto per la stagione Teatrale 2022
Fondazione Maggio Musicale Fiorentino	Supporto per la stagione Teatrale 2022
Lo schermo dell'arte Film Festival	Supporto manifestazioni legate al mondo del cinema
France Odeon - Festival del Cinema Francese	Supporto manifestazioni legate al mondo del cinema
Fondazione Palazzo Strozzi	Sostegno mostre ed esposizioni

AMBITO: SOCIO-SANITARIO

BENEFICIARIO	TIPOLOGIA DI SUPPORTO: FINANZIARIO
ANT	Organizzazione di visite di prevenzione contro il melanoma e di tumori alla tiroide, testicoli e mammella per i dipendenti Findomestic di Firenze, Padova, Milano, Catania, Roma e Napoli.
Corri La VITA 2022	Sostegno al Centro di Riabilitazione oncologica ISPRO-LILT di cui Corri la Vita è promotore.
Telethon maratona 2022	Partecipazione alla Maratona in TV di Fondazione Telethon (dicembre 2022) il cui obiettivo è la raccolta fondi per la ricerca e la cura delle malattie genetiche rare.
WellMarkers	Programma di rewarding di WellMakers, del Gruppo BNP Paribas, volto ad incentivare comportamenti virtuosi dei dipendenti, promuovendo l'acquisto di specifici prodotti a catalogo, per i quali, una parte del margine viene devoluta alle Onlus segnalate nel programma.
Girotondo per Sempre - CIEMMESSE	Progetto di acquisto di un telescopio Leika, macchinario specifico segnalato dall'ospedale stesso.
Medici Senza Frontiere	Supporto ASL Roma 2 e ASL Palermo, nell'organizzazione di giornate dedicate alla campagna vaccinale per persone non iscritte al Sistema Sanitario Nazionale.

AMBITO: SOCIALE ED AMBIENTALE

BENEFICIARIO	TIPOLOGIA DI SUPPORTO: FINANZIARIO
Artemisia	Sostegno al Progetto Case di Autonomia; erogazione alle ospiti del centro di un corso di educazione finanziaria e digitale.
Centro Allenamento - Scandicci Firenze	Il contributo per creazione di spazi dove poter svolgere attività per i soci della cooperativa, per il rilassamento mentale e fisico e la prevenzione del burnout.
Fondazione Rava NPH Italia Onlus	Sostegno, sia economico che con attività di volontariato, al progetto "Farmacia per i bambini", iniziativa nazionale per la sensibilizzazione sui diritti dei bambini e raccolta di farmaci e prodotti baby care per i bambini in povertà sanitaria.
Regalo solidale	Devoluzione del regalo di Natale dei dipendenti ad associazioni no profit segnalate dagli stessi. Tra queste sono state estratte 9. Se ne è aggiunta una decima, a seguito del progetto «Puzzle della Sostenibilità» dell'Associazione Marta Cappelli.
SAVE THE CHILDREN	Supporto al progetto Profughi Ucraini, che fornisce un presidio di accoglienza e primo soccorso, distribuzione cibo, acqua, beni di prima necessità, prevenzione sanitaria Covid-19 e attività educative ai minori presso Istituto Innocenti Firenze.
Villa Maraini	Sostegno sia in termini economici che di erogazione di un programma di educazione finanziaria /digitale, con format ad hoc, studiato per coinvolgere gli ospiti della struttura. Sostegno per ampliamento spazi ricreativi e sportivi per garantire la fruizione degli spazi esterni della Fondazione a causa delle restrizioni derivanti dalle misure di contenimento a seguito della pandemia da Covid- 19.
I bambini delle fate ed il Centro Allenamento	Contributo mensile erogato all'organizzazione I bambini delle Fate che poi viene devoluto al Centro Allenamento di Scandicci (FI).
Piaggeliadi Polisportiva Firenze Ovest	Sostegno 27° edizione delle Piaggelaidi svolta a Maggio 2022 e conclusa con l'assegnazione in Palazzo Vecchio, di premi e borse di studio.
Cooperativa Ulisse	Rapporto continuativo, mediante contratto biennale, per manutenzione ordinaria e straordinaria al parco bike di Findomestic, iniziativa di bike sharing per i dipendenti Findomestic con la Cooperativa Ulisse, presso il Carcere di Sollicciano.
WWF Italia	Sostegno delle Oasi WWF in Italia a seguito di un'iniziativa di gamification svolta a gennaio 2022 dal Marketing clienti.
Fare x Bene	Sostegno per assegnazione di 225 device alle scuole segnalate dal comune di Firenze, tra quelle più in difficoltà nel periodo di pandemia da Covid-19.
San Patignano	Sostegno per assunzione Direttore Sanitario (3 mezze giornate settimanali) e 1 infermiera/e professionale (full time) per l'anno 2022.

