RAPPORTO DI SOSTENIBILITA'

2015

GRUPPO CARIPARMA CRÉDIT AGRICOLE

CARISPEZIA | FRIULADRIA | CARIPARMA

SOMMARIO

LETTERA AGLI STAKEHOLDER 4

IL CONTESTO IN CUI OPERIAMO 6

LO STAKEHOLDER ENGAGEMENT 8

GENERARE VALORE NEL LUNGO PERIODO

1 LA NOSTRA IDENTITÀ 16

2 PROSPETTIVE E VALORI 36

3 GOVERNANCE 46

LE PERFORMANCE DI SOSTENIBILITÀ

4 LA RESPONSABILITÀ SOCIALE 60

5 ACCESSIBILITÀ E VICINANZA AL CLIENTE 70

6 AFFIDABILITÀ E SOLIDITÀ 78

7 QUALITÀ, ASCOLTO E INNOVAZIONE 84

8 ESSERE AGENTI DEL CAMBIAMENTO 118

9 UNA RELAZIONE DI FIDUCIA 140

10 SOSTEGNO ALLA GREEN ECONOMY 158

11 APPENDICE 172

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Il Presidente
Ariberto Fassati

Nel 2015 il sistema bancario italiano ha affrontato un'importante stagione di riforme all'interno di uno scenario domestico ed internazionale di grande complessità. Il rallentamento dell'economia globale, indotto soprattutto dalla "frenata cinese" e dal calo dei prezzi delle materie prime, ha colpito tutti, e in particolare, le economie più mature e i Paesi esportatori come il nostro.

Nonostante questo scenario, come Crédit Agricole in Italia, siamo riusciti a incrementare la nostra solidità e competitività. Lo abbiamo fatto mantenendo saldi la nostra idea di sostenibilità e **i nostri principi: il sostegno all'economia reale, la vicinanza al territorio in cui ognuna delle Banche del Gruppo opera, l'attenzione ai nostri stakeholder**.

Il **Crédit Agricole** in Italia **ha progressivamente aumentato la propria redditività** raggiungendo **455 milioni di euro di utile netto** e rafforzando il sostegno all'economia italiana con quasi **60 miliardi di impieghi complessivi.**

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole, in particolare, **ha continuato la sua crescita realizzando un utile netto pari a 221 milioni di euro** (+38% a/a). Il risultato conseguito nel 2015 è tra i migliori del sistema bancario italiano, a conferma della qualità e dell'efficacia di scelte strategiche che hanno permesso uno sviluppo costante e sostenibile dell'azienda.

Il nostro Paese, dopo tre anni di recessione, inizia a dare segnali positivi, con il deficit diminuito al 2,6% del PIL, con l'occupazione che registra + 70 mila assunzioni a gennaio 2016 e con il PIL a +0,8%. Anche se per la disoccupazione giovanile c'è ancora molto da fare, queste cifre testimoniano come famiglie e imprese abbiano ricominciato ad avere fiducia, con conseguenze positive sulla ripresa della domanda interna.

Questo ci dà stimoli e determinazione a proseguire sulla nostra strada di crescita ponendo al centro dei nostri interessi i clienti ed i nostri collaboratori.

Per le persone della banca, in un'ottica di costante confronto con le Rappresentanze Sindacali, continueremo a investire nella formazione specialistica per tutte le fasce d'età, con l'obiettivo di raggiungere maggiore efficienza grazie anche a forti investimenti nelle nuove tecnologie, il che ci permette di guardare al futuro con fiducia e serenità.

L'Amministratore Delegato
Giampiero Maioli

Ai nostri clienti offriremo nuovi servizi e modalità di contatto sempre più efficaci. Il nostro lavoro sarà ancora più focalizzato sulla qualità della relazione con il cliente, autentica sfida nella sfida questa, che riguarderà non solo noi ma l'intero sistema bancario.

IL NUOVO PIANO INDUSTRIALE 2016 – 2019 DEL NOSTRO GRUPPO VA ESATTAMENTE IN QUESTA DIREZIONE

In una situazione di mercato che prevede ulteriori trasformazioni economiche e sociali il nuovo Piano Industriale ha una triplice ambizione: rafforzare il Gruppo come banca di prossimità leader, con posizionamento distintivo all'interno del mercato italiano; investire nelle nostre persone e nei talenti e lanciare una nuova fase di crescita organica su segmenti chiave del mercato, al fine di creare valore di lungo periodo.

Per sostenere lo sviluppo di Cariparma, FriulAdria, Carispezia, Calit, Crédit Agricole Group Solutions sono previsti **625 milioni di euro di investimenti nel prossimo triennio**.

Il PMT 2016-2019 racconterà un altro pezzo della nostra storia, quella di un Gruppo sempre più internazionale, dalla riconosciuta solidità patrimoniale e che figura tra le eccellenze dei Gruppi bancari in Italia. In questo quadro va inserito e letto questo report di sostenibilità che si compone di due parti, una di previsione e prospettive, l'altra di rendicontazione.

È un documento che vi invitiamo a leggere con attenzione: in esso troverete il resoconto di quanto realizzato fin ora in termini concreti ma anche la testimonianza dei risultati del nostro costante impegno verso la costruzione di un modello di banca efficiente e innovativa.

Una banca che dà forte attenzione al controllo dei costi e dei rischi, capace di generare servizi di valore e sempre al fianco di famiglie e imprese meritevoli.

Valori come ascolto, fiducia, vicinanza attiva ai nostri stakeholder, responsabilità sociale, ma anche innovazione, internazionalità, qualità saranno sempre di più al centro del nostro modello di business a tutti i livelli.

Solo così potremo continuare a esercitare quel ruolo economico e sociale da protagonisti dinamici, concreti e responsabili che abbiamo sempre svolto e che vogliamo con decisione consolidare e migliorare ancora.

IL CONTESTO IN CUI OPERIAMO

Nel 2015 l'andamento del ciclo economico mondiale si è presentato ancora disomogeneo nelle differenti aree geografiche

Nel corso del 2015 è proseguito, seppur ad un ritmo inferiore rispetto alle attese, **il processo di espansione dell'economia mondiale** (PIL pari al 2,9%) in un contesto caratterizzato ancora da fattori di instabilità e da un'elevata volatilità dei mercati finanziari. L'andamento del ciclo economico mondiale continua a presentarsi disomogeneo nelle diverse aree geografiche, riflettendo in particolare una decelerazione dei Paesi emergenti compensata dalla crescita delle economie avanzate.

Focus sull'Italia

In Italia si è confermata la fase di ripresa avviata nel primo trimestre 2015, con una **crescita annua del PIL pari al +0,7% a/a**, sostenuta dal buon andamento della domanda interna. Per contro è risultato negativo il contributo della domanda estera, risentendo del calo del commercio internazionale. Per quanto riguarda i consumi, la ripresa si è accentuata nel terzo trimestre dell'anno beneficiando di un miglioramento del clima di fiducia dei consumatori, del potere d'acquisto e dell'occupazione.

Con riferimento al mercato del lavoro **il tasso di occupazione, rispetto al 2014, è rimasto invariato (56,4%) mentre quello di disoccupazione è diminuito all'11,4%**. I disoccupati sono scesi a 2,89 milioni, 254mila in meno rispetto a dicembre 2014.

Il sistema creditizio nel 2015

Dal processo di analisi emerge chiaramente come nell'attuale fase storica, e più in particolare alla luce dei fatti di cronaca che hanno coinvolto alcuni istituti bancari negli ultimi mesi del 2015, il sistema bancario, e più in generale le istituzioni finanziarie, stiamo vivendo una fase di crisi reputazionale.

Tuttavia le banche rappresentano, per propria natura, il motore di sviluppo del Paese e rivestendo tale ruolo sono chiamate a partecipare in modo attivo, anche ripensando il loro modello di business, alla fase di profondo cambiamento che caratterizza l'attuale economia. Il rapporto fiduciario tra banca e cittadino si basa necessariamente su dimensioni di apertura e trasparenza. Per questo, oggi, al fine di valorizzare la relazione con gli stakeholder, sarà sempre più necessario per le banche "abbattere" il muro di "opacità" venutosi a creare negli ultimi anni.

L'INDUSTRIA DEL CREDITO È OGGI CHIAMATA A DARE UN CONTRIBUTO FORTE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE, ALL'INNOVAZIONE, ALLA TRANSIZIONE ENERGETICA, ALL'ACCESSO AI BENI DI PRIMA NECESSITÀ

Gli istituti di credito, per fare tutto questo, dovranno ideare soluzioni e prodotti nuovi, aggredendo nuovi mercati e segmenti con leve di business, puntando sulla trasparenza, sulla lealtà commerciale e sull'approccio consulenziale, per diventare soggetto sempre più credibile nell'accompagnamento delle migliori scelte finanziarie da parte dei clienti. Fatte queste premesse, il contesto bancario italiano continua ad essere ancora complesso e fortemente condizionato dall'evoluzione del quadro normativo, mantenendo anche nel 2015 uno sviluppo delle masse intermediate debole e una rischiosità del credito ancora elevata.

Inoltre, le banche hanno dovuto contribuire allo Schema di Garanzia sui Depositi e al Fondo Nazionale di Risoluzione (che confluirà gradualmente nel Fondo Unico di Risoluzione), come previsto dalla direttiva europea sul risanamento e risoluzione degli enti creditizi. Unitamente ai versamenti ordinari effettuati nel corso dell'anno, nell'ultimo trimestre sono stati richiesti alle banche italiane versamenti straordinari per il salvataggio di quattro istituti di credito finiti in dissesto: CariFerrara, Banca Marche, Banca Etruria e CariChieti. Nonostante queste misure straordinarie, **nel 2015, il sistema bancario italiano ha conseguito risultati positivi, segnando il ritorno alla redditività**, dopo quattro anni consecutivi di perdite.

Cenni sullo scenario macroeconomico e bancario atteso per il 2016

Il brusco rallentamento del commercio mondiale registrato nel 2015, che inizialmente sembrava legato a fattori contingenti, si è rivelato persistente e ciò rimanda a cause profonde e durature. Secondo il Direttore Generale del Fondo Monetario Internazionale, la motivazione per cui l'economia globale è così lenta è che, sette anni dopo il fallimento di Lehman Brothers, **la stabilità finanziaria non è ancora garantita: la debolezza del settore finanziario continua in molti paesi e i rischi finanziari stanno crescendo nei paesi emergenti**.

Tale scenario è pesantemente influenzato da alcune importanti transizioni economiche che stanno creando alti e bassi: in particolare la transizione della Cina verso un nuovo modello di crescita e la normalizzazione della politica monetaria statunitense. La debolezza della domanda degli emergenti, in particolare della Cina, proseguirà nel 2016 perché deriva dal naturale esaurimento dello slancio iniziale legato alla rapida industrializzazione. La seconda maggiore transizione riguarda la determinazione della Federal Reserve ad alzare i tassi d'interesse. Anche se la Fed ha chiaramente indicato che i tassi resteranno bassi per un po' di tempo, questa transizione riflette le migliori condizioni economiche negli Stati Uniti, che è anche positiva per l'economia globale.

Il ritmo di crescita dell'economia dell'Eurozona acquisirà slancio nel corso del 2016, quando si ridurrà il contributo negativo delle esportazioni nette e si rafforzerà, invece, quello positivo della domanda interna. Nel 2016 il passo dell'economia italiana non muterà rispetto a quanto osservato nel corso del 2015 (PIL Italia: +1,2% nel 2016).

L'andamento previsto nel biennio 2016-17 è legato principalmente al rafforzamento della domanda interna, guidata dal consolidamento della fiducia tra imprese e famiglie e sostenuta da politiche di bilancio di sostegno alla crescita.

Inoltre, saranno ancora positivi gli effetti sui bilanci di famiglie e imprese di un prezzo del petrolio che si manterrà a lungo su valori bassi, anche se con un profilo di graduale aumento, con dei tassi di interesse ai minimi storici.

A favore di una maggiore spesa per consumi nei prossimi due anni agirà anche l'aumento dell'occupazione, la progressiva ripresa del credito alle famiglie, la riduzione delle imposte e per il 2016, l'andamento favorevole delle retribuzioni reali (+0,2%).

LO STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Cosa occorre fare per essere concretamente un'impresa sostenibile?

Il Rapporto di Sostenibilità 2015

É focalizzato sui temi di maggior rilevanza per il core business e per gli stakeholder del Gruppo.

Tali temi sono stati integrati e modificati in coerenza con gli esiti delle **interviste esterne e interne fatte con gli stakeholder nel periodo ottobre-dicembre 2015** (vedi pag. 10).

A livello macro la fiducia nei confronti delle banche é in calo, a livello micro, ovvero nell'esperienza quotidiana con il Gruppo Cariparma Crédit Agricole, la relazione diventa più positiva, mediata dalla dimensione umana, prima ancora che economica e da valori quali apertura e trasparenza.

La sfida, oggi, è far percepire la presenza della banca non solo come erogatore di credito, ma come soggetto in grado di accompagnare le controparti in un processo di crescita e sviluppo attraverso tre aspetti chiave: trasparenza, fiducia e apertura al dialogo. Oggi più che mai è necessario offrire agli stakeholder la percezione di solidità, competenza dei propri dipendenti, tempestività nelle risposte rafforzando la comunicazione su temi chiave che costituiscono l'identità del sistema bancario.

Per il Gruppo Cariparma Crédit Agricole l'elemento distintivo è l'appartenenza al Gruppo Crédit Agricole, la cui governance internazionale assicura know how globale e capacità tecnico/operative di comprovato valore.

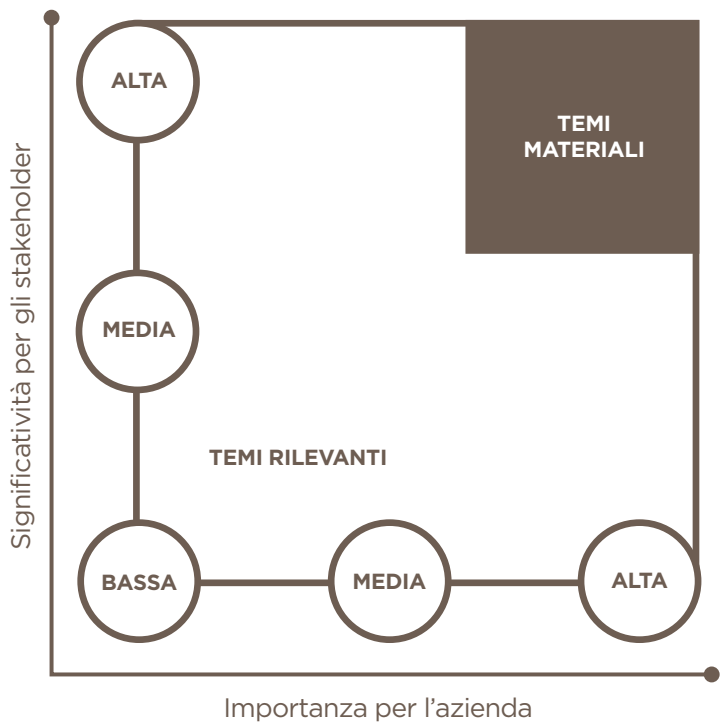
Al contempo, nel DNA di Crédit Agricole così come in quello del Gruppo Cariparma Crédit Agricole rimane forte il legame con il territorio, fattore base per uno sviluppo sano delle proprie radici territoriali. Sostenere l'economia come leva di crescita sociale, configurarsi come soggetto di sviluppo territoriale portatore di interventi per la Comunità, sostenere le aziende attente agli aspetti di responsabilità sociale sono fattori che sempre di più identificheranno il modo di fare banca del Gruppo Cariparma Crédit Agricole.

Rimettere in discussione i modelli e il modo di agire

È una leva competitiva per meglio svolgere il ruolo di attore di sviluppo locale: non semplice intermediario, ma soggetto in grado di reinvestire nel tessuto economico per creare le pre-condizioni affinché lo sviluppo si possa generare.

Matrice di materialità

La matrice di materialità identifica i temi ritenuti maggiormente importanti, ossia "materiali", per l'Azienda e per i suoi portatori di interesse.



Temi materiali

- Processi di governance e processi decisionali
- Risk management e approccio prudenziale
- Performance finanziaria e solidità patrimoniale
- Gestione strutturata della CSR e del dialogo con gli stakeholder
- Rafforzamento del rapporto di fiducia con gli stakeholder e gestione del capitale relazionale
- Occupazione e rapporti di lavoro
- Sviluppo delle risorse umane, formazione e valorizzazione delle competenze e dei talenti
- Azioni di dialogo, engagement e ascolto interno, welfare aziendale
- Diversità e pari opportunità
- Prevenzione delle frodi, riciclaggio e autoriciclaggio
- Comunicazione commerciale completa e trasparente e condizioni contrattuali corrette
- Servizi e supporto ai consumatori, qualità del servizio e gestione reclami
- Credito responsabile e accesso al credito
- Sostegno allo sviluppo e internazionalizzazione delle PMI
- Investimenti nella comunità

Ascolto e dialogo

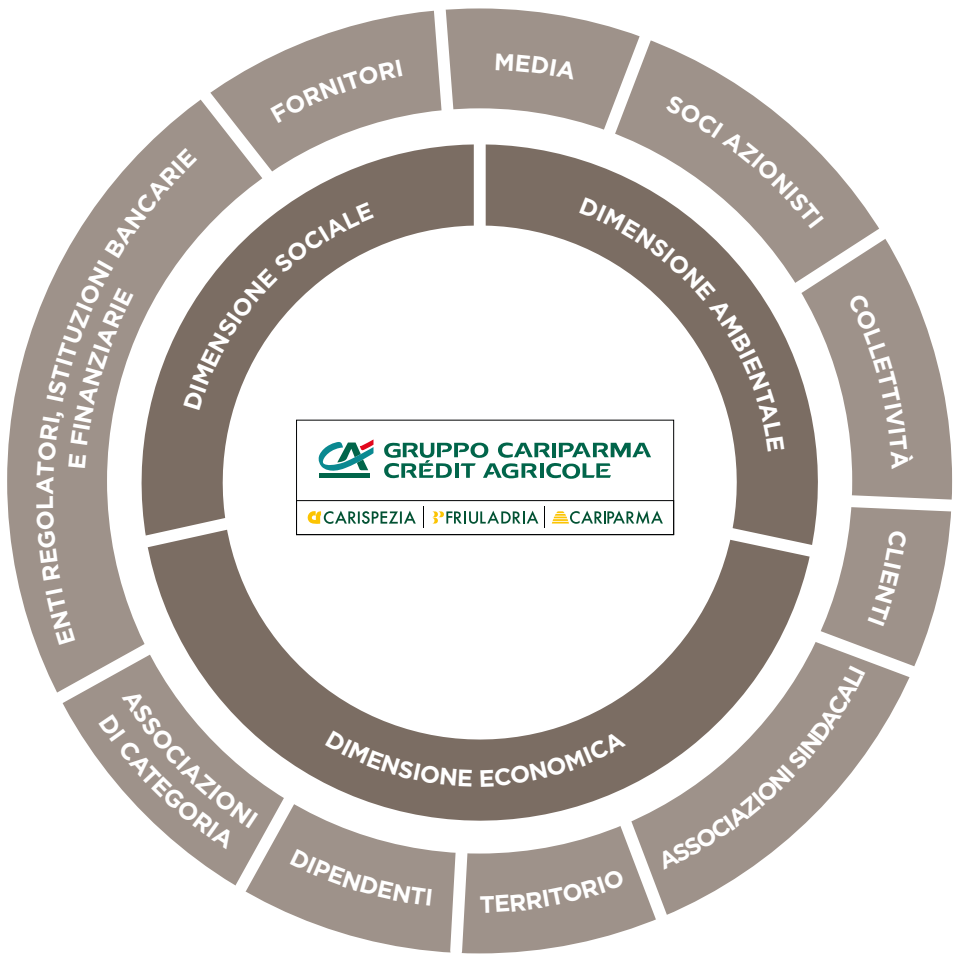
Confrontarsi con nuove opportunità acquisendo nuovi stimoli in materia di innovazione. Ascoltare l'opinione degli stakeholder significa essenzialmente questo senza dimenticare un altro fattore chiave: l'incremento del capitale relazionale unito alla fiducia.

L'obiettivo di "aprire" i processi di gestione della responsabilità sociale richiede quindi una marcata capacità di ascolto degli stakeholder. Non basta presumere di conoscere le aspettative dei soggetti e dei gruppi su cui l'attività della banca produce un impatto, positivo o negativo che sia; occorre concretamente verificare sul campo che le percezioni corrispondano effettivamente ai bisogni espressi e impliciti.

Lo stakeholder engagement rappresenta quindi il momento in cui l'azienda, una volta identificati i propri interlocutori chiave, si confronta con essi sui temi significativi, mettendosi in discussione e rompendo il muro dell'autoreferenzialità.

Le macro categorie di stakeholder identificati dalla banca, verso i quali vengono realizzate attività di confronto ed engagement strutturato sono le seguenti:

La mappa degli Stakeholder



Forte dell'esperienza realizzata nel 2014, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha rinnovato il proprio impegno nel confronto con questi stakeholder, avviando un secondo ciclo di stakeholder engagement, nel periodo tra ottobre e dicembre 2015.

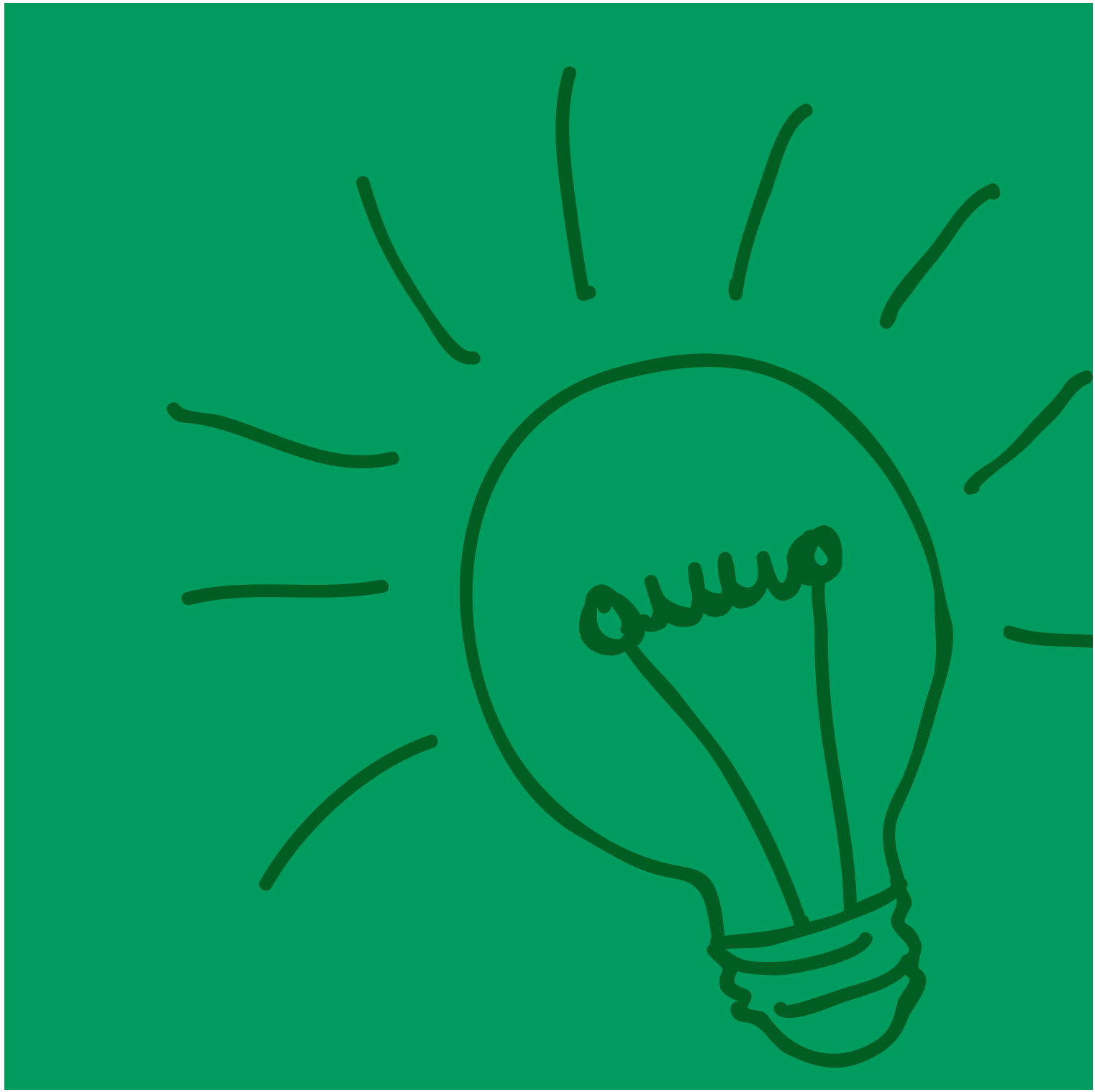
Gli obiettivi del ciclo sono stati:

- la valorizzazione e lo sviluppo del patrimonio di relazioni di cui la banca dispone, sfruttandolo in modo da aumentare il capitale sociale
- l'attuazione di un presidio sistemico della relazione con gli stakeholder, in grado di intercettarne le esigenze specifiche
- la mappatura dei temi rilevanti dal punto di vista esterno, al fine di rafforzare l'analisi di materialità migliorando il processo di reporting e privilegiando l'approfondimento tecnico degli argomenti sui quali gli stakeholder richiedono di essere informati

L'attività di stakeholder engagement ha seguito un approccio strutturato, caratterizzato dalle seguenti macro fasi:

- **FASE PRELIMINARE**
  volta all'identificazione dei temi rilevanti sui quali impostare l'analisi di materialità, ovvero la selezione dei temi materiali oggetto dell'engagement
- **FASE DI COINVOLGIMENTO**
  interno alla banca con interviste individuali alle prime linee responsabili delle principali Direzioni aziendali per:
  - dare una priorità ai temi rilevanti secondo una prospettiva interna
  - identificare gli elementi di responsabilità sociale "latenti" già connessi con le pratiche di gestione
  - approfondire i principali progetti di sostenibilità oggetto di rendicontazione sviluppati nel corso dell'anno
- **FASE "DI CAMPO"**
  in cui sono state effettuate 15 interviste con soggetti appartenenti a categorie di stakeholder esterni indicati precedentemente per ricercare elementi utili a identificare i temi materiali nella relazione banca-stakeholder

ASCOLTO


qmm

GENERARE VALORE NEL LUNGO PERIODO

LA NOSTRA **IDENTITÀ**

> Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha optato per un sistema di governance improntato alla trasparenza di ruoli, cariche e funzioni al fine di garantire una migliore efficacia dei controlli e una maggiore efficienza della gestione.

› Il Gruppo Crédit Agricole 18
› Il Crédit Agricole in Italia 20
› Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole 22
› Le aree di business 24
› Assetto azionario e struttura societaria 25
› Fondazione Cariparma 26
› Fondazione Carispezia 30
› I soci di FriulAdria 33

CRÉDIT AGRICOLE S.A.
UN GRUPPO BANCARIO UNIVERSALE

Il gruppo Crédit Agricole è il primo partner finanziario dell'economia francese e uno dei primi attori bancari in Europa. Leader europeo della banca retail, il Gruppo è anche primo tra le società europee di Wealth Management e di bancassicurazione, e terzo nel project financing.

Forte delle sue radici cooperative e mutualiste, dei suoi 140.000 collaboratori e dei 31.150 amministratori di Casse locali e regionali, il gruppo Crédit Agricole è una banca responsabile e attenta, al servizio di 52 milioni di clienti, 8,8 milioni di soci e 1 milione di azionisti privati.

Grazie al suo modello di Banca Universale di Prossimità, caratterizzato dallo stretto legame fra le sue banche retail e le fabbriche prodotto, il gruppo Crédit Agricole accompagna i suoi clienti nella realizzazione dei loro progetti in Francia e nel mondo con servizi specializzati: banca retail, credito immobiliare e al consumo, risparmio, assicurazione, asset management, real estate, leasing, factoring, corporate e investment banking.

Al servizio dell'economia, Crédit Agricole si distingue anche per una politica di responsabilità sociale d'impresa dinamica e innovativa, basata su un approccio concreto che coinvolge tutto il Gruppo e tutti i collaboratori.

52
paesi

52
milioni di clienti

140 000
collaboratori

6,0 Mds€
utile netto di Gruppo

92,9 Mds€
patrimonio netto di Gruppo

13,7 %
ratio *Common Equity Tier* 1 fully loaded

Organizzazione del Gruppo

8,8 milioni di soci sono alla base della struttura cooperativa di Crédit Agricole. I soci detengono sotto forma di quote sociali il capitale delle **2.476 Casse locali** e designano ogni anno i loro rappresentanti: **31.150 amministratori** che portano gli interessi dei soci all'interno del Gruppo.

Le Casse locali detengono la maggioranza del capitale delle **39 Casse regionali.**

Le Casse regionali sono banche regionali cooperative che offrono ai loro clienti una gamma completa di prodotti e servizi. L'organo di riflessione delle Casse regionali è la Fédération Nationale du Crédit Agricole, deputata agli orientamenti strategici del Gruppo.

Tramite la **SAS Rue La Boétie,** le Casse regionali sono l'azionista di maggioranza, al 56,7%, di Crédit Agricole S.A., che coordina, insieme alle società specializzate, le strategie delle diverse linee di business in Francia e nel mondo.

LA BANCA DI PROSSIMITÀ

La banca universale di prossimità

LE LINEE DI BUSINESS SPECIALIZZATE

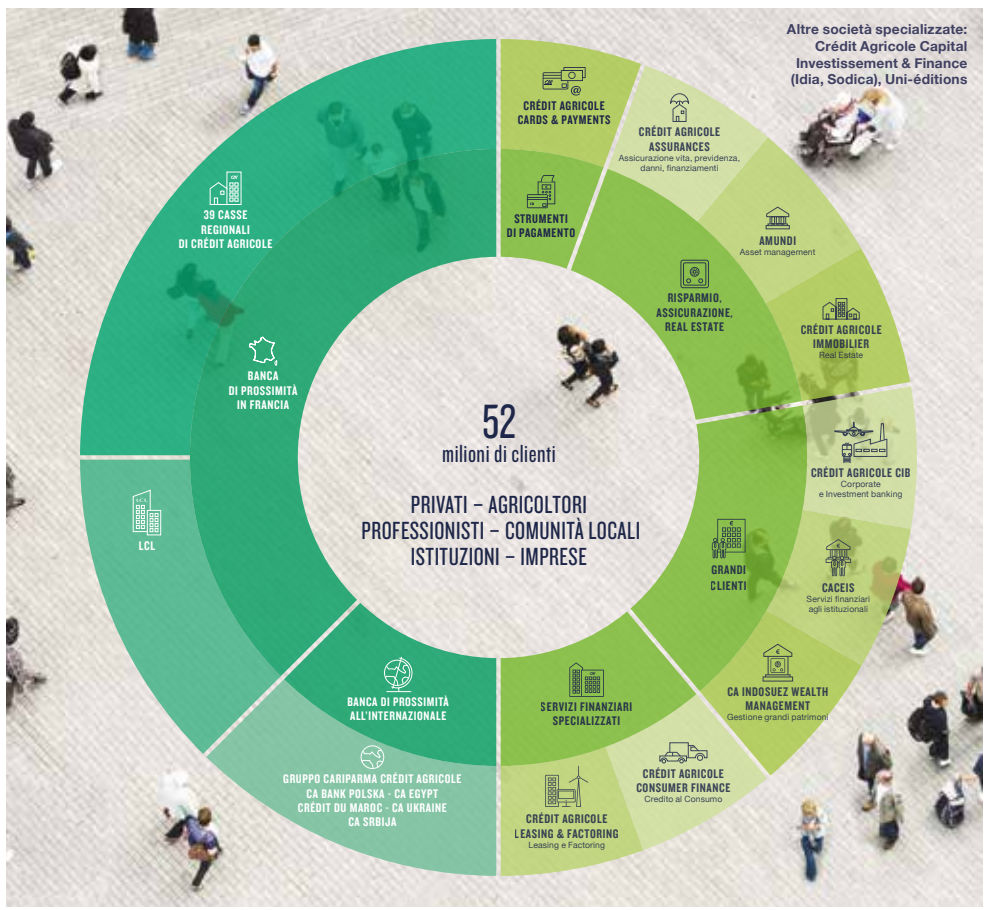


Photo : Getty Images/George Clerk

1° Finanziatore dell'economia francese

1° Operatore europeo nella bancassicurazione

1° Operatore europeo nel risparmio gestito

LA BANCA UNIVERSALE DI PROSSIMITÀ IN ITALIA

Il Gruppo Crédit Agricole è presente in Italia da oltre 40 anni, da quando negli anni '70 acquistò Banque Indosuez. Lo sviluppo si è successivamente consolidato con la banca commerciale, il credito al consumo, il corporate and investment banking, l'asset management, il comparto assicurativo, fino al completamento della gamma di offerta con i servizi dedicati al private banking.

La **Banca Universale di Prossimità** è il modello organizzativo costruito dal Crédit Agricole con l'obiettivo di offrire una gamma di servizi specializzati, in grado di soddisfare ogni fascia di clientela, modello che può dirsi pienamente operativo anche in Italia.

La stretta collaborazione tra la rete commerciale delle banche e le linee di business garantisce al Crédit Agricole di operare in Italia con un'offerta ampia e integrata, a beneficio di tutti gli attori economici.

IL MODELLO ORGANIZZATIVO È COMPOSTO DA:

CORPORATE AND INVESTMENT BANKING
rivolto alle istituzioni finanziarie e grandi imprese

BANCA COMMERCIALE
per i segmenti di clientela imprese e privati

SERVIZI FINANZIARI
credito ai consumatori, finanziamento automobilistico, leasing e factoring rivolti a imprese e privati

SERVIZI ASSICURATIVI E ASSET MANAGEMENT
a beneficio della clientela delle banche del Gruppo e reti distributive indipendenti

PRIVATE BANKING E ASSET SERVICES
servizi specializzati per clientela privata e istituzionale

L'IMPORTANZA DELL'ITALIA PER IL CRÉDIT AGRICOLE

I NUMERI DEL 2015

61 Mld € di finanziamento all'economia

3,3 Mld € di ricavi

123 Mld € depositi e fondi clienti*

in Italia

12.000 collaboratori

3,5 Mln di clienti

* inclusi AuM Amundi e Assets CACEIS (Banca depositaria e Custody) "fuori Gruppo".

BANCA COMMERCIALE

GRUPPO CARIPARMA CRÉDIT AGRICOLE
CARISPEZIA | FRIULADRIA | CARIPARMA

CORPORATE AND INVESTMENT BANKING

CRÉDIT AGRICOLE CORPORATE & INVESTMENT BANK

CAPITALE PER LO SVILUPPO

IDIA CAPITAL INVESTISSEMENT

SERVIZI FINANZIARI

AGOS
FCA BANK
CRÉDIT AGRICOLE LEASING
CRÉDIT AGRICOLE EUROFACTOR

SERVICES

CRÉDIT AGRICOLE GROUP SOLUTIONS

ASSICURAZIONI

CRÉDIT AGRICOLE VITA
CRÉDIT AGRICOLE ASSICURAZIONI
CRÉDIT AGRICOLE CREDITOR INSURANCE

ASSET MANAGEMENT

Amundi ASSET MANAGEMENT

WEALTH MANAGEMENT

INDOSUEZ WEALTH MANAGEMENT
INDOSUEZ FIDUCIARIA

ASSET SERVICES

caceis INVESTOR SERVICES

PROFILO DEL GRUPPO CARIPARMA CRÉDIT AGRICOLE

7° player nel panorama bancario italiano per masse intermediate

889 punti vendita

8.200 dipendenti

oltre **1.700.000** clienti

SOLIDITÀ PATRIMONIALE AL 31 DICEMBRE 2015: CET 1 11,4% (TOTAL CAPITAL RATIO 13,5%)

Il **Gruppo Cariparma Crédit Agricole** è parte del gruppo francese Crédit Agricole, ed è costituito da: Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A. (Cariparma), Banca Popolare FriulAdria S.p.A. (FriulAdria), Cassa di Risparmio della Spezia S.p.A. (Carispezia), Crédit Agricole Leasing S.r.l. (Calit), Crédit Agricole Group Solutions.

Il **Gruppo Cariparma Crédit Agricole** attraverso le banche commerciali **Cariparma, FriulAdria, Carispezia** opera nelle 10 regioni italiane che rappresentano il 71% della popolazione e che producono il 79% del PIL, con centri imprese, corporate e private nei maggiori centri urbani. La vocazione territoriale, la vicinanza al cliente e la riconosciuta solidità del Gruppo costituiscono i suoi principali punti di forza.

L'offerta del Gruppo copre tutti i segmenti di mercato:

RETAIL con 834 filiali e 13 poli affari
PRIVATE con 21 mercati private
BANCA D'IMPRESA con 20 mercati imprese e 1 area large corporate

CARIPARMA CRÉDIT AGRICOLE

Capogruppo del Gruppo Cariparma Crédit Agricole, è una banca fortemente radicata sul territorio, che ha origine da istituti di credito locali. Oltre al presidio delle province storiche di Parma e Piacenza, è **presente nei maggiori centri produttivi**: Torino, Milano, Firenze, Bologna, Roma e Napoli.

595 punti vendita totali — **27,4 Mld€** di impieghi — **81,2 Mld€** di raccolta totale

FRIULADRIA CRÉDIT AGRICOLE

Nel 2007 FriulAdria entra a far parte del nuovo gruppo Cariparma Crédit Agricole, con l'obiettivo di **espandere il proprio presidio** territoriale a tutto il **Triveneto.** Forte dei suoi **15.000 soci**, che rappresentano il profondo legame con il tessuto locale, oggi è un punto di riferimento per le famiglie e le imprese del Nord Est, con un importante **progetto di espansione verso il Veneto.**

200 punti vendita totali — **6,6 Mld€** di impieghi — **12,6 Mld€** di raccolta totale

CARISPEZIA CRÉDIT AGRICOLE

Una delle casse di risparmio **più antiche d'Italia,** nel 2011 entra a far parte del Gruppo Cariparma Crédit Agricole. Leader nelle province storiche della Spezia e Massa Carrara, nel 2014 avvia un **progetto di espansione verso il Ponente Ligure,** allargandosi ai mercati di Genova, Savona e Imperia.
Oggi rappresenta il **5° player bancario** della regione Liguria.

94 punti vendita totali — **2,5 Mld€** di impieghi — **6,0 Mld€** di raccolta totale

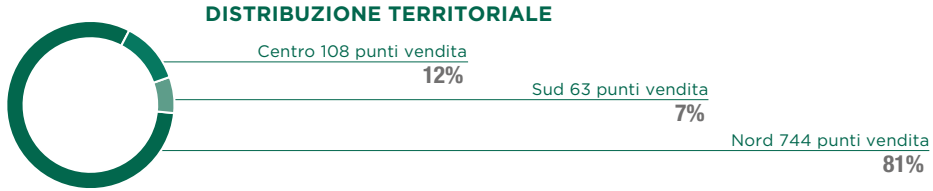
CRÉDIT AGRICOLE LEASING

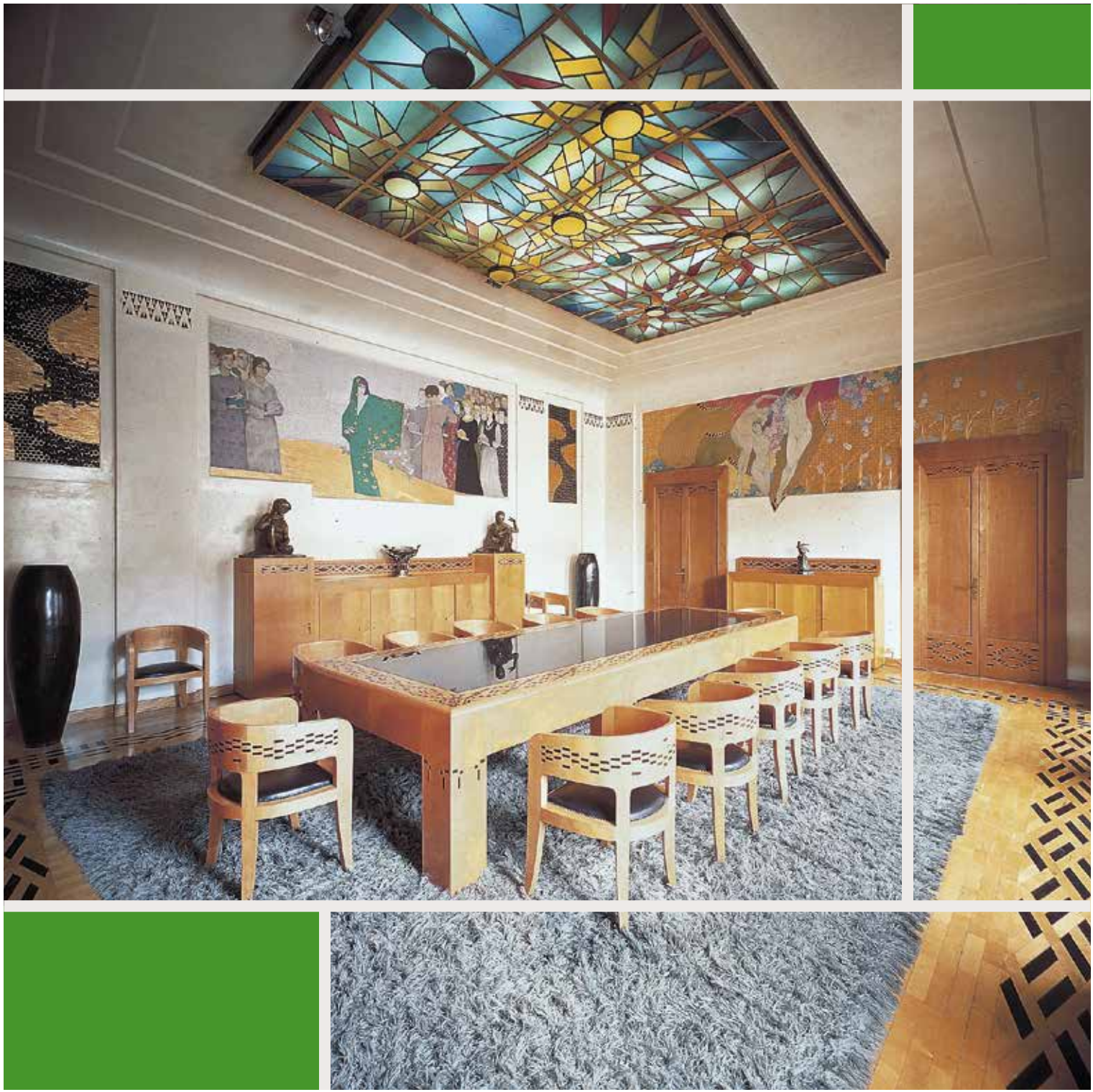
15° società sul mercato italiano del leasing, con una quota di mercato del 2,45%, Crédit Agricole Leasing opera nel leasing immobiliare, strumentale, targato ed energia. Il portafoglio crediti a fine 2015 ammonta a 2 Mld di euro.

CRÉDIT AGRICOLE GROUP SOLUTIONS

Società consortile del Gruppo Cariparma Crédit Agricole in cui sono confluite attività relative agli ambiti Processi Operativi, Sistemi Informativi, Tecnico Logistica, Sicurezza, Business Continuity, Acquisti e Gestione Immobili, Amministrazione del Personale.