BENEFICIARIO	TIPOLOGIA DI SUPPORTO: DONAZIONI DI BENI
Bambini del deserto	Donazione di arredi e giochi ricavati a seguito delle attività di team building.
Oratorio	Donazione di arredi.
Vicini di Strada	Donazione di device.
Artemisia	Donazione di device.
Istituto degli Innocenti	Donazione di arredi e di device.
San Patignano	Donazione di arredi e di device.

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Di seguito è illustrato l'indice dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità "in conformità" con gli Standard GRI (Global Reporting Initiative) applicabili a Findomestic per il Fiscal Year 2022. Per questo anno nessun Sector Standard pubblicato è applicabile a Findomestic.

GRI ID	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA O INFORMATIVA	OMISSIONI*	SDGS
GRI 2: GENERAL DISCLOSURES 2021				
L'ORGANIZZAZIONE E LE SUE PRATICHE DI REPORTING				
2-1	Dettagli dell'organizzazione	retro copertina		
2-2	Entità incluse nel report di sostenibilità	5		
2-3	Periodo di reporting, frequenza e punti di contatto	5		
2-4	Revisione delle informazioni	37; 109		
2-5	Assurance esterna	Il Bilancio di Sostenibilità di Findomestic non è soggetto ad assurance		
ATTIVITÀ E LAVORATORI				
2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	8-10		
2-7	Dipendenti	36-39		
2-8	Lavoratori che non sono dipendenti	36		 
GOVERNANCE				
2-9	Struttura e composizione degli organi di governo	14-16; 100-101		 
2-10	Nomina e selezione del più alto organo di governo	15		 
2-11	Presidenza del più alto organo di governo	14-15		
2-12	Ruolo del più alto organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	16-18		
2-13	Delega delle responsabilità per la gestione degli impatti	16-18		

* Per le omissioni si fornisce l'informativa omessa, il motivo e la spiegazione.

2-14	Ruolo del più alto organo di governo nell'attività di reporting di sostenibilità	Il Consiglio di Amministrazione non è responsabile dell'approvazione e della revisione della rendicontazione di sostenibilità		
2-15	Conflitto d'interesse	14-15		
2-16	Comunicazione delle criticità	14		
2-17	Conoscenze del più alto organo di governo	14-15; 100-101		
2-18	Valutazione delle performance del più alto organo di governo	14-15		
2-19	Politiche di remunerazione	46-47		
2-20	Processo per determinare la remunerazione	46-47		
2-21	Rapporto sulla remunerazione totale annua	46-47		

STRATEGIA, POLITICHE E PRATICHE

2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	2-3		
2-23	Impegno in termini di policy	19-26		
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	19-26; 72-74; 84		
2-25	Processo per rimediare agli impatti negati	23-26		
2-26	Meccanismo per richiedere consigli o per sollevare reclami	49		
2-27	Compliance con la legge e i regolamenti	Nell'anno fiscale 2022, è stata sostenuta una sanzione relativa all'ispezione condotta da Banca d'Italia e conclusa nel 2021 in materia di trasparenza.	Si specifica che non è stato rendicontato il valore monetario della sanzione pagata (<i>requirement b</i>) per vincoli di riservatezza.	

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

2-28	Appartenenza ad associazioni	72-75		
2-29	Approccio allo stakeholder engagement	72-75		
2-30	Adesione alla contrattazione collettiva	50 - È applicato il contratto collettivo di categoria a tutti i dipendenti di Findomestic.		