DISTRIBUZIONE TERRITORIALE





LE AREE DI BUSINESS

Oggi Cariparma, FriulAdria e Carispezia costituiscono un network integrato di banche di territorio concentrate nelle regioni più dinamiche del Paese

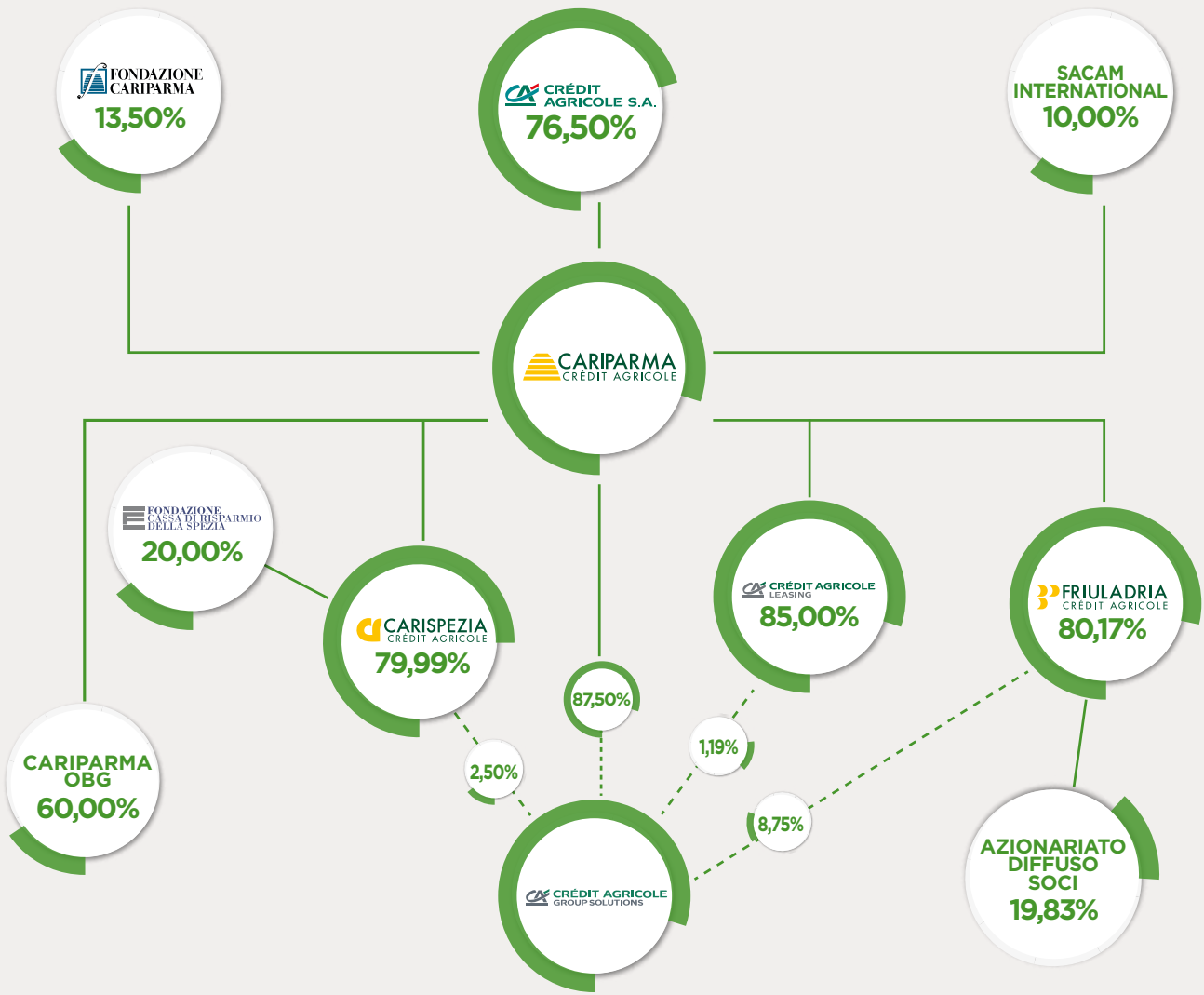
Il punto di forza comune del Gruppo è la prossimità con gli operatori economici e la relazione diretta con la clientela.

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole copre tutti i principali segmenti di mercato (famiglie, imprese piccole, medie e grandi), ma si caratterizza per una concentrazione sul mercato retail, che rappresenta circa l'80% delle attività (in termini di ricavi).

La rete di agenzie costituisce un asset fondamentale, assicurando il rapporto di prossimità con i clienti e le comunità locali. La vocazione del Gruppo è quindi la creazione di valore per le famiglie e le aziende, con un'attenzione particolare per le piccole e le medie.

Grazie alle sinergie con le società prodotto del Crédit Agricole in Italia, il Gruppo copre infatti anche una serie completa di altri mercati: dal corporate and investment banking rivolto alle istituzioni finanziarie e alle grandi imprese, ai servizi finanziari nel credito ai consumatori, nel finanziamento automobilistico, nel leasing e factoring rivolti a imprese e privati, dai servizi assicurativi e dall'asset management pensati per la clientela delle Banche del Gruppo e per le reti distributive indipendenti ai servizi specializzati per la clientela privata e istituzionale come il private banking e gli asset services.

ASSETTO AZIONARIO E STRUTTURA SOCIETARIA



LA FONDAZIONE CARIPARMA

La Fondazione Cariparma si conferma attore di riferimento a sostegno dell'economia e dello sviluppo nel territorio di Parma e Provincia

Fondazione Cariparma, azionista al 13,50%, contribuisce **alla promozione dello sviluppo economico nel territorio di Parma e Provincia, sostenendo e promuovendo idee e progetti locali.**

L'agire della Fondazione è guidato e sostenuto dai seguenti valori:

Nel 2016 cade il 25° dell'attività di Fondazione Cariparma: un traguardo importante che ha permesso alla Fondazione di diventare un attore sempre più partecipe della Comunità parmense, perseguendo gli obiettivi statutari non solo grazie alla capacità erogativa di cui dispone, ma anche e soprattutto ad una vocazione all'ascolto, alla condivisione e all'agire di concerto.

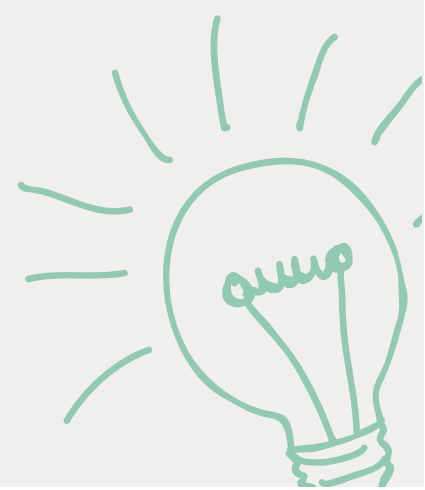
A fronte dei mutati scenari sociali ed economici, Fondazione Cariparma ha iniziato da tempo una importante ridefinizione dei criteri di intervento, volta ad ottimizzare le energie e moltiplicare le positive ricadute dei progetti sostenuti, evidenziando l'importanza di fattori quali l'innovazione, lo sviluppo di sinergie, la condivisione e la sostenibilità.

Gli interventi della Fondazione possono essere visti come strumenti per lo sviluppo del territorio, agendo in particolare su aspetti che costituiscono "pre-condizioni" dello sviluppo economico locale:

- **Qualità dell'offerta sanitaria** e della gestione delle criticità sociali e dell'emarginazione
- **Qualità della produzione** di conoscenza e presenza di attività di formazione e ricerca di alto profilo nei campi della ricerca di base, applicata e del trasferimento tecnologico
- **Qualità dell'offerta culturale** ed opportunità di apprendimento e di costruzione delle competenze, unitamente all'esistenza di meccanismi sociali di rafforzamento della motivazione all'accesso alle opportunità culturali e formative
- **Capacità di costruire** e stabilizzare reti locali attive e coese di operatori del territorio

Fondazione Cariparma opera per fornire risposte corali ed efficaci ai problemi della comunità di riferimento, fungendo da snodo determinante per i processi aggregativi locali.

Non solo, quindi, soggetto in grado di fornire sostegno economico alle idee ed alle progettualità che prendono forma a livello locale, ma anche protagonista della messa in rete di una pluralità di soggetti (pubblici e privati) con natura e caratteristiche differenti, ma accomunati da un condiviso interesse: favorire la crescita e lo sviluppo della comunità in cui operano.

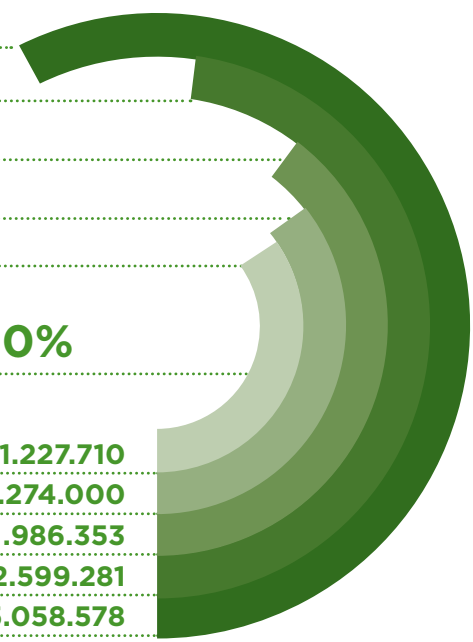


Nel corso del 2015 molte delle iniziative deliberate da Fondazione Cariparma hanno preso avvio o sono giunte a compimento: tra le principali si ricorda l'inaugurazione del **Centro Comune di Ricerca** (Azienda ospedaliera-Universitaria di Parma), la nuova **Unità di Ricerca di Neuroscienze** (Ateneo di Parma), l'inaugurazione dei nuovi locali della **Biblioteca Polifunzionale** (Ateneo di Parma), i vari progetti di didattica innovativa sviluppati da reti di istituti scolastici del territorio parmense, l'inaugurazione dei **nuovi mezzi di soccorso delle sedi provinciali della CRI – Comitato di Parma**, il progetto di credito di inclusione (sviluppato in collaborazione con Cariparma Crédit Agricole), il sostegno alle attività culturali del Teatro Regio di Parma e della Fondazione Arturo Toscanini, la Masterclass di canto "Francesco Paolo Tosti e la musica vocale da camera italiana" tenuta dal celebre Maestro Renato Bruson.

Ancora hanno qualificato il 2015 l'intervento di Fondazione Cariparma a sostegno dei cittadini colpiti dall'alluvione del 2014 (risarcimento dei danni a beni mobili registrati, ovvero autovetture, moto e scooter), l'adesione all'iniziativa Parma Facciamo Squadra (la raccolta fondi coordinata da Forum Solidarietà

Erogazioni per settori di intervento 2015

TOTALE € 12.145.921



TOTALE 100%

Salute pubblica, medicina preventiva e riabilitativa	€ 1.227.710
Ricerca scientifica e tecnologia	€ 1.274.000
Educazione, istruzione e formazione	€ 1.986.353
Arte, attività e beni culturali	€ 2.599.281
Volontariato, filantropia e beneficenza	€ 5.058.578

e rivolta di anno in anno a temi di emergenza sociale) e il sostegno a progetti quali Emporio Parma, "Una famiglia per una famiglia" per i Comuni pedemontani e i nuovi Punti di Comunità nei quartieri della città capoluogo.

Su questi aspetti Fondazione Cariparma ha un piano strategico triennale e un piano annuale pubblico in cui delinea le proprie priorità di intervento.

Per il futuro le linee guida della Fondazione Cariparma continueranno ad essere di solidità, sostenibilità, comunanza di valori con la Banca e redditività in modo armonizzato perché finalizzate agli investimenti sul territorio.

Infatti, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole è chiamato a portare continuità nei valori in cui crede la Fondazione: attenzione al cliente, attenzione alle persone e alla Comunità.

LA FONDAZIONE CARISPEZIA

Fondazione Carispezia è un ente non profit privato e autonomo che persegue esclusivamente obiettivi di utilità sociale e promozione dello sviluppo culturale e economico

La mission della Fondazione è quella di affrontare, attraverso interventi adeguati ed efficaci, i bisogni emergenti della collettività, individuati grazie al confronto permanente con enti pubblici, privati e organismi del Terzo Settore.

Nel corso degli anni la Fondazione ha progressivamente limitato l'attività di mera erogazione di contributi per assumere sempre più un ruolo di promotore attivo di iniziative:

- sperimentando **progetti e soluzioni innovative**
- svolgendo un **ruolo di catalizzatore** di soggetti, competenze e risorse pubbliche e private del territorio
- privilegiando il sostegno all'avvio di **progetti** in grado di rendersi **auto-sostenibili** nel tempo

Tra le principali iniziative nel campo dell'assistenza:

nel corso del 2015, in ambito sociale, la Fondazione ha avviato un importante intervento per far fronte all'**emergenza abitativa** attraverso un pacchetto di interventi straordinari rivolti a persone e famiglie con difficoltà economiche temporanee in tutta la provincia della Spezia e in Lunigiana.

Interventi rivolti ad affrontare l'emergenza alimentare, assistenza domiciliare ai malati oncologici terminali, interventi volti all'inclusione e all'integrazione di ragazzi con disagio economico e sociale.

I valori che guidano la scelta degli interventi:

La Fondazione ha sostenuto progetti proposti da reti di organismi appartenenti al Terzo Settore nell'ambito del disagio giovanile e delle nuove povertà, selezionati attraverso bandi di erogazione.

In campo culturale:

la Fondazione ha potenziato l'attività di autonoma offerta di eventi attraverso la propria società strumentale, realizzando: **l'iniziativa Concerti a Teatro** rassegna di musica classica che si svolge all'interno del Teatro Civico della Spezia, rivolta ad appassionati e neofiti di ogni fascia d'età, con particolare riguardo alle nuove generazioni; un **concerto gratuito in collaborazione con Carispezia** che ha portato in scena sul palco spezzino il celebre pianista Raphael Gualazzi; **la dodicesima edizione del Festival della Mente** il primo festival europeo dedicato alla creatività e ai processi creativi che si svolge ogni anno a fine estate a Sarzana (SP);
inoltre in campo musicale la Fondazione sostiene **il Festival Internazionale del Jazz** della Spezia e I Martedì Musicali nel Golfo; **attività di valorizzazione** dell'identità storico-culturale locale con il sostegno alle Borgate marinare del Palio del Golfo per la tradizione Sfilata; **progetti LINK-Teatro Scuola**, **Il Quotidiano in Classe e Una Rondine vola su La Spezia**: attività di formazione teatrale e civica delle nuove generazioni.

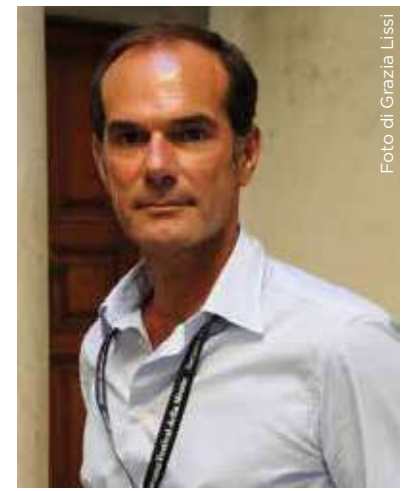


Foto di Grazia Lissi

Erogazioni per settori di intervento 2015

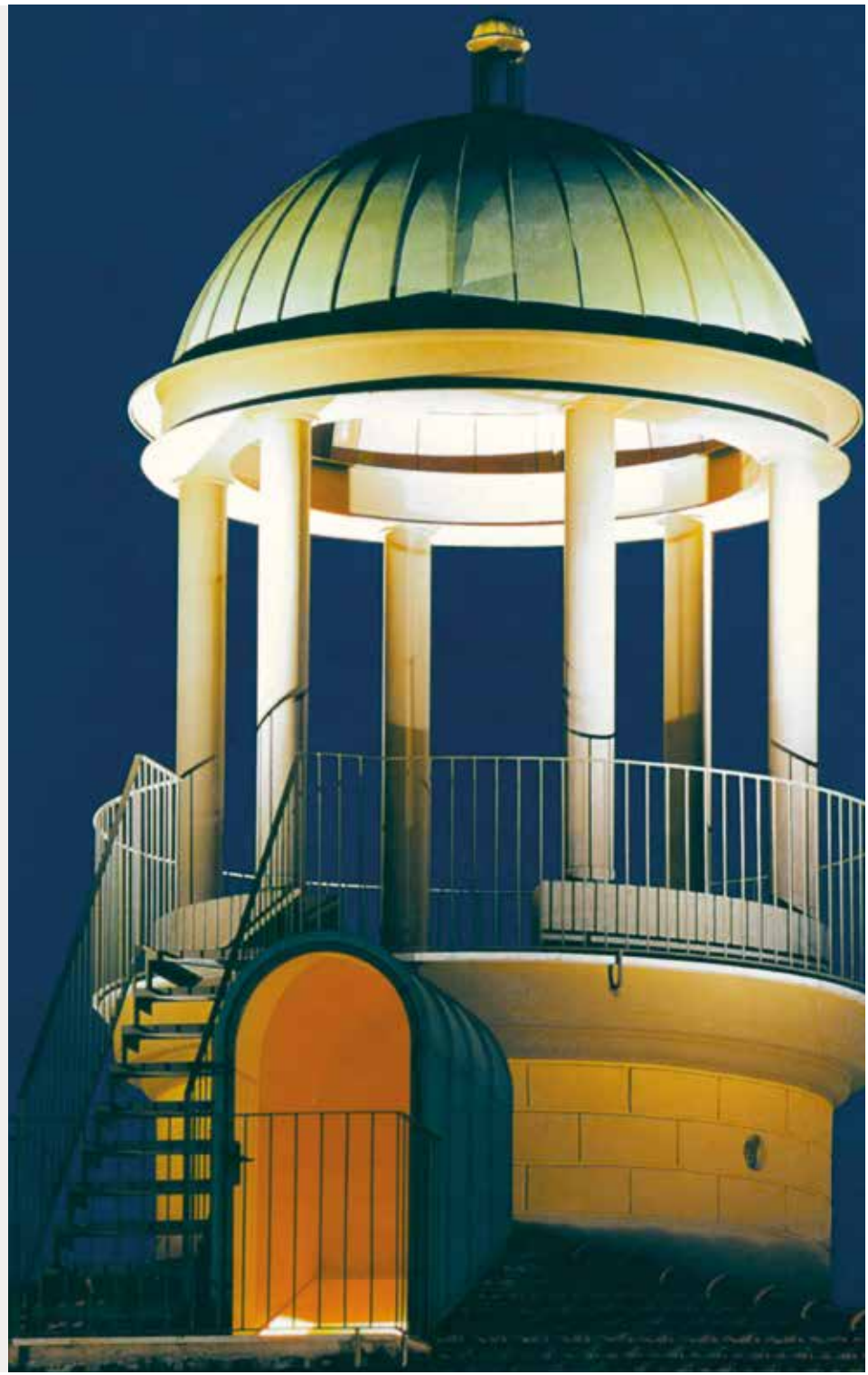
TOTALE € 4.192.413

TOTALE 100%

Volontariato, filantropia e beneficenza	€ 106.692
Istruzione universitaria e ricerca	€ 698.663
Assistenza sociale	€ 1.628.205
Arte, attività e beni culturali	€ 1.758.853

La Fondazione opera in base al principio di sussidiarietà: tale principio prevede l'affiancamento a enti e organizzazioni della società civile che operano per l'interesse collettivo.

Nell'ambito dell'Istruzione universitaria e ricerca, la Fondazione ha rinnovato il sostegno al Polo Universitario G. Marconi della Spezia e ha promosso, attraverso un bando di erogazione, progetti di ricerca applicata in campo medico realizzati da università ed enti di ricerca in collaborazione con le strutture ospedaliere locali in grado di fornire competenze e professionalità qualificate dal mondo universitario.



I SOCI DI FRIULADRIA

I Soci di minoranza di FriulAdria sono 15.401 e registrano una crescita del 5,6% nel periodo 2014-2015

Il 67,56% dei soci risiede nelle province di Pordenone e Udine e oltre il 39% è socio di FriulAdria fin dall'erogazione del primo dividendo relativo all'anno 1999. Il 31% dei soci è stato acquisito negli ultimi 3 anni.

Il 2015 è stato un anno importante per l'avvio di numerose iniziative dedicate ai Soci.

È partito un nuovo canale diretto di comunicazione: la newsletter elettronica **"Noi Soci"**, inviata via posta elettronica ai Soci che hanno fornito il loro indirizzo e-mail e il consenso privacy.

Al centro di questo strumento di comunicazione si trova l'informazione sulla vita aziendale e il coinvolgimento costante dei Soci nelle iniziative organizzate dalla banca sul territorio, con offerta di benefit e vantaggi specifici oltre che alla gestione diretta delle loro adesioni.

Attraverso la newsletter è stata proposta ai Soci l'opportunità di partecipare ad alcuni eventi significativi per il territorio.

Oltre 3.500 i soci che hanno complessivamente aderito alla newsletter.

Tra questi eventi la prima edizione dell'esclusivo **Concerto di Natale di FriulAdria** tenutosi il 21 dicembre presso il Teatro Comunale Giuseppe Verdi di Pordenone, che ha visto esibirsi l'Ensemble Symphony Orchestra diretta da Giacomo Loprieno accompagnata da alcuni perfomer acrobati, molto apprezzati dal pubblico di Soci, dipendenti e clienti della banca presente all'evento; una **serie di attività dedicate alle giovani famiglie di soci con figli di età compresa tra i 6 e i 11 anni** spettatori di un apprezzato spettacolo al Teatro Verdi ("Il gatto con gli stivali"), in occasione del quale la banca ha lanciato il contest di disegno "Con i miei risparmi...", che ha visto successivamente i piccoli artisti vincitori premiati sul palco dell'Assemblea;

COMPLESSIVAMENTE SONO STATI REALIZZATI 6 NUMERI DELLA NEWSLETTER "NOI SOCI" E 4 EDIZIONI SPECIALI DI "NOI SOCI FLASH", PER INFORMARE I SOCI SULLE OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

è stato inoltre predisposto, presso lo **Spazio Due del Teatro Verdi, un laboratorio con animatori specializzati** per intrattenere creativamente i bambini dei Soci durante lo svolgimento dei lavori assembleari.

Il 2015 ha anche visto **l'avvio dei Laboratori creativi FriulAdria**, con una prima edizione tenutasi il 25 novembre a Pordenone. L'iniziativa consiste in un laboratorio creativo con un'illustratrice per l'infanzia dedicato ai bambini dei Soci. Nell'ottica di una costante attenzione ai principi della Responsabilità Sociale d'Impresa, i laboratori hanno proposto un tema come il "riuso": mostrando ai bambini che gli oggetti possono avere una nuova vita. Il riuso fungerà ora da filo conduttore per gli altri incontri proposti nel 2016 presso alcune Agenzie per Te FriulAdria di Veneto e Friuli Venezia Giulia. L'idea è quella di sviluppare nuovi eventi sul territorio e far scoprire ai giovani "Soci junior" e ai loro genitori che la filiale della Banca può anche essere un luogo di gioco, divertimento e sperimentazione.

Si è offerta inoltre l'opportunità per i Soci di partecipare a esclusivi **incontri sul territorio sui temi del risparmio e della cultura finanziaria**, realizzati con l'aiuto di colleghi qualificati, che possono offrire spunti e rispondere ad eventuali curiosità dei partecipanti. Il primo incontro si è tenuto il 9 dicembre presso la Filiale di Latisana - una delle filiali ove, per ragioni storiche, più alta è la percentuale di clienti Soci – e ha riscosso notevole interesse e apprezzamento. L'iniziativa verrà ripetuta anche nel 2016.

Privilegi della carta Soci d'Oro

- **Carta Soci d'Oro**
  inviata a tutti i nuovi soci, permette di accedere a un mondo di vantaggi e servizi riservati in esclusiva
- **Protezione Guida**
  Protezione Casa e Protezione Infortuni a tariffe agevolate
- **Speciale riduzione**
  su prestazioni e servizi sanitari presso strutture sanitarie e centri termali.

LA PERSONA
AL CENTRO
SOLIDITÀ

PROSPETTIVE E **VALORI**

> La missione del Gruppo Cariparma Crédit Agricole è quella di fornire servizi finanziari di alta qualità ad un mercato di famiglie e imprese, attraverso un modello di banca di prossimità, capace di leggere i bisogni dei territori e di dar loro risposta in modo efficiente e responsabile.

› Visione, mission e valori 38

› Il modello di creazione di valore 40

› Le nostre prospettive future
Il Piano a Medio Termine 2016-2019 42

VISIONE, MISSION E VALORI

Lo scenario bancario nazionale si appresta a vivere un cambiamento epocale in termini di rivoluzione digitale dei servizi finanziari

La rivoluzione digitale, la frammentazione dei processi produttivi, i grandi fenomeni di mutamento che attraversano la nostra società cambieranno radicalmente il modo in cui cittadini e imprese utilizzeranno i servizi finanziari.

La risposta degli operatori sembrava prefigurare un sistema di offerta molto polarizzato, con soggetti di grandi dimensioni e di livello internazionale ad un estremo e piccole banche locali all'altro.

Oggi e, ancor più, nel futuro, è fondamentale una dimensione di scala; tuttavia, è altrettanto importante non perdere i contatti con i territori e con le economie reali.

In questo quadro, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole continua a credere nel valore della relazione, basata sulla creazione di legami fiduciari con i propri stakeholder. Da qui discende l'idea di una grande banca di prossimità, in cui gli elementi di modernità del servizio, legati soprattutto ai canali digitali, non sostituiscano, ma integrino e completino il rapporto diretto e personale.

La missione del Gruppo è quella di fornire servizi finanziari di alta qualità ad un mercato di famiglie e di piccole e medie imprese, capace di leggere i bisogni dei territori e di dar loro risposta in modo efficiente e responsabile.

Il cliente è al centro dell'agire della banca, e tale centralità è perseguita attraverso il rafforzamento delle competenze, della consulenza specializzata, della piena integrazione dei diversi canali di accesso (multicanalità) e dell'evoluzione del servizio.

Il perseguimento della missione è reso possibile dall'adesione da parte delle persone che lavorano all'interno del Gruppo ad un sistema coerente di valori e di principi (Codice Etico), orientato alla creazione di legami fiduciari in un'ottica di lungo periodo.

PROFESSIONALITÀ
INTEGRITÀ RESPONSABILITÀ
RESPONSABILITÀ
TRASPARENZA IMPEGNO
RISPETTO DELLE DIVERSITÀ
FIDUCIA IMPEGNO
PROFESSIONALITÀ
RISERVATEZZA
INTEGRITÀ FIDUCIA

IL MODELLO DI CREAZIONE DI VALORE

Nel processo di creazione di valore il Gruppo Cariparma Crédit Agricole svolge un ruolo chiave al vertice di una complessa catena

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ricopre un ruolo sostanziale nel processo di creazione di valore ponendosi al vertice di una complessa catena i cui input - capitale finanziario, umano, sociale e relazionale, intellettuale ed ambientale - incidono sulla capacità di contribuire all'economia e alla società nel suo complesso. In qualità di player centrale del sistema, la banca considera con attenzione gli impatti generati, consapevole del proprio ruolo nel sostegno all'economia del Paese.

Di seguito è illustrato il modello di business del Gruppo, ovvero il sistema adottato per gestire gli input, le attività aziendali, gli output e i risultati per creare valore nel breve, medio e lungo termine; nonché lo strumento per estrarre e restituire valore ai capitali.

In un contesto di mercato caratterizzato da un quadro normativo e regolatorio nazionale e internazionale, dalle prospettive socio economiche (che influenzano la domanda di servizi finanziari) e dai rischi e opportunità a tutto ciò connesse, la banca stabilisce un posizionamento unico e rafforza quotidianamente il sistema di relazioni con gli stakeholder per garantire alla "macchina" di generare valore.

Con riferimento a questo modello, le priorità strategiche contenute nel nuovo Piano a Medio Termine (PMT), definiscono la struttura aziendale e l'offerta di prodotti, servizi e soluzioni al mercato.

Il Gruppo alloca, trasforma e si avvale dei seguenti capitali:

INPUT

Finanziario

È il primo input per svolgere l'attività bancaria. Viene approvigionato attraverso la raccolta e accresciuto dei risultati delle gestioni. Una parte è destinato agli investimenti

Produttivo

È il capitale materiale che abilita il modello di banca universale di prossimità attraverso il presidio fisico e virtuale del territorio/mercato

Intellettuale

È il capitale immateriale, che rende possibile lo svolgimento dell'attività bancaria. E basato sulla conoscenza e quindi in parte anche distintivo

Umano

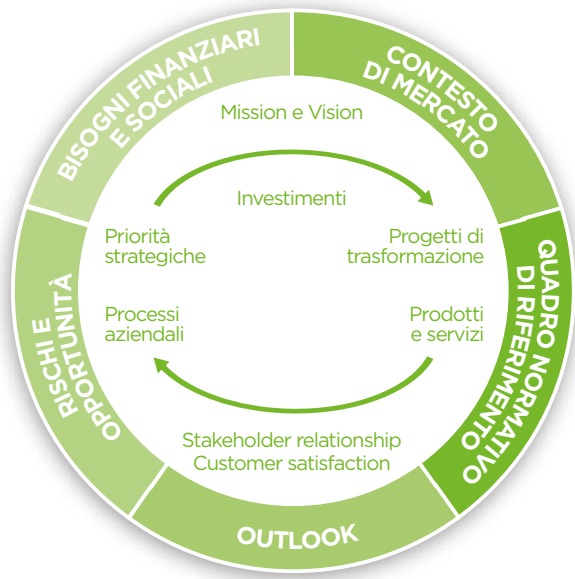
È il capitale legato alle risorse umane della banca, che accompagna le dinamiche di trasformazione del modello di business e ne viene a sua volta impattato

Relazionale

È il capitale che assicura la partecipazione degli stakeholder fondamentali alla creazione di valore. Viene impattato dalla correttezza e integrità dei comportamenti, la sicurezza delle operazioni, la solidità del Gruppo

Naturale

È il capitale incorporato nel patrimonio immobiliare o impiegato direttamente nel funzionamento della macchina operativa o indirettamente mediante prodotti e servizi di carattere ambientale ed energetico



OUTPUT

Finanziario

Rafforzamento del capitale attraverso una crescita organica sui segmenti chiave per ottenere un aumento sostenibile della profittabilità

Produttivo

Implementazione del modello di banca di prossimità tramite lo sviluppo di un'offerta multicanale di prodotti e servizi in linea con le esigenze di mercato

Intellettuale

Arricchimento del capitale immateriale, attraverso lo sviluppo delle conoscenze e competenze del personaleche consentono un'offerta distintiva

Umano

Sviluppo delle competenze e delle attività formative per la crescita professionale delle persone. Investimento nei talenti

Relazionale

Mediante il dialogo e l'ascolto dei bisogni dei nostri portatori di interesse si genera fiducia nel rapporto banca-cliente

Naturale

Efficientamento energetico delle nostre sedi. Realizzazione di prodotti e servizi eco-sostenibili; il tutto a testimonianza dell'attenzione verso l'ambiente

LE NOSTRE PROSPETTIVE FUTURE
Il Piano a Medio Termine 2016-2019

Vogliamo essere un gruppo bancario di prossimità, di respiro internazionale, innovativo, affidabile, solido, responsabile e incentrato sulla soddisfazione dei propri clienti

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole, tra le poche Banche ad avere rating Moody's A3, si presenta oggi al mercato con diversi punti di forza tra i quali un posizionamento di rilievo nel mercato dei mutui casa (3° gruppo italiano) e sul Wealth Management, forti sinergie sviluppate con le Società Prodotto del Gruppo Crédit Agricole in Italia e struttura di costi efficiente e snella.

In un contesto di mercato che prevede grandi trasformazioni economico - sociali il nuovo Piano a Medio Termine (PMT) del Gruppo Cariparma Crédit Agricole, elaborato in autunno 2015, ha una triplice ambizione:

- **rafforzarsi come banca** di prossimità leader con posizionamento distintivo all'interno del mercato italiano costruito intorno al cliente, ai modelli multicanale e all'innovazione digitale
- **investire nelle persone** e nei talenti come fulcro per la crescita, facendo leva sull'appartenenza al gruppo Crédit Agricole e alla sua solidità
- **lanciare una nuova fase** di crescita organica sui segmenti chiave, al fine di creare valore di lungo periodo

Leve strategiche del PMT 2016-2019

Il Gruppo intende rafforzarsi come banca di prossimità leader, prevedendo un importante piano di investimenti per ottenere un posizionamento distintivo nel mercato italiano. L'aumento del livello di investimenti a 625 milioni di euro nell'arco 2016-2019 (vs 470 milioni di euro nel periodo 2012-2015) servirà per gestire iniziative in grado di garantire l'accesso a nuovi canali (rete Consulenti Finanziari Dipendenti e Private, Digital, Piattaforma on line) e rafforzare gli ambiti attuali di eccellenza (Mid-Corporate e Agri-Agro).

Inoltre, in ottica di sempre maggiore efficienza e sviluppo, è previsto un piano di trasformazione delle HR con investimenti dedicati a persone e talenti, un ulteriore ottimizzazione della Rete, un nuovo piano di investimenti IT e una nuova piattaforma sul Credito e Risk Management, oltre al progetto di Re-Branding del Gruppo.

"IL PMT È PER IL NOSTRO GRUPPO UNA SFIDA SENZA PRECEDENTI"

LA STORIA CHE RACCONTEREMO DI NOI ATTRAVERSO IL PMT 2016-2019 CI DESCRIVERÀ COME UNA BANCA INTERNAZIONALE E DALLA COMPROVATA SOLIDITÀ PATRIMONIALE (COME TESTIMONIATO DAI MASSIMI RATING OTTENUTI DALLE AGENZIE SPECIALIZZATE), TRA I PRIMI GRUPPI BANCARI IN ITALIA A FIANCO DI FAMIGLIE E IMPRESE, EFFICIENTE E INNOVATIVA, CON UNA FORTE ATTENZIONE AL CONTROLLO DEI COSTI E DEI RISCHI

PMT 2016-2019

- 625 milioni di euro di investimenti
- 2 milioni di clienti
- Multicanalità
- Creazione di una rete di consulenti finanziari dipendenti
- Piattaforma digitale per i clienti più evoluti
- Crescita nel settore dei mutui
- Mid-Corporate e Agri-Agro

IL CLIENTE AL CENTRO

Partire dall'ascolto del cliente per garantire una relazione e servizi di qualità, migliorando la customer satisfaction attraverso attività trasversali a tutte le strutture del Gruppo. Sviluppare un'integrazione multicanale "attorno alla filiale", lasciando al cliente la facoltà di scegliere il canale a lui più congeniale in base alle sue abitudini e sviluppando una proposta completa attraverso percorsi, dentro e fuori la filiale. Continuare a investire sul nuovo Modello di Servizio (Mo.Ser)

NUOVI CANALI E RAFFORZAMENTO DELLE AREE DI ECCELLENZA

Sviluppare la presenza nei segmenti ancora marginalmente presidiati, come l'online, per spingere la crescita e cogliere le opportunità future. Ampliare le modalità di relazione e servizio per i clienti anche attraverso la creazione di nuovi canali, tra cui la rete di consulenti finanziari dipendenti. Consolidare e crescere sui segmenti chiave Mid Corporate e Agri-Agro anche attraverso sinergie tra le diverse società del Gruppo Crédit Agricole in Italia

4 AREE DI SVILUPPO

EFFICIENZA E SVILUPPO

Rafforzare la formazione e la crescita delle persone anche in un'ottica di sviluppo manageriale. Attrarre e valorizzare nuovi talenti esterni e interni facendo leva sui programmi HR e sulle opportunità offerte da una grande realtà internazionale. Investire in IT, Risk Management e Processi, per semplificare, digitalizzare e trasformare le Operations, anche facendo leva sul know how di Crédit Agricole Group Solutions e ottimizzare la presenza territoriale

REBRANDING

Il rebranding del Gruppo è inteso non solo come un progetto di restyling del marchio o di comunicazione, ma come un progetto di profondo ridisegno dell'identità, un vasto programma di cambiamento strategico nel modo di agire e di comunicare al mercato

GOVERNANCE

“Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole si è dotato di una struttura articolata in grado di rispondere alle esigenze delle differenti aree di business al fine di garantire vicinanza e sostegno alla realtà economica e sociale del territorio.”

› La rilevanza del sistema di Governance 48
› Gestione dei Rischi 51
› Il rispetto delle norme 53

LA RILEVANZA DEL SISTEMA DI GOVERNANCE

Una macchina così articolata e complessa, può riuscire ad essere, contemporaneamente, anche snella ed efficiente soltanto grazie ad un modello di governance efficace

L'esigenza fondamentale è quella di assicurare il coordinamento e il controllo tra il livello internazionale (Crédit Agricole SA), quello nazionale (Cariparma) e quello locale (FriulAdria e Carispezia), nella piena funzionalità dei servizi e, insieme, dei controlli.

Il Consiglio di Amministrazione di Cariparma è il punto di snodo di questo sistema. La coerenza dei diversi processi decisionali viene garantita attraverso un meccanismo di partecipazioni incrociate ai diversi tavoli di gestione: rappresentanti di Crédit Agricole siedono nel Consiglio della Capogruppo italiana e delle sue controllate.

A propria volta, alcuni top manager di Cariparma fanno parte anche degli organi amministrativi delle banche rete e delle società prodotto.

Le società del Gruppo hanno adottato il sistema di governo, con un Consiglio di Amministrazione che raccoglie le funzioni di definizione delle strategie aziendali e delle politiche di gestione e controllo dei rischi tipici dell'attività aziendale. Questo modello garantisce tra le altre cose efficienza della gestione ed efficacia dei controlli.

La funzione di controllo spetta al Collegio Sindacale, che ha la responsabilità tra le altre di vigilare sul funzionamento dei controlli interni, accertando l'efficacia e l'adeguato coordinamento delle strutture e le funzioni coinvolte, in modo da assicurare un efficace gestione di ogni rischio.

Il disegno organizzativo del Gruppo prevede l'adozione di un modello operativo articolato su due livelli

› **FUNZIONI DI CAPOGRUPPO** e di una piattaforma operativa per il Gruppo con il compito di:

- garantire il governo degli ambiti strategici e di business per il Gruppo
- presidiare il controllo accentrato dei rischi

› **MODELLO DISTRIBUTIVO** caratterizzato da:

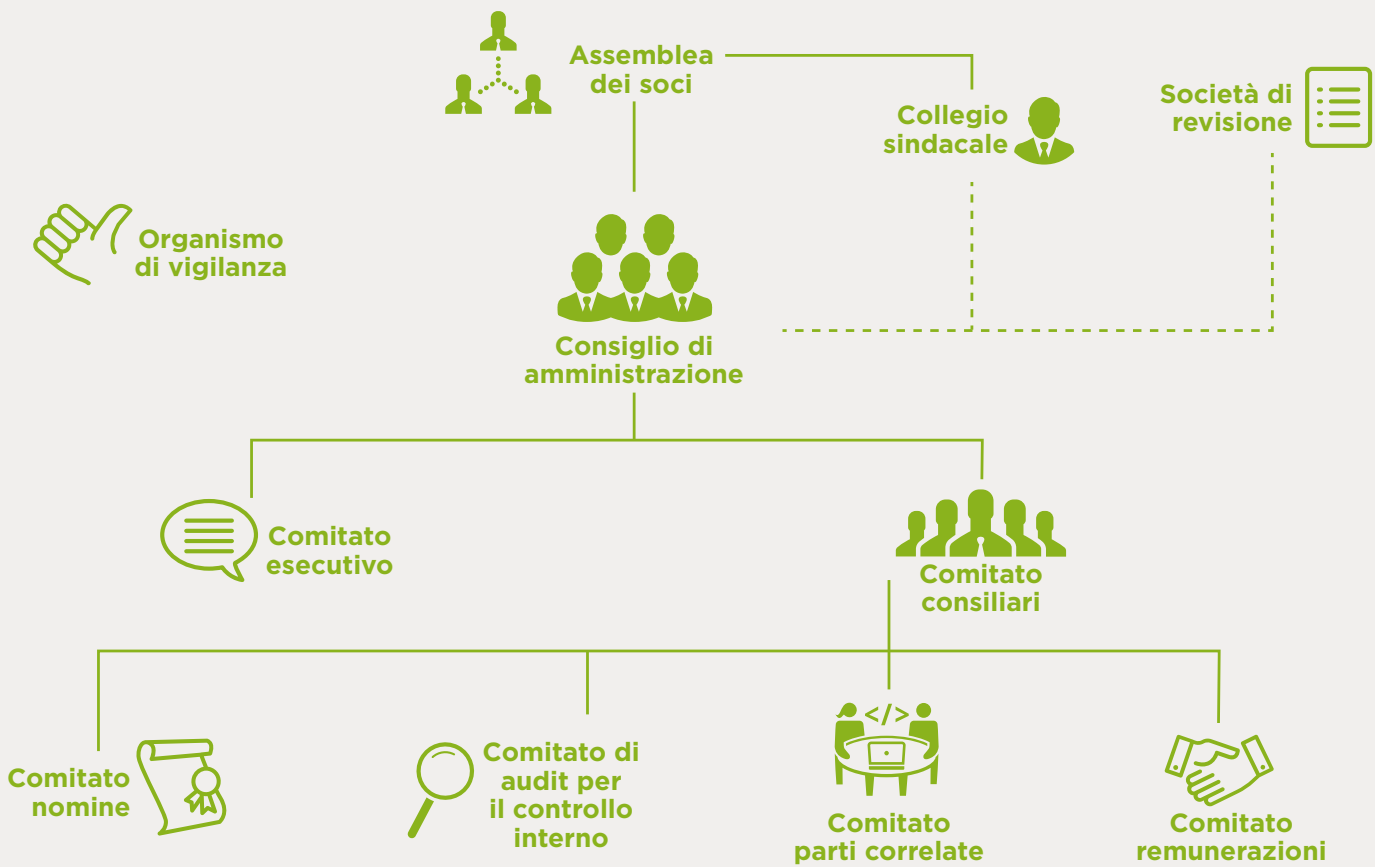
- autonomia nella gestione commerciale e della clientela da parte delle Società del Gruppo, che propongono però un'offerta di prodotti comuni all'interno del Gruppo stesso (salvo limitate specificità dovute al presidio territoriale di riferimento ed alla tipologia di prodotti offerti)
- autonomia in ambito creditizio (processi di erogazione del credito) da parte delle singole Società nel rispetto dei limiti fissati nelle politiche creditizie di Gruppo

Le Società del Gruppo operano in conformità alle linee guida emanate dalla Capogruppo stessa e nel rispetto delle prerogative loro attribuite dal diritto societario, mantenendo le relative responsabilità per la mitigazione di eventuali rischi. Le modalità di coordinamento tra Capogruppo e le altre Società del Gruppo sono garantite anche mediante appositi riporti funzionali tra le omologhe funzioni.

Sia il Consiglio di Amministrazione di FriulAdria sia quello di Carispezia sono composti in maggioranza da consiglieri non esecutivi e da membri indipendenti (almeno un quarto).
In entrambi i casi, il Presidente è espressione dei territori di competenza e non è direttamente collegato all'azionista di maggioranza. Il governo complessivo delle principali leve di creazione del valore e di gestione dei rischi specifici è assicurato, oltre che a livello degli organi amministrativi, anche attraverso l'organizzazione dei presidi gestionali.