GRI 3: TEMI MATERIALI 2021

3-1	Processo per determinare i temi materiali	13		
3-2	Lista dei temi materiali	96-99		

TEMI MATERIALI

TEMI: PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	19-22		
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	21-22		

TEMA: GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI DEGLI UFFICI DI SEDE E DEGLI UFFICI FUNZIONALI
TEMA: DIGITALIZZAZIONE DEI PRODOTTI E SERVIZI

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	52-53; 62-63		
301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso o volume	52-54; 70		 
302-1	Consumi energetici	52-54; 109 La metodologia utilizzata 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.		   
302-2	Consumi esterni all'organizzazione	52-54; 109 La metodologia utilizzata 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.		   
305-1	Emissioni generate dai consumi diretti (Scope 1)	55; 109 La metodologia utilizzata per il calcolo delle emissioni prevede l'utilizzo di fattori di conversione pubblicati nel 2021 dal Department for Environment Food & Rural Affairs inglese (per le emissioni da viaggi in aereo e treno e per consumi di metano e gasolio).		  
305-2	Emissioni generale dai consumi indiretti (Scope 2)	55; 109 La metodologia utilizzata per il calcolo delle emissioni prevede l'utilizzo di fattori di conversione pubblicati nel 2021 dal Department for Environment Food & Rural Affairs inglese (per le emissioni da viaggi in aereo e treno e per consumi di metano e gasolio).		  

TEMA: SVILUPPO E COINVOLGIMENTO DEL PERSONALE

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	48-49		
401-1	Nuove assunzioni e turnover	37-38; 104-105		 
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno che non sono garantiti ai dipendenti a tempo parziale	47; 107		  

TEMA: BENESSERE DEI DIPENDENTI

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	34-35		
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	42-43; 106		
404-2	Programmi per la gestione delle competenze e per l'apprendimento continuo	41-43		
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	41; 106		

TEMA: PARI OPPORTUNITÀ NEI PERCORSI DI CARRIERA, DIVERSITÀ ED INCLUSIONE

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	44-47		
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	35; 44-47		
405-2	Rapporto tra il salario base e remunerazione totale delle donne rispetto agli uomini	47		
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	48-49; 44-45		

TEMA: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	51		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	51		
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	51		
403-3	Servizi di medicina del lavoro	51		
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	51		
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	51		
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	51		
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.		
403-9	Infortuni sul lavoro	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 non prevede l'obbligo della raccolta di tale tipologia di dato.	

**TEMA: SUPPORTO/CONTRIBUTO AI TERRITORI E ALLE COMUNITÀ
TEMA: OMNICANALITÀ E PROSSIMITÀ AL CLIENTE
TEMA: INCLUSIONE FINANZIARIA**

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	30-33; 58-67		
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	33		 
G4-fs13	Punti di contatto presenti in aree a bassa densità abitativa ed economicamente svantaggiate per tipo	65; 95		
G4-FS14	Iniziative per il miglioramento degli accessi ai servizi finanziari per le persone più svantaggiate	64		

**TEMA: ADEGUATEZZA DEI PRODOTTI OFFERTI E TRASPARENZA VERSO I CLIENTI
TEMA: CUSTOMER ADVOCACY**

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	76-89		
417-2	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	76-89		
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	76-89		

TEMA: PRIVACY, SICUREZZA E PROTEZIONE DEI DATI

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	26-27		
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	26-27		

**TEMI MATERIALI NON COPERTI DA INDICATORI GRI
TEMA: EDUCAZIONE FINANZIARIA
TEMA: PRODOTTI E SERVIZI A VALORE SOCIALE E AMBIENTALE
TEMA: GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA
TEMA: INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI
TEMA: CONTINUITÀ DEL BUSINESS
TEMA: GESTIONE DEL CREDITO E DEL CONTENZIOSO**

3-3	Modalità di gestione del tema materiale	62-72; 60-61; 28; 79-80; 84-85; 87-91		
-----	-----------------------------------------	---------------------------------------	--	--



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

FINDOMESTIC BANCA S.P.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze - I

Capitale sociale 659.403.400 Euro i.v. - R.E.A. 370219 (FI) - Cod. Fisc./P. Iva e R.I. di FI n. 03562770481

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

Iscritta alla sezione D del Registro Unico degli Intermediari Assicurativi con il n° 000200406

Società sottoposta al controllo e alla vigilanza di Banca d'Italia e dell'IVASS