Tutte queste funzioni sono chiamate a garantire un'efficace azione di collegamento con le rispettive funzioni delle Società del Gruppo, e ad assicurare adeguate sinergie con ogni altra struttura della Banca e del Gruppo.

ORGANI COLLEGIALI



GESTIONE DEI RISCHI

La gestione, il monitoraggio e la misurazione dei rischi favoriscono uno sviluppo e una crescita sostenibile

Il Gruppo, oggi più che mai, è consapevole del fatto che lo sviluppo e la crescita sostenibile passino anche da un'attenta analisi dei rischi a cui il Gruppo è esposto e dai relativi impatti sulla struttura patrimoniale, finanziaria ed economica.

La Direzione Rischi e Controlli Permanenti ha proprio come mission quella di gestire, misurare e monitorare (in ottica attuale, prospettica e di stress) i rischi di tutto il Gruppo Cariparma Crédit Agricole (esclusi i rischi di non conformità, demandati alla Direzione Compliance) in coerenza con la normativa, i metodi e gli strumenti di Crédit Agricole e nel rispetto delle norme regolamentari degli Organi di Vigilanza.

L'attività di gestione e controllo dei rischi è guidata dai seguenti principi:

- chiara individuazione delle responsabilità nell'assumere i rischi
- sistemi di misurazione e controllo in linea con le indicazioni di Vigilanza e con le soluzioni maggiormente adottate a livello internazionale
- separazione organizzativa tra funzioni operative e funzioni di controllo

Al fianco delle funzioni aziendali nei principali progetti, la struttura della Direzione, è in continua evoluzione per allineare il il modello organizzativo di presidio dei rischi verso le best practices di mercato.

In particolare i principali ambiti di sviluppo sono:

- rafforzamento del dispositivo di pilotage strategico ed operativo attraverso la definizione ed il monitoraggio del RAF (Risk Appetite Framework) sviluppato secondo i 4 pilastri previsti dalla normativa di riferimento (adeguatezza del patrimonio, redditività, liquidità e qualità degli attivi), nonché lo sviluppo di evoluti e dettagliati strumenti di reporting direzionale
- rafforzamento del controllo puntuale sui singoli dossier creditizi e del dispositivo dei controlli permanenti in ambito creditizio

Nel corso dell'anno è stato messo a punto l'indicatore Sintetico di Rischio (ISR) che, in funzione delle rilevazioni effettuate dalle tre funzioni di controllo (Audit, Rischi

e Compliance), sintetizza il livello qualitativo, in rapporto ai rischi, raggiunto dalle strutture di Rete.

È stato inoltre avviato il "Percorso di Ampliamento" delle risorse delle funzioni di controllo in ottemperanza alle disposizioni di vigilanza di Banca d'Italia, che prevedono dei programmi di rotazione delle risorse al fine di garantire la formazione di competenze trasversali e di acquisire una visione complessiva e integrata dell'attività di controllo.

La Direzione organizza in modo continuativo attività di formazione e iniziative specifiche volte a sviluppare, nel Gruppo, la cultura della mitigazione del rischio e persegue una continua collaborazione e scambio di informazioni con le società del gruppo (CACIB, Agos, ecc.) per armonizzare e migliorare le politiche di gestione dei rischi.

In particolare per il rischio di credito il processo è regolamentato per fasi:

- identificazione dei criteri per la gestione del rischio
- attività da porre in essere per la corretta applicazione dei medesimi criteri
- definizione delle unità deputate allo svolgimento delle citate attività e le procedure a supporto delle stesse

Ogni fase del processo è oggetto di costante monitoraggio al fine di assicurare la qualità del portafoglio crediti e la gestione preventiva del rischio di default.

IL GRUPPO CARIPARMA CRÉDIT AGRICOLE HA DEFINITO UNA STRATEGIA RISCHI, CON L'OBIETTIVO PRIORITARIO DI UNA CRESCITA CONTROLLATA CHE, NELL'ATTUALE CONTESTO ECONOMICO CARATTERIZZATO DA UNA MODERATA RIPRESA, RISULTA INCENTRATA SULLA CLIENTELA PRIVATI E SU UN SOSTEGNO ADEGUATO ALLA CLIENTELA IMPRESE, MANTENENDO UN EQUILIBRIO TRA RACCOLTA E IMPIEGHI

Il perimetro dei rischi individuati, presidiati e integrati (considerando i benefici di diversificazione) nel capitale economico comprende:

- **RISCHIO DI CREDITO E DI CONTROPARTE**
- RISCHIO DI TASSO DI INTERESSE E RISCHIO DI PREZZO DEL PORTAFOGLIO BANCARIO
- **RISCHIO DI LIQUIDITÀ**
- RISCHIO DI MERCATO DEL PORTAFOGLIO DI NEGOZIAZIONE
- **RISCHI OPERATIVI**

IL RISPETTO DELLE NORME

La Direzione Compliance si occupa del presidio dei rischi in materia di conformità normativa

La Direzione Compliance si pone come obiettivo primario di prevenire le violazioni di leggi, regolamenti e norme, codici, autoregolamentazioni, consuetudini professionali e deontologiche del Gruppo.

La funzione quando opportuno coinvolge o viene coinvolta dalla funzione Compliance delle società prodotto del Gruppo Crédit Agricole in Italia.

La centralità dell'interesse del cliente è assicurata prevedendo nel modello di "gestione del rischio" l'attivazione di presidi volti alla prevenzione dei rischi connessi al riciclaggio di capitali e al finanziamento del terrorismo ai sensi del D.Lgs 231/07, la prevenzione degli abusi di mercato e degli altri reati ai sensi del D.Lgs 231/01, assicurando altresì la tutela delle Società del Gruppo, dei dipendenti e dei Vertici aziendali contro i rischi di sanzioni, perdite finanziarie e danni reputazionali.

É proseguita nel 2015 l'intensa attività di formazione sulle normative che trasversalmente impattano su tutti i temi di rischio al fine di condividere con i dipendenti i contenuti normativi, i rischi connessi e il dispositivo posto in essere a tutela dei clienti, dei dipendenti e delle Società del Gruppo.

TOTALE ORE DI FORMAZIONE SUI TEMI DELLA COMPLIANCE: 18.917 GIORNI UOMO

La Funzione Compliance svolge docenze in materia di prevenzione del riciclaggio e contrasto al finanziamento del terrorismo, sia nei confronti del personale delle società del Gruppo, che in ambiti istituzionali esterni. Alcune attività formative sono pianificate con la collaborazione di società o enti esterni ad alto livello di specializzazione.

Nel corso dell'anno, tra i principali progetti, la banca ha predisposto il "Testo unico del Gruppo Cariparma Crédit Agricole in materia di prestazione del servizio di consulenza" e del "Testo unico del Gruppo Cariparma Crédit Agricole in materia di modello di tutela dell'investitore".

I testi unici sono stati adottati per armonizzare le diverse policy in tema di servizi di investimenti e hanno altresì consentito di recepire le novità di processo come ad esempio la consulenza a remunerazione esplicita.

Tra le nuove policy:

- **"Policy per la gestione dei reclami – Gruppo Cariparma Crédit Agricole"**
  e il relativo regolamento attuativo, per meglio descrivere ruoli e responsabilità in termini di gestione di reclami, esposti e ricorsi all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF), attribuendo la responsabilità oltre che alla Funzione Reclami anche ad altri attori quali, tra gli altri, le Filiali e le Direzioni Territoriali

- **Policy per la segnalazione di illeciti e irregolarità, meglio conosciuta come "whisteblowing policy"**
  a seguito dell'uscita dell'11° aggiornamento della Circolare di Banca d'Italia 285/2015

- **Aggiornamento della "Policy in materia di approvazione di nuovi prodotti e attività – Comitato NAP del Gruppo Cariparma Crédit Agricole"**
  che si pone l'obiettivo di valutare ed approvare l'attivazione di ogni nuova offerta commerciale alla clientela. Con la nuova policy sono stati definiti gli indirizzi in tema di approvazione dei nuovi prodotti-servizi-attività volti a valutare e mitigare i rischi operativi, di mercato, legali e di non conformità.
  Si verifica inoltre che questi siano coerenti con la propensione al rischio del Gruppo definiti nella Policy Risk Appetite Framework.
  Al fine di semplificare la consultazione della normativa è stato predisposto anche il "Regolamento attuativo della policy in materia di approvazione nuovi prodotti e attività del Gruppo Cariparma Crédit Agricole"

Trasparenza e risk management

In relazione alla nuova normativa pubblicata dalla Banca d'Italia in data 15 luglio 2015 che prevedeva gli adeguamenti a carico delle Banche entro il 1 ottobre 2015, la Funzione Compliance, in qualità di "Responsabile di implementazione della normativa", ha:

- predisposto la nuova regolamentazione interna
- aggiornato i Fogli Informativi di tutti i conti correnti e dei relativi servizi accessori e di tutti i mutui casa
- predisposto l'Informazioni Europee di Base sul Credito ai Consumatori (SECCI) relativamente alle forme tecniche di credito al consumo che il Gruppo propone direttamente
- aggiornato i documenti di sintesi contrattuali sia in NPF (nuova piattaforma di filiale) che in dyn-doc (intranet aziendale)
- unificato per tutte le banche il "tableau della trasparenza" che, anche se non è obbligatorio per normativa esterna, costituisce uno strumento utile per la gestione dell'operatività della rete commerciale in quanto riepiloga tutti i documenti precontrattuali e contrattuali corrispondenti a tutti i prodotti bancari previsti a catalogo

Modalità di funzionamento ed efficacia del sistema di controllo interno sui rischi

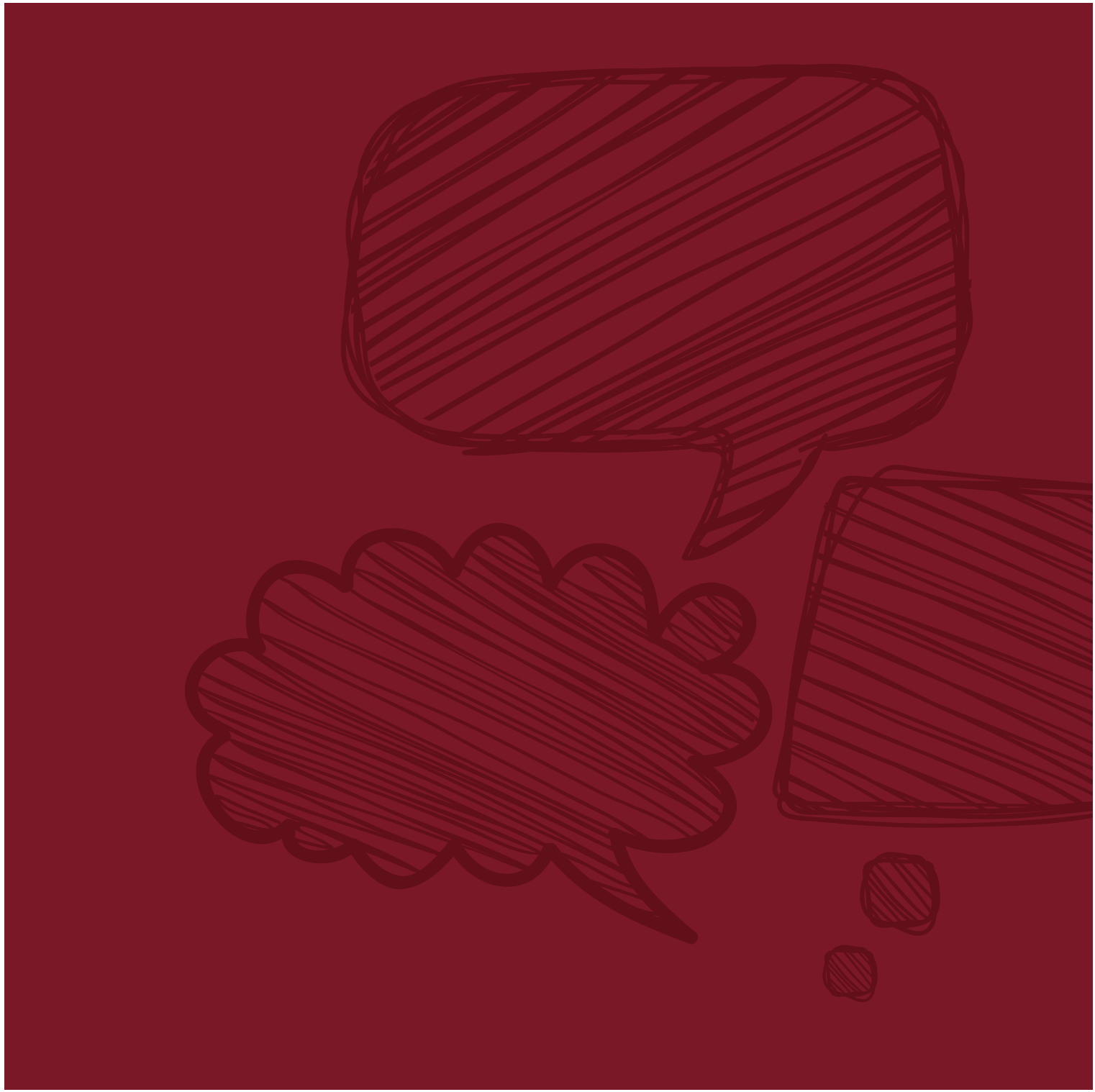
Il piano di controlli delle Banche del Gruppo ha previsto, oltre ai controlli ordinari, anche accertamenti straordinari.

A fronte dei controlli, vengono erogate specifiche raccomandazioni classificate in tre livelli (secondo la metodologia già adottata dalla Funzione Audit):

- **prescrizioni**
- **disposizioni**
- **suggerimenti**

PER L'ANNO 2015 SONO STATE EMESSE 40 PRESCRIZIONI, 20 DISPOSIZIONI E 8 SUGGERIMENTI

La Funzione Compliance trimestralmente trasmette, alle Funzioni interessate, il riepilogo delle raccomandazioni richiedendo l'aggiornamento delle attività secondo indicazioni.



LA PERFORMANCE DI SOSTENIBILITÀ

LA **RESPONSABILITÀ** SOCIALE

> La responsabilità sociale è un asset chiave per l'impresa. Trasparenza, valori e sostenibilità sono i fattori su cui l'impresa gioca la sua partita sul mercato.
>
> R. Illy, Presidente Gruppo Illy

› La responsabilità sociale **62**

› Il Ruolo di FReD **64**

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

La Responsabilità Sociale rappresenta lo "strumento" cardine nella creazione di valore per tutta la comunità

La Responsabilità Sociale contribuisce in maniera sostanziale alla strategia aziendale:

- **prevenendo e gestendo i rischi reputazionali**
- **creando valore per gli stakeholder** attraverso azioni concrete opportunamente valorizzate dalla comunicazione

Per la banca, la Responsabilità Sociale rappresenta anche un modello di "Governance allargata dell'organizzazione" in base al quale chi la governa ha responsabilità che non si limitano ai doveri fiduciari nei riguardi della proprietà/azionista, ma si estendono a tutti gli stakeholder.

Infine, la Responsabilità Sociale é la base per conservare ed accrescere uno degli asset più preziosi, benché immateriali, dell'impresa: **la fiducia**.

Lo sforzo che ha accomunato, negli ultimi anni, le banche del **Gruppo Cariparma Crédit Agricole** nel campo della Responsabilità Sociale, é stato quello di mappare, far emergere, organizzare il patrimonio di valori e di esperienze condivise nelle varie prassi aziendali.

In altre parole Cariparma, FriulAdria, Carispezia e Calit ritengono la vicinanza e la relazione con il cliente e la comunità di riferimento, la chiave per il proprio sviluppo unitamente ad una strategia e ad una gestione del Gruppo allineata su valori ispirati ad una sostenibilità di lungo periodo.

Da questi elementi é partito un ampio progetto che ha guardato sia all'interno dell'organizzazione, attraverso un censimento e una pianificazione strategica delle attività di responsabilità sociale d'impresa, sia all'esterno, con un percorso di aggiornamento degli strumenti di rendicontazione e di engagement e di confronto periodico con i principali stakeholder.

DAL 2012 IL GRUPPO HA ADERITO AL GLOBAL COMPACT NETWORK. DA ANNI PARTECIPA AL GRUPPO DI LAVORO ABI SUI TEMI DELLA SOSTENIBILITA'

Questo percorso di revisione strategica ha permesso di dare maggior senso e coerenza ai vari progetti che vengono realizzati a tutti i livelli nelle banche del Gruppo.

Tale esigenza si é manifestata in modo ancora più chiaro dopo l'introduzione di **FReD**, l'iniziativa quadro del Gruppo Crédit Agricole, un meta-progetto strutturato con l'obiettivo di fornire a tutte le realtà del Crédit Agricole un quadro comune nella definizione delle politiche di Responsabilità Sociale, misurandone i progressi realizzati.

A tal proposito, a partire dal 2015, i temi di Responsabilità Sociale che normalmente erano condivisi con le principali funzioni aziendali attraverso **il Comitato Responsabilità Sociale**, sono stati "elevati" a materia di **Comitato di Direzione**, organo aziendale che coinvolge i primi riporti della Direzione Generale, deputato alla condivisione interna delle principali strategie e progetti aziendali.

IL RUOLO DI FReD

Nel 2011 nasce FReD con l'obiettivo dichiarato di accompagnare e rafforzare il percorso di Responsabilità Sociale del Gruppo a livello mondiale

Crédit Agricole, la "banque verte", ha sviluppato nel tempo una politica di Responsabilità Sociale ed ambientale che si traduce in un percorso di miglioramento per i clienti, i collaboratori e le comunità di riferimento.

Nel 2011 il Gruppo Cariparma Crédit Agricole lancia il meta-progetto FReD con l'obiettivo dichiarato di accompagnare e rafforzare il percorso di Responsabilità Sociale del Gruppo a livello mondiale.

Rappresenta:

- **UNA SFIDA STRATEGICA**
  una politica di Responsabilità Sociale di lungo termine finalizzata ad incrementare la reputazione del Gruppo attraverso azioni concrete e di business da parte delle entità del Gruppo
- **UNA SFIDA CULTURALE E OPERATIVA**
  che determina un concreto impegno e una partecipazione attiva da parte di tutti i dipendenti del Gruppo

FReD si pone tre obiettivi:

- fornire alle realtà Crédit Agricole coinvolte un quadro comune che permetta di definire e formulare politiche di Responsabilità Sociale di Gruppo
- monitorare gli sviluppi della Responsabilità Sociale di Gruppo e misurare i progressi realizzati
- consentire un confronto tra le varie entità del Gruppo

Come funziona FReD

Il raggiungimento degli obiettivi di miglioramento dell'indice FReD é parte integrante già dal 2011 del sistema incentivante del management del Gruppo, a testimonianza dell'attenzione strategica che Crédit Agricole riserva a FReD quale veicolo prioritario di induzione e sviluppo della Responsabilità Sociale nella sua accezione più ampia.

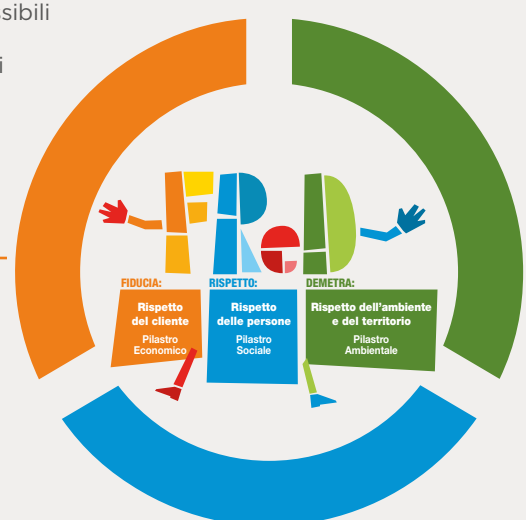
Aderire a FReD significa, per ogni entità del Gruppo, realizzare ogni anno 15 progetti nell'ambito dei tre pilastri:

FIDUCIA
rispetto del cliente

include progetti volti alla costruzione di un dialogo con gli stakeholder, a sviluppare delle offerte e procedure che integrano gli elementi di Responsabilità Sociale, alla protezione degli interessi dei clienti, allo sviluppo di un'offerta di prodotti accessibili a tutti, garantendo l'etica nelle operazioni e nei rapporti commerciali

DEMETRA
rispetto e tutela dell'ambiente

racchiude progetti volti alla tutela dell'ambiente attraverso lo sviluppo di un'offerta di prodotti con finalità ambientale nelle attività di credito e assicurative, al sostegno dell'innovazione nella produzione industriale locale, al monitoraggio della nostra impronta ambientale diretta e alla protezione dell'ambiente, alla costruzione di un dialogo con gli stakeholder, alla formalizzazione di politiche e procedure che integrino i fattori ambientali, alla considerazione dei criteri soci-ambientali nella selezione dei fornitori



RISPETTO
rispetto delle persone e della comunità

comprende progetti volti a garantire l'equità e a promuovere la diversità, a favorire comportamenti coerenti con i valori e la cultura del Gruppo, a promuovere la partecipazione dei colleghi ed il dialogo sociale, ad incoraggiare lo sviluppo dell'impiegabilità dei collaboratori, a migliorare la qualità di vita nel posto di lavoro, a promuovere il dialogo con tutti gli stakeholder e lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio di riferimento

FIDUCIA

Progetti	Scadenza	Descrizione
Procedura FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act)	2015	Il progetto nasce con l'obiettivo di combattere l'evasione fiscale dei clienti americani attraverso l'installazione e l'utilizzo di un software dedicato in linea con le direttive FACTA
Laboratorio di pianificazione finanziaria	2015	Progetto di ricerca e benchmark sull'analisi dei bisogni e sull'offerta del risparmio gestito in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore, Amundi, CA Vita. Obiettivo dell'iniziativa è quello di sviluppare prodotti secondo i bisogni del cliente e garantire operazioni e rapporti commerciali etici
Progetto DonnAzienda del Gruppo Cariparma Credit Agricole per l'imprenditoria femminile	2016	Il progetto si pone l'obiettivo di offrire soluzioni per sostenere concretamente l'attività di impresa delle imprenditrici fin dalla fase di start up e di agevolare la conciliazione famiglia – lavoro
Integrazione criteri di Responsabilità Sociale nelle politiche settoriali applicate al credito	2017	In coerenza con gli indirizzi adottati dalla Capogruppo, il progetto si pone l'obiettivo di definire politiche settoriali applicate al credito attraverso l'identificazione di alcuni settori ritenuti a maggior profilo di rischio economico e sociale
Partnership ANFFAS-Carispezia (Associazione Nazionale Famiglie di Persone con Disabilità Intellettiva e/o Relazionale)	2016	Partnership con ANFFAS con l'obiettivo di sviluppare un'offerta sociale, con prodotti e servizi a condizioni favorevoli

RISPETTO

Progetti	Scadenza	Descrizione
Progetto di comunicazione assertiva in collaborazione con le Organizzazioni Sindacali	**2015**	Il progetto nasce all'interno della Commissione paritetica sulla Responsabilità Sociale d'Impresa, in collaborazione con le Risorse Umane e le Organizzazioni Sindacali, al fine di migliorare la comunicazione all'interno dell'azienda
ARTEMISIA	**2015**	All'interno del meta-progetto Artemisia, il piano d'azione si pone l'obiettivo di sviluppare attività a sostegno e supporto delle dipendenti entrate in maternità
Formazione Age Management	**2015**	Il progetto prevede lo sviluppo, la gestione e la formazione del personale in base alle diverse fasce d'età
Educazione alimentare	**2015**	Nell'ambito del miglioramento del welfare per il personale, in collaborazione con CLASS CNBC e Fondazione Veronesi, sono state realizzate 10 pillole video sull'educazione alimentare, trasmesse sulla webTV aziendale
Adotta una Classe	**2017**	Il progetto promuove il miglioramento e l'integrazione della qualità dell'offerta formativa mediante l'adozione di metodologie didattiche innovative, con interventi coordinati ed organici, individuati dal Gruppo in collaborazione con Confindustria di Piacenza e la scuola di riferimento

DEMETRA

Progetti	Scadenza	Descrizione
Cuore Verde Cavagnari	**2018**	Il progetto prevede la realizzazione del nuovo centro direzionale Cavagnari che si pone l'obiettivo di monitorare l'impatto ambientale diretto e tutelare l'ambiente attraverso la riduzione del consumo di energia e di acqua. È previsto inoltre il conseguimento della certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design)
La rinascita di Vernazza - Carispezia	**2015**	Il piano d'azione ha previsto la riqualificazione di Piazza Marconi a Vernazza, a seguito dell'alluvione del 2011 in collaborazione con la Fondazione Carispezia, utilizzando materiali eco-sostenibili e realizzando una nuova pavimentazione, arredo urbano, verde e illuminazione
Gran Mutuo Green	**2015**	Sviluppato all'interno del Mortgage Lab, la banca in collaborazione con Edison Energia, offre la possibilità ad ogni cliente che sottoscrive un Mutuo Green un anno gratis di energia elettrica. Inoltre, grazie alla partnership con AzzeroCO2, per ogni mutuo sottoscritto viene piantato un albero in zone soggette a forte degrado o a rischio di dissesto idrogeologico, quale attività di riqualificazione territoriale
Insieme al lavoro! – FriulAdria	**2015**	Il piano d'azione si pone l'obiettivo di effettuare un censimento della mobilità di tutti i colleghi della banca nel percorso casa-lavoro al fine di ideare iniziative mirate di mobilità sostenibile (car pooling, treno, bicicletta, ecc...)
Proseguimento dematerializzazione documenti contabili	**2015**	Il progetto prevede la dematerializzazione delle comunicazioni alla clientela al fine di ridurre l' impatto ambientale legato al consumo di carta

LA PERSONA
AL CENTRO

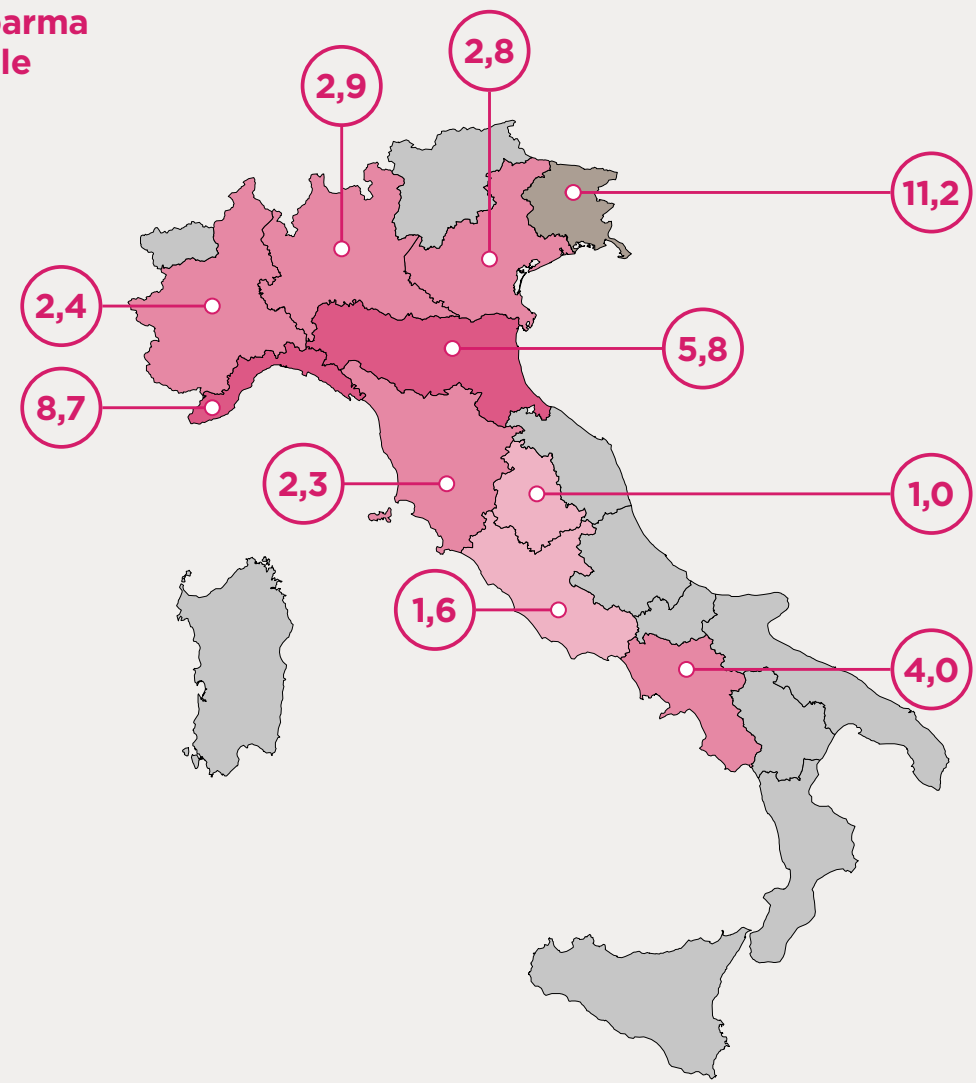
ACCESSIBILITA' E VICINANZA AL CLIENTE

“La vera sfida è non perdere il legame tra banche e territorio...”
M. Melley, Presidente Fondazione Carispezia

› La presenza nei territori 72
› Il ruolo di Crédit Agricole Group Solutions 75
› Verso la multicanalità e lo sviluppo di nuovi canali 76

LA PRESENZA NEI TERRITORI

Gruppo Cariparma Crédit Agricole



Quote di Mercato*

- 0-2%
- 2-5%
- 5-10%
- >10%

*Le quote di mercato sono calcolate rapportando la rete del Gruppo al 31.12.2015 verso il mercato al 30.09.2015 (fonte Banca d'Italia)

	CARIPARMA	FRIULADRIA	CARISPEZIA	GRUPPO
N. SPORTELLI	558	187	89	834
N. POLI AFFARI	9	3	1	13
N. MERCATI PRIVATE	14	5	2	21
N. MERCATI D'IMPRESA	13	5	2	20
N. AREE CORPORATE	1	-	-	1

Opera* in
144
comuni
con meno di
5.000
abitanti,
con
152
filiali, di cui:

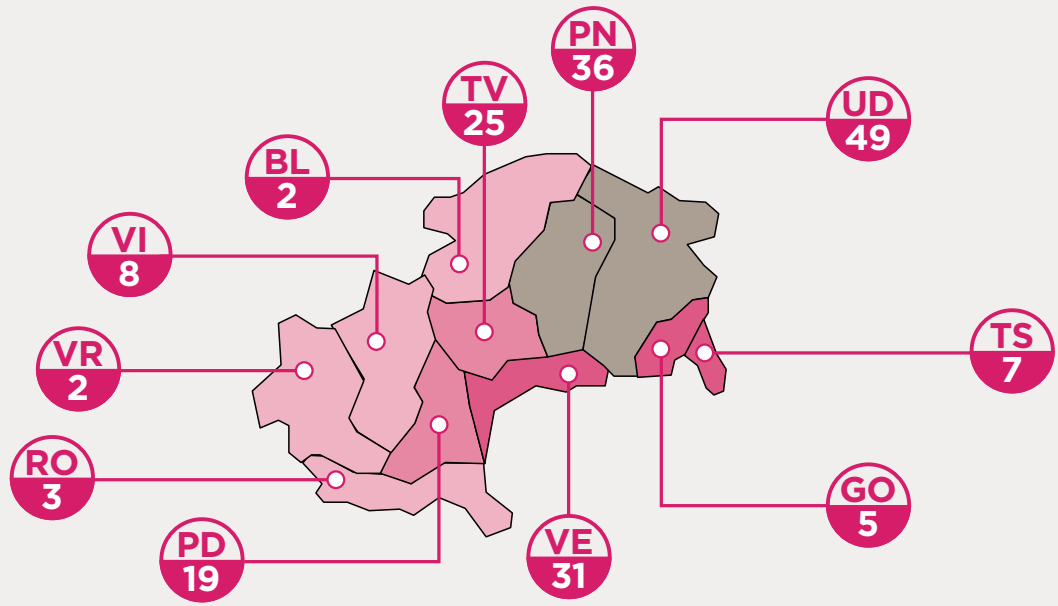
- **93** Cariparma
- **40** FriulAdria
- **19** Carispezia

*Nel corso del 2015 non sono state aperte o chiuse filiali in comuni con meno di 5.000 abitanti. I comuni con meno di 5.000 abitanti sono considerati dal Gruppo come scarsamente popolati. Fonte dei dati di popolazione: ISTAT (2014)

FriulAdria

Quote di Mercato*

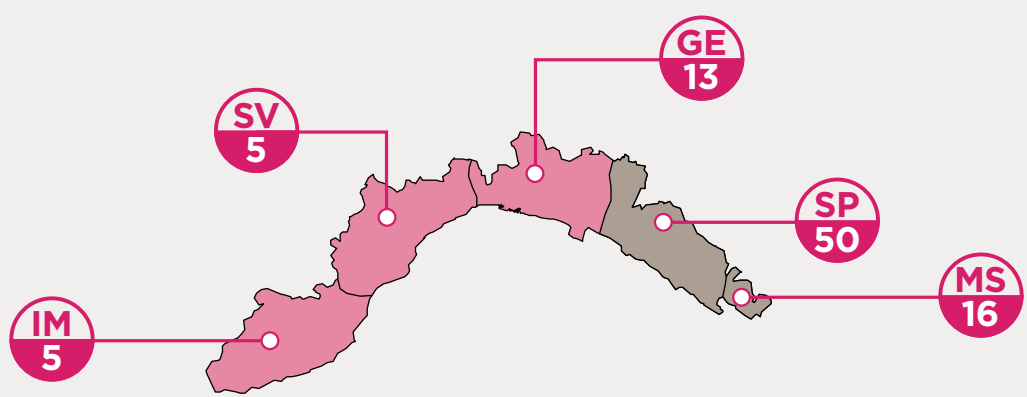
- 0-2%
- 2-5%
- 5-10%
- >10%
- n. filiali per provincia



Carispezia

Quote di Mercato*

- 0-2%
- 2-5%
- 5-10%
- >10%
- n. filiali per provincia



*Le quote di mercato sono calcolate rapportando la rete del Gruppo al 31.12.2015 verso il mercato al 30.09.2015 (fonte Banca d'Italia)

IL RUOLO DI CRÉDIT AGRICOLE GROUP SOLUTIONS

Crédit Agricole Group Solutions nasce il 1 settembre 2015 con un triplice obiettivo: far evolvere la macchina operativa, industrializzare i processi operativi, creare in Italia una "piattaforma di Gruppo"

Il 1 settembre 2015 é stata avviata la nuova "società consortile" del Gruppo con il nome Crédit Agricole Group Solutions, all'interno della quale sono confluiti circa 700 colleghi provenienti da Cariparma e FriulAdria.

Alla sua costituzione hanno preso parte tutte le società del Gruppo ovvero Cariparma e FriulAdria con il conferimento di rami d'azienda rientranti nel perimetro del progetto; Carispezia e Calit mediante conferimento in denaro. Anche Eurofactor, la società di Factoring del Gruppo Crédit Agricole, ha partecipato con relativo apporto di denaro. Il Consorzio, che si pone come una "Piattaforma delle Operations" a livello nazionale, ha l'obiettivo di erogare servizi di qualità a tutte le società aderenti e di rappresentare un modello di eccellenza che generi valore per le persone e per i suoi clienti attraverso la ricerca continua di innovazione e nuove sinergie.

Crédit Agricole Group Solutions promuove anche benefici di efficienza e di qualità del servizio e grazie alla sua autonomia operativa si propone tre principali obiettivi:

- spinta verso l'industrializzazione dei processi operativi
- evoluzione della macchina operativa attuale del Gruppo Cariparma Crédit Agricole verso un modello "centro servizi" di eccellenza in linea con le best practice del mercato
- estendere il perimetro delle attività del Gruppo Crédit Agricole in Italia con la creazione di una "piattaforma di Gruppo" a livello locale

SETTEMBRE
2015
nasce Crédit Agricole Group Solutions

VERSO LA MULTICANALITÀ E LO SVILUPPO DI NUOVI CANALI

I Canali Diretti rappresentano per il cliente una modalità innovativa (24h no stop) di operare e interagire con la Banca

Le direttrici strategiche, che hanno animato il 2015, sono:

- aumento dell'offerta per la clientela multicanale sia Privati che Affari
- incremento delle funzionalità delle piattaforme esistenti
- sviluppo progetti e acquisizione clientela online

I principali prodotti e servizi offerti

I Canali Diretti rappresentano per il cliente una modalità innovativa (24h no stop) di operare ed interagire con la Banca offrendo un "veicolo" di comunicazione complementare alla rete fisica di filiali. La mission é quella di garantire al cliente la comodità della gestione dei propri rapporti bancari a distanza senza vincoli di orario, luogo o strumento, attraverso una gamma di servizi e tecnologie dedicate:

MOBILE BANKING
AREE SELF
BANCA TELEFONICA
SMS INFORMATIVO
POS MOBILE
INTERNET BANKING

VANTAGGI: COSTI E COMMISSIONI INFERIORI RISPETTO ALL'OPERATIVITÀ TRADIZIONALE E PROGRESSIVA DEMATERIALIZZAZIONE

Il 2015 ha visto il Gruppo impegnato nel miglioramento della propria App con il rilascio di nuove funzionalità specifiche come la "Posizione Globale", che permette al cliente, di avere per la prima volta a livello di sistema bancario, un riepilogo della propria posizione: una vista d'insieme di tutti i rapporti bancari (conti, investimenti, Carte Conto), oltre che di visualizzare mutui, prestiti e polizza vita.

Con l'ultima versione 6.0 si possono consultare documenti digitali, F24 effettuati, grafici carte bancomat di prelievo e pagamento e, per la prima volta, i prodotti assicurativi del ramo danni (RC Auto, casa).

Infine, nel 2015 sono state rafforzate le sinergie con altre società del Gruppo Crédit Agricole Italia: nell'App Nowbanking é stata data la possibilità ai clienti di visualizzare, nell'Area Protezione, tutte le informazioni riguardanti le polizze danni: Auto, Casa, Infortuni, Mezzi di Pagamento, Mobile e Interventi Chirurgici, per la prima volta digitalmente.

È stata inoltre lanciata l'App Nowpay appartenente al circuito Jiffy che fa parte del pacchetto di multicanalità "Nowbanking Privati" e che fornisce la possibilità di scambiarsi – in modo innovativo - somme di denaro in real time tra la clientela privata. Nel corso del 2015 il "Nowbanking" é stato esteso a tutta la clientela Corporate, con un focus particolare sui clienti con esigenze di operatività multi-banca.

È proseguita la migrazione di Nowbanking Piccole Imprese dalla precedente piattaforma BankLink.net2 integrandolo con nuove funzionalità tra cui il Risparmio Gestito e il Token, quest'ultimo inteso come strumento di autorizzazione delle operazioni.

I clienti dispongono del POS Mobile: l'innovativo apparecchio che consente di accettare le carte di pagamento con banda magnetica, chip e contactless attraverso lo smartphone o il tablet in modo comodo e veloce.

Il POS Mobile é piccolo, leggero e semplice da utilizzare: il cliente firma sul display e può decidere di ricevere la conferma in formato elettronico.

Coerentemente con il percorso intrapreso, é proseguito il consolidamento del modello di Filiale Evoluta, che riguarda oggi 223 Filiali a livello di Gruppo.

Partnership avviate nel 2015:

- Google
- Amazon
- Microsoft
- HTC
- Lastminute.com
- Spotify

In questi siti, ai servizi abituali, si é aggiunta un'area self service sempre aperta e dotata di macchine tecnologicamente avanzate (ATM multifunzione e Chiosco per i pagamenti) che consentono al cliente di effettuare tutte le principali operazioni di sportello in autonomia, senza code né vincoli di tempo.

La sicurezza informatica

Nel corso dell'anno sono state realizzate nuove iniziative e presidi di sicurezza sia per la clientela che per la banca, in particolar modo nei riguardi della "Cybercriminalità" e degli attacchi via rete telematica. Tra le principali iniziative:

- diffusione delle piattaforme antifrode ai nuovi canali dedicati ai prodotti di internet banking
- consolidate le piattaforme dedicate agli attacchi di tipo "APT – Advanced Persistent Threat" (Minacce Costanti Evolute)
- potenziati i presidi normativi legati alla tracciatura delle operazioni bancarie
- rilasciata la piattaforma per la sottoscrizione di contratti on line tramite firma digitale
- passaggio a strumenti di strong authorization su tutti i prodotti e canali di internet banking

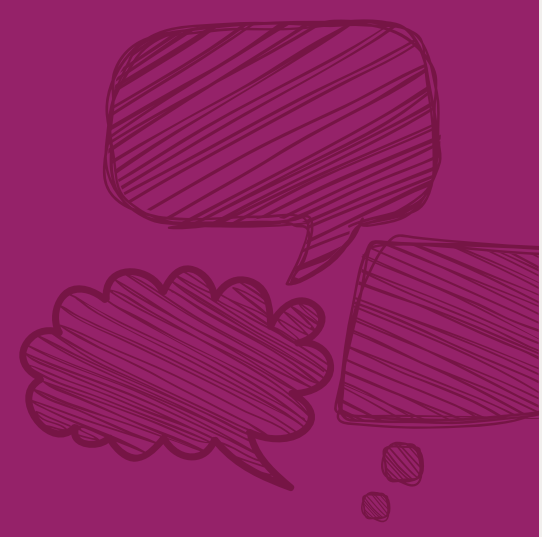
AFFIDABILITA'
E SOLIDITA'

“Oggi è sempre più necessario comunicare solidità e affidabilità oltre che diffondere i valori positivi che costituiscono l'identità di un'azienda.

D. Piroli, CFO Chiesi Group”

› Principali risultati e commento sulla gestione 80

› Distribuzione del Valore Aggiunto 82



PRINCIPALI RISULTATI E COMMENTO SULLA GESTIONE

Nel 2015 il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha conseguito performance positive all'interno di un contesto economico-finanziario che ha evidenziato incoraggianti segnali di ripresa

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole

All'interno di uno scenario macroeconomico che ha evidenziato incoraggianti segnali di ripresa, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole, nel 2015, ha conseguito **performance positive**, mantenuto livelli adeguati di patrimonio e liquidità, aumentato la redditività e rafforzato gli investimenti a supporto della crescita. Nel dettaglio, il **Gruppo** ha fatto registrare nel 2015 un **utile netto di 221 milioni di euro** (+38% A/A e con un ROE del 4,6%) a conferma di una posizione patrimoniale solida e livelli più che adeguati di liquidità. I proventi operativi netti si attestano a quota 1.773 milioni di euro migliorando su base annua del 2,6%. Bene gli interessi netti pari a 1.011 milioni mentre le commissioni nette raggiungono i 710 milioni (+1,9%). Gli oneri operativi (1.008 milioni) rispecchiano sostanzialmente i costi dell'esercizio precedente, mentre la **gestione operativa** – con un cost/income in discesa a quota 54,5% - si conferma un punto di forza del Gruppo.

Il patrimonio netto di Gruppo sale a 4,9 miliardi (+3%) per una massa amministrata che ammonta a 99,2 miliardi (+5%).

FriulAdria

FriulAdria ha chiuso l'esercizio 2015 con un **utile netto pari a oltre 34 milioni di euro, in crescita del 6%** rispetto al 2014, nonostante l'impatto pari a 8,3 milioni dei contributi ai fondi "salvabanche".

Tra i dati più significativi dell'esercizio la massa di denaro erogata a famiglie e imprese del territorio, pari a un miliardo di euro, la **forte crescita dei mutui casa (+46,5%) e dei finanziamenti alle imprese (+32%)** con quasi **20 mila nuovi clienti Retail acquisiti**.

Il cost/income è pari a 57,8% mentre il costo del credito è risultato essere in flessione del 14% anno su anno attestandosi a 68 milioni di euro. Il patrimonio netto è pari a 727 milioni, in crescita del 2,7% rispetto al 31 dicembre 2014.

Il risultato della gestione operativa è stato pari a 123 milioni con gli oneri operativi che si attestano a 188 milioni. Il ROE è stato pari al 4,8% a testimonianza del trend crescente lato redditività.

Il dividendo proposto all'assemblea degli azionisti **è pari a 1,2 euro** per azione mentre il rendimento dell'azione si attesta al 2,80%.

Carispezia

Carispezia consegue nel 2015 performance positive, mantenendo adeguati livelli di patrimonio e liquidità, aumentando la redditività e rafforzando gli investimenti a supporto della crescita.

Carispezia si conferma come presenza di riferimento in tutta la Regione, con un **utile netto pari a 27 milioni di euro (+27% A/A con ROE al 12,5%), proventi operativi netti pari a 152 milioni, patrimonio netto pari a 218 milioni e 165 mila clienti**.

Il risultato della gestione operativa é stato pari a 62 milioni di euro, in aumento del 20% rispetto all'esercizio precedente. L'andamento positivo si é reso possibile anche grazie ad un'attenta gestione degli oneri operativi che si attestano a 89 milioni di euro.

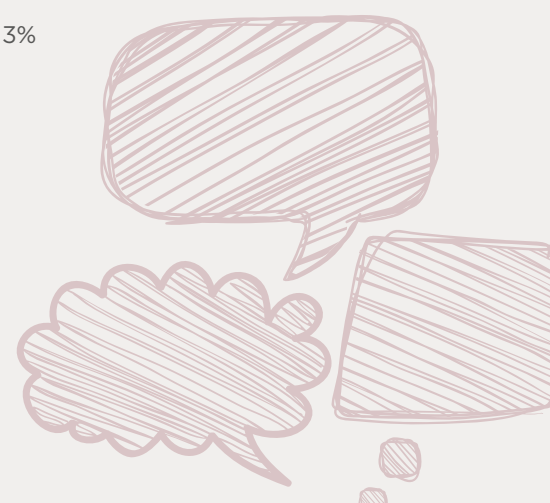
Gli impieghi verso la clientela al 31.12.2015 ammontano a quasi 2,5 miliardi di euro in crescita del 3% rispetto al 2014.

Calit

Il 2015 è stato il secondo anno consecutivo di **crescita del mercato del leasing dopo il biennio 2012/2013** caratterizzato da una forte flessione.

Il bilancio 2015 di Calit è stato di piena soddisfazione facendo registrare una **crescita di + 19,1% a/a in termini di volumi e + 9,7%** in termini di numero di contratti stipulati, contro un mercato del leasing che registra + 5,5% a/a in termini di volumi e + 13,2% in termini di numero di contratti.

Nella classifica generale **Calit si colloca al 15º posto con un volume di 416 mln/€**, un dato rilevante che rappresenta il 2,45% dei volumi totali del mercato (a dicembre 2014 era il 2,19% sul totale).

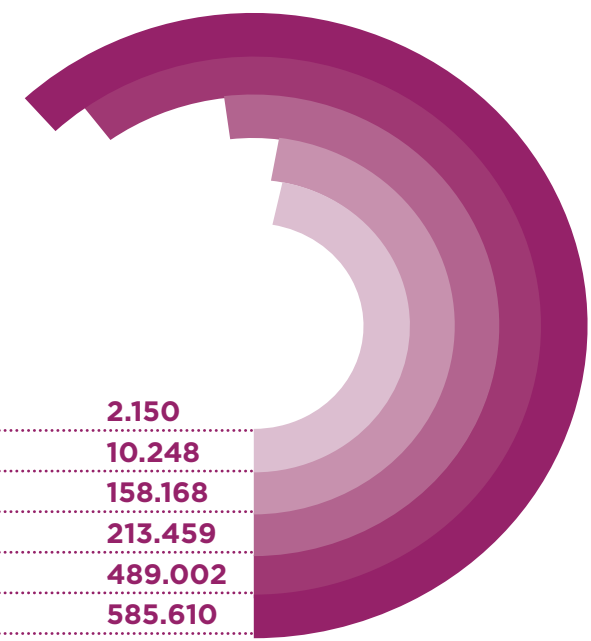


DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto é un insieme di aggregati che misura l'impatto esercitato dal Gruppo Cariparma Crédit Agricole sul nucleo degli interlocutori più significativi dell'attività

Il valore aggiunto è un elemento imprescindibile per valutare i risultati conseguiti in termini di risorse "distribuite", di utilità sociale "realizzata" e di possibili benefici "diretti e indiretti". Il prospetto del Valore Aggiunto é operativamente utile nella misurazione del valore prodotto nell'esercizio e nell'evidenziare la sua distribuzione tra gli stakeholder che hanno contribuito nel generare ricchezza nella Banca.

Valore aggiunto distribuito (migliaia di euro)



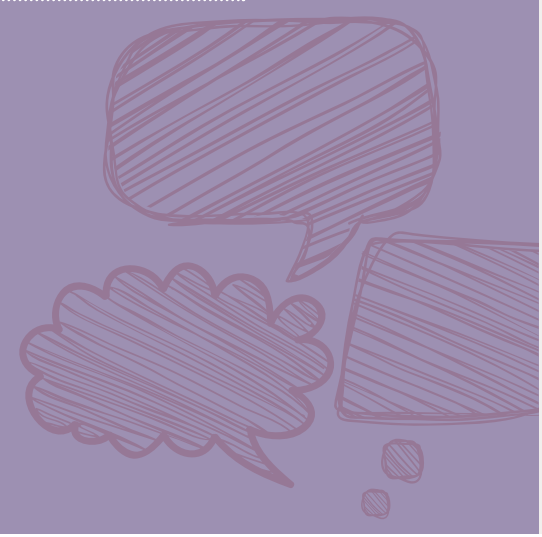
Collettività e ambiente	**2.150**
Terzi	**10.248**
Azionisti	**158.168**
Amministrazione centrale e periferica	**213.459**
Fornitori	**489.002**
Dipendenti e collaboratori	**585.610**

ASCOLTO
OPEN MIND
SEMPLICE
GREEN
LA PERS
AL CEN
INNOVAZIONE
SMART

QUALITA', ASCOLTO E **INNOVAZIONE**

> La fase di trasformazione del sistema bancario è sotto gli occhi di tutti, oggi è sempre più necessario recuperare fiducia e reputazione attraverso una migliore gestione del risparmio delle famiglie, una maggiore comunicazione dei requisiti per l'accesso al credito e una maggiore attenzione al "rischio" ..."
>
> On. P. De Micheli, Ministero dell'Economia e Finanza

› Le politiche del credito 86
› Il modello di servizio 88
› La co-progettazione e l'innovazione nei servizi del credito 90
› Vicino ai privati 92
› Al fianco delle imprese 96
› I servizi del Private 102
› La gestione del risparmio 104
› La centralità dell'Agroalimentare 106
› Le attività di educazione finanziaria 114



LE POLITICHE DEL CREDITO

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole adotta politiche di credito a sostegno dei settori più interessanti per lo sviluppo e la crescita sostenibile del territorio

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole, in questo ambito, adotta un approccio bidirezionale identificando, da un lato, i settori ritenuti maggiormente rischiosi a livello economico e sociale in ottica di un crescente disimpegno o di un suo graduale ridimensionamento e, dall'altro, analizzando invece i settori che presentano un'attività economica più attrattiva per lo sviluppo economico e sociale dei territori di riferimento, a favore di una strategia più espansiva.

Nell'ambito di una delle attività tipiche della Direzione Crediti – quella delle revisioni degli affidamenti - la Banca si è concentrata sul miglioramento della conoscenza del cliente, in ottica di aggiornamento delle valutazioni del profilo di rischio, confermando l'importante sostegno ai settori più interessanti per lo sviluppo economico e sociale del territorio.

L'attività, attuata in coerenza con le politiche creditizie settoriali, ha consentito di massimizzare la qualità della relazione e rafforzare la vicinanza alla clientela, valorizzandone anche i territori di appartenenza.

La Funzione Crediti, in continuità con lo scorso anno, ha proseguito e perfezionato l'attività progettuale relativa allo strumento "Sistema Esperto" a supporto del gestore nella fase di istruttoria che fornisce, in modo automatico e approfondito, l'analisi della situazione finanziaria del cliente.

Questo Sistema è stato esteso alla clientela Affari Retail all'inizio del secondo semestre del 2015: tale decisione è propedeutica all'introduzione di un nuovo strumento per la concessione del credito denominato Pratica Elettronica di Fido (PEF), attraverso il quale viene istruita la richiesta di affidamento formulata dal cliente.

I vantaggi:

- Snellimento qualitativo
- Maggiore sensibilità di analisi
- Rapidità nella risposta
- Riduzione della carta
- Incremento del controllo

Ad ogni progetto sviluppato dalla Direzione Crediti segue una forte attività di formazione per favorire l'evoluzione dei comportamenti e un cambiamento culturale sempre più focalizzato al supporto dell'economia reale.

Tra questi progetti nel corso del 2015 si sottolinea il Processo di Formazione Permanente Crediti, sviluppato attraverso l'erogazione di giornate formative in aula in collaborazione con l'Università Cattolica di Piacenza.

A questo progetto si è affiancata una formazione specifica rivolta alle risorse del canale Banca d'Impresa, dedicata al nuovo modello di rating creditizio in fase di implementazione.

Il Gruppo ha perseguito poi politiche finalizzate alla corretta progettazione e vendita di prodotti e servizi finanziari, con specifico indirizzo sociale e ambientale.

Inoltre, ha trovato piena attuazione il modello organizzativo di Direzione che ha previsto la creazione di tre distinte aree di credito dedicate alla clientela, differenziate per profilo di rischio e complessità di gestione della relazione con l'inserimento anche di profili professionali specialistici.

Il 2015 ha visto anche l'inizio della negoziazione per la stipula di una convenzione con Banca Prossima finalizzata a fornire un accesso facilitato al credito da parte di organizzazioni No-profit, presenti e attive sui territori di presenza del Gruppo.

Per garantire l'adozione di comportamenti responsabili e per agevolare l'introduzione di principi etici nel processo di concessione creditizia, la banca ha scelto di tenere conto del rating di legalità per le imprese, attribuito dall'Autorità Garante per la concorrenza e del mercato (AGCM), inserendolo nel processo di istruttoria per ridurre i tempi e i costi nella concessione dei finanziamenti.

Il requisito viene anche utilizzato per la valutazione di merito di credito dell'impresa e sempre nel pieno rispetto del Regolamento e delle Politiche del Credito pro-tempore vigenti.

Approfondimento: finanziamento al settore della difesa

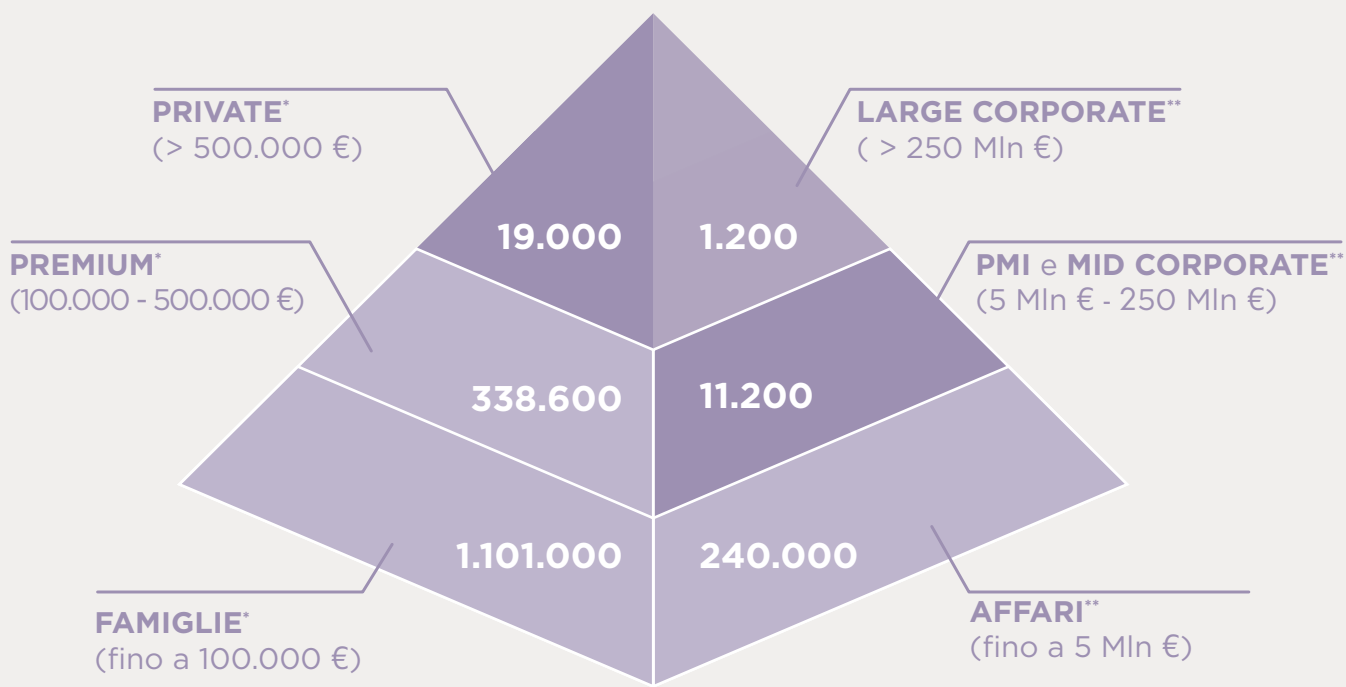
La delicata attività di finanziamento al settore della difesa è regolamentata nel Gruppo Cariparma Crédit Agricole da una specifica policy che tiene conto sia delle linee guida di Crédit Agricole sia delle specificità della normativa e del contesto nazionale. Inoltre, ogni operazione viene valutata singolarmente dalla funzione Compliance sulla base dell'oggetto dell'operazione stessa, della tipologia di controparte e del rischio politico del Paese di destinazione.

Le operazioni per cui sussistono autorizzazioni ministeriali ai sensi della Legge 185/90 sono registrate sul portale SIGMA - DT di proprietà del Ministero dell'Economia e delle Finanze (Dipartimento del Tesoro) per consentire al Ministero il loro monitoraggio.

La banca non ammette i finanziamenti di qualsiasi tipo concessi a controparti coinvolte nella produzione, conservazione o vendita di mine antiuomo e bombe a grappolo ed i finanziamenti alle operazioni di commercio internazionale di armi nucleari, biologiche, chimiche e di armi di distruzione di massa. Inoltre sono identificati alcuni settori economici per i quali la concessione creditizia deve avvenire a seguito di un'attenta valutazione degli organi deliberanti centrali preceduta dal parere favorevole del Servizio Normativa Antiriciclaggio. Sono ricompresi in tali settori: casinò, giochi e scommesse, commercio di opere d'arte, energie rinnovabili, commercio e lavorazione di diamanti, raccolta e smaltimento di rifiuti pericolosi.

IL MODELLO DI SERVIZIO

Il modello di servizio del Gruppo si pone l'obiettivo di soddisfare i diversi bisogni della clientela

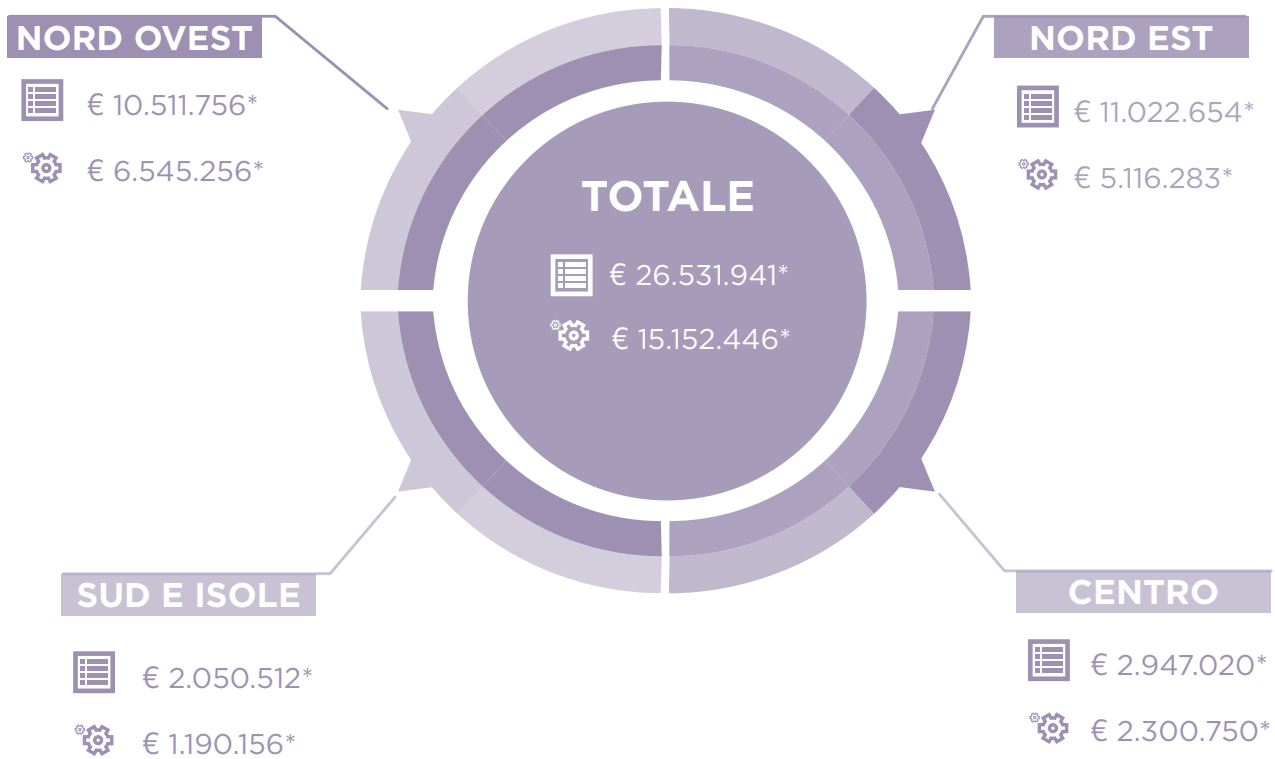


TOTALE CLIENTI: ~1.713.000

*patrimonio

**fatturato

Clienti privati per area geografica



RACCOLTA DIRETTA

IMPIEGHI
(al netto delle sofferenze)

*Dati in migliaia di euro

LA CO-PROGETTAZIONE E L'INNOVAZIONE NEI SERVIZI DEL CREDITO

L'offerta del Gruppo nasce dall'ascolto della clientela al fine di erogare prodotti e servizi in grado di rispondere alle differenti esigenze del mercato

Si tratta di un approccio che ha, come obiettivo primario, quello di trovare soluzioni in grado di massimizzare l'efficacia in piena collaborazione con i portatori d'interesse.

In particolare, è grazie all'attività di focus group che la Banca osserva ed esamina i bisogni, discute delle aspettative di innovazione da parte del target ed elabora una risposta coerente con le aspettative.

Nel 2015 sono stati realizzati due focus group di prodotto, uno sui mutui e l'altro sul conto corrente.

L'obiettivo dell'indagine sui mutui è stato quello di indagare i vissuti, gli atteggiamenti e i driver di scelta rispetto al prodotto che rappresenta un impegno a lungo termine. In un contesto dominato da difficoltà e incertezza, il mutuo mantiene una valenza emotiva importante perché di lunga durata a fronte di un futuro incerto, poco accessibile, sostenibile e costoso. È però anche uno strumento valorizzante, socialmente accettato, con un valore concreto ed essenziale legato ad un progetto di vita molto ambito, da sempre sinonimo di indipendenza. Le variabili di scelta emerse dall'indagine, sono riconducibili a elementi quali l'accessibilità (la rata), l'economicità (il tasso), la flessibilità, la sicurezza, la fiducia, la semplicità e la trasparenza.

Per quanto riguarda il nuovo conto corrente "Conto di conoscerti", si è analizzata una proposta di conto nelle sue diverse componenti al fine di ottimizzare la formula e adeguarla alle esigenze del target di riferimento. Entrambi questi percorsi partecipati hanno portato all'inserimento in portafoglio di prodotti nuovi.

Nella stessa ottica sono state pensate altre iniziative: tra queste Hackathon, innovativo percorso di co-progettazione inquadrato nel

IL FOCUS GROUP È UNA DELLE ATTIVITÀ-GUIDA DELLA PROGETTAZIONE E DELL'INNOVAZIONE NEI SERVIZI: SI TRATTA DI UNO STRUMENTO DI RICERCA QUALITATIVA CHE CONSENTE DI ANALIZZARE LE MOTIVAZIONI E LE ATTESE DELLA CLIENTELA POTENZIALE E, UNITAMENTE ALLA WEB DISCUSSION, INTEGRA I CONTENUTI E GLI OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE

progetto **"Bank 4 Teens"**, nato con l'obiettivo di dar voce ai bisogni della Generazione Z (quella dei nati dopo gli anni 2000), sia in termini di prodotto e servizio, sia nella ricerca del modello relazionale più adatto alle caratteristiche del target.

Per raggiungere tale obiettivo la scelta è stata quella di coinvolgere tutti i dipendenti delle banche del Gruppo attraverso un Hackathon internazionale chiedendo loro di partire dalla propria esperienza per ideare qualcosa di concreto e dal valore tangibile.

Il valore aggiunto di "Bank 4 Teens" è il fatto di aver consentito a tutti di mettersi in gioco, di proporre per la prima volta la propria idea facendo network, in modo globale e collaborativo, all'interno di una piattaforma creata appositamente per l'iniziativa nella quale hanno potuto confrontarsi con colleghi ed esperti di materie differenti: marketing, finanza, informatica, digital (startupper fintech, game designer, blogger). I portatori delle idee migliori hanno partecipato ad una gara internazionale a Parigi (1-2 dicembre 2015) per svilupparne il prototipo e il team dell'idea vincitrice parteciperà alla fase finale di incubazione del progetto, per vederne infine il lancio sul mercato entro la fine del 2016.

VICINO AI PRIVATI

Nell'attuale contesto socio-economico, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole è consapevole del proprio ruolo e considera il principio di sostenibilità parte integrante della propria proposta di valore

Nell'esercizio dell'**attività di credito**, la mission della banca risponde a precisi obblighi di informazione e trasparenza nei confronti dei clienti per:

- agevolare il consumatore nella ricerca dell'offerta più conveniente
- adottare uno stile di comunicazione sui prodotti e sui servizi chiaro e immediato
- fornire consulenza specializzata per comprendere e far comprendere al cliente la reale corrispondenze tra l'offerta e le proprie esigenze
- tutelare il consumatore dal rischio di sovra-indebitamento anche attraverso l'adozione di politiche di valutazione del merito creditizio sulla base di informazioni adeguate

L'impegno del Gruppo nei confronti delle famiglie, dei giovani e dei nuclei familiari "atipici" si è concretizzato in particolare con un'offerta dedicata ai mutui casa. Inoltre il Gruppo ha aderito al Fondo Garanzia Prima Casa costituito presso il Ministero dell'Economia e della Finanza, che garantisce fino al 50% del debito residuo dei mutui ipotecari casa. I richiedenti del mutuo prima casa possono rivolgersi alla Banca per l'acquisto, interventi di ristrutturazione e accrescimento di efficienza energetica di unità immobiliari, site sul territorio nazionale.

Le richieste vengono valutate secondo le seguenti priorità:

- giovani coppie (coniugi e conviventi da almeno 2 anni, in cui almeno uno dei due componenti non abbia più di 35 anni)
- nucleo familiare mono-genitoriale con figli minori
- conduttori di alloggi di proprietà degli Istituti Autonomi per le Case Popolari
- giovani under 35 titolari di lavoro atipico

La Garanzia del Fondo è efficace già dalla data di erogazione del mutuo, è concessa nella misura del 50% della quota capitale, e permane per l'intera durata del finanziamento.

L'ammontare del finanziamento, da erogarsi in un'unica soluzione, non deve essere superiore a 250.000 euro. La banca potrà prevedere a favore dei mutuatari misure facoltative a tutela di chi presenti difficoltà nei pagamenti.

Con le medesime finalità, nel 2015 ha ripreso avvio la collaborazione con l'Associazione RiCrediti che

sperimenta con successo la pratica del credito d'inclusione rivolta a persone e famiglie considerati "non bancabili" (ovvero non assistiti da garanzie reali) dal sistema creditizio tradizionale. Tale iniziativa vede insieme l'Associazione RiCrediti e la Fondazione Cariparma e Cariparma come soggetto erogante.

Il nuovo corso del progetto è indirizzato a persone e/o famiglie residenti/domiciliati in provincia di Parma o che svolgono la propria attività d'impresa sul territorio e, se sono straniere, in possesso del regolare permesso di soggiorno.

Sono previste due modalità di credito, cui si affianca l'attività di tutoraggio svolta dall'Associazione RiCrediti nei confronti dei beneficiari per tutto il periodo del rimborso del finanziamento e con attività di formazione, a seconda del tipo di finanziamento richiesto:

- **il credito per l'inclusione sociale di persone in difficoltà** che promuove progetti d'inclusione sociale e finanziaria destinate a persone fisiche in particolari condizioni di vulnerabilità economica o sociale (ad esempio: in stato di disoccupazione, di sospensione o riduzione dell'orario lavorativo per motivi non legati alla propria volontà ecc...)
- **il credito per lo sviluppo di iniziative imprenditoriali** o per l'inserimento nel mercato del lavoro che prevede:
  - attività di finanziamento finalizzata all'avvio o allo sviluppo di un'attività di lavoro autonomi o di piccola impresa
  - attività di finanziamento di corsi di formazione, compresi corsi universitari e post universitari al fine di agevolare l'inserimento nel mercato del lavoro delle persone destinatarie del finanziamento

Proprio in quest'ottica, anche nel 2015 è continuato lo sviluppo di **DonnAzienda**, il progetto della Direzione Retail, promosso e messo a punto in collaborazione con l'Università Cattolica di Piacenza e l'Associazione **Valore D**.
Un progetto di sistema, avviato alla fine del 2013 con l'obiettivo di sostenere le imprese guidate da donne, da più parti considerate motore e modello di sviluppo vincente per il nostro Paese, che grazie al coinvolgimento attivo delle dipendenti, imprenditrici e associazioni di categoria (attraverso tavoli di ascolto e interviste individuali), ha consentito di intercettare le specifiche esigenze delle donne che fanno impresa e identificare insieme a loro i principali ambiti d'intervento.

La nuova gamma di prodotti e servizi, disegnata proprio sulla base di quanto appreso nella fase di ascolto, comprende non solo

prodotti prettamente bancari, ma anche servizi extra-bancari di welfare e advisory business.

Sono oltre 48.000 le imprese femminili clienti e più di 1.700 i finanziamenti erogati nel 2015 attraverso **Scelgo Io Imprenditoria Femminile**, il prodotto di finanziamento che prevede 3 opzioni di flessibilità a disposizione delle clienti al verificarsi di accadimenti della vita privata che possono avere ricadute sull'attività d'impresa, siano questi eventi positivi e felici come la nascita o l'adozione di un figlio o al contrario negativi come ad esempio la malattia propria o di un familiare convivente: sospensione totale rata per 12 mesi, sospensione quota capitale fino a 18 mesi, oppure variazione dell'importo rata.

CRESCE IL CLUB DONNAZIENDA

Il Club DonnAzienda cresce e dà il benvenuto a un nuovo partner. Le clienti possono richiedere, con uno sconto esclusivo, anche i servizi di Teleassistenza offerti da EBM Tesan. La nuova offerta si va ad aggiungere ai servizi di asili nido, baby sitting ondemand, assistenza agli anziani, prevenzione medica e check-up salute

La banca, il 23 marzo 2015, ha sottoscritto un Protocollo d'Intesa con la Regione Emilia Romagna e le Organizzazioni Sindacali valido per l'intero anno solare. Con quest'accordo, il Gruppo ha anticipato gli ammortizzatori sociali ai dipendenti di aziende in difficoltà. Di fatto, le imprese che utilizzano gli ammortizzatori sociali, spesso non sono in grado di anticipare il trattamento economico ai lavoratori. L'erogazione di tali somme sono deputate all'INPS, ma dal momento della richiesta al momento dell'erogazione, passano alcuni mesi, con conseguenti difficoltà economiche per i lavoratori e le famiglie.

È in questo periodo che interviene la banca anticipando le somme ai lavoratori, in attesa dell'accredito da parte dell'INPS.

Un sostegno analogo è stato garantito alle popolazioni colpite da eventi atmosferici con plafond dedicati per finanziamenti a condizioni agevolate, finalizzate al recupero dei beni danneggiati.

Gli interventi hanno riguardato i **clienti residenti in Versilia a marzo 2015, a Firenze nel mese di agosto e a Piacenza a settembre**. Oltre ai finanziamenti a condizioni agevolate, è stata anche proposta la sospensione della quota capitale delle rate fino a sei mesi.

In particolare, per le zone di Piacenza è stato messo a disposizione un plafond complessivo di 30 milioni di € per finanziamenti destinati al recupero di beni danneggiati.

Il plafond, a condizioni particolarmente agevolate, ha previsto benefici sia per i privati che per le imprese.

Per la zona di Forte dei Marmi, invece, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole e il Comune hanno collaborato per la ricostruzione del Palaforte - scoperchiato dal maltempo dopo la tromba d'aria che il 5 marzo 2015 ha colpito il territorio - con un contributo di 20 mila euro a copertura della metà delle spese di ristrutturazione.

Il Gruppo ha anche avuto un ruolo attivo nel sostegno delle zone colpite dal nubifragio che ha interessato Firenze nel mese di agosto: i clienti della Banca hanno potuto ottenere finanziamenti e condizioni particolarmente agevolate, finalizzate al recupero di beni danneggiati, senza spesa d'istruttoria e incasso rata. Il plafond, del valore di 30 milioni di €, ha permesso erogazioni fino a 30mila € per le imprese e a 20mila € per i privati che ne hanno fatto richiesta.

CREDITO RESPONSABILE

CARIPARMA, FIDUCIA A CHI È IN DIFFICOLTÀ

Cariparma ha stretto la mano alla Diocesi di Vigevano con l'erogazione di finanziamenti a condizioni agevolate in favore di soggetti residenti, domiciliati o che semplicemente lavorano nel territorio della Diocesi, in particolari situazioni di difficoltà. "Prestiamoci Fiducia" prevede finanziamenti dai 400 ai 3.000 euro, e va ad arricchire il progetto di socialità finanziaria "CariparmaSipuò", che prevede partnership con enti locali nelle aree di presenza della Banca per sostenere privati e aziende in difficoltà.

FRIULADRIA, UN AIUTO PER IL DOPO-TORNADO

Il violento tornado che ha colpito il Veneto nel 2015 ha lasciato una lunga scia di danni. Ancora una volta, FriulAdria non ha fatto mancare il suo sostegno, stanziando un primo plafond di 10 milioni di euro per ristrutturazione della casa, ripristino capacità produttiva dell'azienda, copertura danni subiti da semilavorati, impianti e infrastrutture, con attenzione alla filiera agroalimentare. Condizioni agevolate, iter deliberativo facilitato e tempi rapidi di erogazione sono state le caratteristiche del prestito.

CARISPEZIA, UN PRESTITO AGEVOLE A CHI È IN DIFFICOLTÀ

I numeri parlano chiaro: 44 pratiche per un totale di 104.000 euro. É questo ad oggi il risultato di un'importante iniziativa, promossa da Carispezia, Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia e Caritas a sostegno del territorio. Si chiama progetto "Microcredito" ed è volto ad aiutare persone e famiglie in condizioni di particolare difficoltà economica e sociale. Tutti coloro che non riusciranno ad accedere a finanziamenti bancari ordinari potranno beneficiare di prestiti fino a un massimo di 3.500 euro e migliorare così la propria qualità di vita. Carispezia erogherà finanziamenti ad un tasso agevolato e senza commissioni.

AL FIANCO DELLE IMPRESE

Banca d'Impresa nasce nel 2014 con l'obiettivo di sostenere le aziende meritevoli nella loro fase di crescita grazie a servizi di consulenza all'avanguardia

Per rafforzare la vicinanza con le imprese, a luglio 2014 nasce Banca d'Impresa, l'area di business della banca che ha l'ambizione di diventare uno dei migliori player di mercato sul segmento Corporate.

La **mission della banca**, lato aziende, vuole essere:

- comprendere le loro esigenze attraverso l'organizzazione di appositi tavoli di ascolto a cui prendono parte anche le Associazioni di categoria
- garantire competenze, prodotti e servizi dedicati ed efficienti
- sostenere le PMI nelle fasi di crescita e sviluppo per competere sia a livello nazionale che internazionale

Il Gruppo accompagna, così, le aziende nella pianificazione finanziaria e strategica dei progetti industriali offrendo una gamma completa di strumenti e soluzioni all'avanguardia, servizi di consulenza specializzati e prestiti dedicati.

A partire da inizio aprile 2015, infatti, la Banca ha messo a disposizione della rete commerciale di Banca d'Impresa un plafond commerciale che ha consentito di accordare a **clienti IG cluster Top** e **Alto Potenziale** prezzi favorevoli.

Per offrire soluzioni personalizzate in base ai segmenti di clientela, la Banca ha impostato un **modello distributivo differenziato** in linea con:

- bisogni standard, forza della relazione, risposte veloci
- consulenza specialistica, soluzioni personalizzate
- bisogni complessi, sinergie infragruppo

Al fine di generare nuove soluzioni di business grazie alla vendita di prodotti ad elevato valore aggiunto, ci si è focalizzati nel recupero MINT (Margine di Intermediazione) sulle commissioni attraverso l'animazione commerciale tra Rete e Specialisti di prodotto.

Il Gruppo ha anche gestito in modo specifico le posizioni deteriorate grazie alla costituzione dei portafogli **"bad credit"** presso i mercati con massa critica, focalizzandosi fortemente sul recupero crediti. Tra gli obiettivi più importanti perseguiti emerge **l'acquisizione di clientela nel segmento Large Corporate**, composto da imprese che presentano un fatturato superiore a 250 mln €, promuovendo anche una più stretta collaborazione con Crédit Agricole Corporate & Investment Bank (CACIB).

L'azione di acquisizione orientata ad imprese con fatturato superiore ai 15 milioni e solidi dati di bilancio ha portato all'apertura verso circa 860 nuovi clienti, che hanno maturato circa 600 mln € di impieghi.

Anche grazie a ciò, nel corso dell'anno è stato rilevabile un aumento significativo dei volumi di impieghi alla clientela di Banca d'Impresa (+2,3% sui volumi puntuali rispetto a fine 2014, con una crescita degli impieghi "in bonis" superiore al Sistema Bancario) ed è stato attivato un plafond sul comparto impieghi a breve termine dedicato alla aziende clienti maggiormente meritevoli che ha permesso di concretizzare circa 200 mln € di impieghi aggiuntivi su 500 clienti selezionati.

Con queste premesse, le principali iniziative specifiche del Gruppo sono state:

- **nuovi accordi collaborativi con Associazioni di categoria** in presidi territoriali di sviluppo per il Gruppo. Tra questi si segnala l'accordo con **Confindustria Pesaro Urbino**, il cui obiettivo è supportare le imprese nei processi di innovazione e di internazionalizzazione
- **accordo tra l'ABI e le principali Associazioni di categoria imprenditoriali (Accordo per il Credito 2015)** che individua nuove misure per facilitare l'accesso al credito delle PMI
- **attività di copertura attraverso il Fondo di Garanzia per le PMI,** con l'obiettivo di aumentare gli importi erogabili grazie alle garanzie. Sono state perfezionate 81 operazioni per un ammontare di oltre 44,3 milioni di euro
- **incontri di "Commercio Internazionale: principali opportunità e rischi"** che hanno visto la partecipazione di oltre 100 aziende interessate a progetti internazionali con l'obiettivo di fare un focus sulle principali opportunità, criticità e possibili soluzioni
- **iniziativa Predeliberati destinata ai clienti dei Mercati Imprese** con l'obiettivo di facilitare e accelerare i tempi relativi alle concessioni creditizie
- Sono stati infine lanciati nuovi prodotti:
  - **Nowbanking Corporate** una nuova soluzione modulare completa ed integrata per la gestione di incassi e pagamenti sia in un ambito domestico sia in ottica SEPA
  - **Fatturazione Elettronica**
  - **Cash Pooling** (bilateral agreement attivi con 50 paesi esteri)
  - **Misys Trade Portal** che consente una migliore gestione della tesoreria e delle attività commerciali con l'estero

VICINI ALLE IMPRESE

CON BEI A SOSTEGNO DI PMI E MIDCAP

A luglio 2015 il Gruppo ha stipulato con BEI un nuovo contratto di prestito per 80 mln € di plafond, destinato a contratti di leasing e a finanziamenti bancari. Rivolto alle PMI e alle MidCap di tutti i settori (a eccezione di quelli non etici per BEI), permette alle imprese di accedere con maggiore semplicità a risorse finanziarie a basso costo a sostegno di progetti di investimento, e consente nel contempo al Gruppo di sviluppare gli impieghi in una logica di "self funding".

CARIPARMA, CON NERI GROUP PROTEGGIAMO IL NOSTRO MARE

Cariparma, grazie all'importante lavoro di Banca d'Impresa - in particolare del Mercato Imprese Firenze - ha supportato la Neri Group, storica azienda livornese, eccellenza nel campo del rimorchio portuale e dei servizi marittimi. Il finanziamento di 6,3 mln € a 12 anni è stato destinato in favore della nave da soccorso Nos Taurus, già protagonista delle operazioni di messa in sicurezza e rimozione della Costa Concordia, in particolare per l'estrazione di carburanti dai serbatoi della nave.

SOS INVESTIMENTI? FRIULADRIA DÀ UNA RISPOSTA "SEMPLICE E RAPIDA"

Per favorire la ripresa economica, bisogna essere veloci e concreti. Lo devono essere le imprese, ancor più i loro partner. FriulAdria per rimettere in moto l'imprenditoria locale, favorisce una risposta veloce alle richieste delle PMI attraverso il Progetto Semplice e Rapido, realizzato in collaborazione con Cofidi Veneziano. La banca si impegna a dare una risposta entro 10 giorni lavorativi per affidamenti fino a 50.000 €, con plafond di 15 mln €.

CREDITO PIÙ SEMPLICE CON CARISPEZIA

Accesso al credito più semplice per le imprese liguri grazie al progetto di istruttoria condivisa messo a punto da Carispezia e Confart Liguria. Le micro, piccole e medie imprese della regione avranno nell'importante Confidi - oltre 11 mila imprese associate - l'interlocutore cui rivolgersi per presentare una richiesta di finanziamento alla Banca. Questi i punti di forza dell'accordo: tempi di risposta rapidi e certi, un pacchetto di consulenza finanziaria "chiavi in mano" dal check up al business plan anche per nuove imprese e, grazie alla garanzia Confart, tassi convenzionati migliori rispetto al mercato.

Il supporto all'internazionalizzazione

Il processo di internazionalizzazione assume un'importanza sempre più rilevante per le aziende che si espandono oltre i propri confini nazionali.

Il Gruppo, attraverso la creazione del polo per l'accompagnamento all'internazionalizzazione - l'**International desk** - supporta le aziende nell'espansione sui mercati esteri e, allo stesso tempo, accoglie le aziende estere che vogliono fare business in Italia sfruttando il network internazionale di Crédit Agricole.

L'international desk rappresenta l'interlocutore unico per i contatti con i Paesi esteri, garantendo efficienza e rapidità di risposta, garantendo la presenza in 52 Paesi.

L'internazionalizzazione: opportunità offerte dal Gruppo

La collaborazione del Gruppo Cariparma Crédit Agricole con il Gruppo SACE ha portato alla firma di un nuovo accordo che ha messo a disposizione delle PMI italiane 150 mln € di finanziamenti destinati allo sviluppo di attività di export.

L'accordo prevede il potenziamento dell'azione congiunta di Cariparma e SACE a sostegno delle imprese della filiera agroalimentare grazie all'iniziativa "Fidi di Campagna" e alle linee di credito dedicate alle esigenze economico-finanziarie specifiche delle imprese del settore conserviero.

LA PARTNERSHIP GRUPPO CARIPARMA CRÉDIT AGRICOLE – SACE HA SUPPORTATO NELL'ANNO 30 AZIENDE ITALIANE PER UN TOTALE DI 24,7 MLN €

ACCOMPAGNARE LE IMPRESE ALL'ESTERO

INSIEME PER UN'OPERAZIONE "SPUMEGGIANTE"

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha stanziato con SACE un finanziamento da 1 mln € a favore della crescita internazionale di Bellavista, eccellenza italiana nella produzione di spumante Franciacorta. Marchio storico nato nel 1977 a Erbusco (BS), le cui vigne occupano un decimo dell'intero territorio franciacortino e che vanta la commercializzazione di oltre un milione e 300 mila bottiglie l'anno. L'operazione, condotta dal Mercato Imprese Bergamo-Brescia, è destinata a rafforzare la presenza di Bellavista in Europa, Stati Uniti e Giappone: mercati strategici per l'export di vini e spumanti.

IL GRUPPO CARIPARMA E CRÉDIT AGRICOLE EGYPT: COME "TESSERE" UN'ALLEANZA

Tutto è partito dall'Egitto, dove l'arte tessile vanta una tradizione plurimillenaria: qui Crédit Agricole Egypt ha instaurato dal 2010 una relazione solida con Filmar Nile Textile, filiale egiziana della bresciana Filmar SpA. In virtù della comune appartenenza a Crédit Agricole, la "sorella" egiziana ha messo in relazione il Gruppo Cariparma con Filmar SpA, leader nella produzione di filati di cotone, da più di 50 anni fornitore delle migliori case di moda italiane e francesi, tra cui Armani, Dolce e Gabbana, Lacoste, Hermès. Filmar SpA è così diventata cliente di Cariparma, che ha erogato un finanziamento a b/t di 2 mln € finalizzato alla gestione dell'operatività import/export: un esempio di sinergia infragruppo.

ITALIA E POLONIA, "PARTITA DOPPIA" PER IL NOSTRO GRUPPO

Parlare di sinergie sembra quasi riduttivo per descrivere le operazioni concluse dal Gruppo, Crédit Agricole Bank Polska, CAEFL e Calit con il gruppo Industrialesud, leader nelle produzione di interni auto, e la sua controllata polacca IS Polska. Sei gli attori in scena; a orchestrare il tutto il Servizio Specialisti Estero e Cash Management e il Mercato Imprese Roma di Cariparma, per un gioco di squadra che ha permesso di acquisire il cliente sia a Cariparma (6 mln € di affidamento) che a Crédit Agricole Bank Polska. Secondo atto, entrano in scena gli specialisti del leasing, con la polacca Crédit Agricole EFL che concede a IS Polska un finanziamento di 2,5 mln €, mentre Calit mette a disposizione un plafond di 1 mln €.

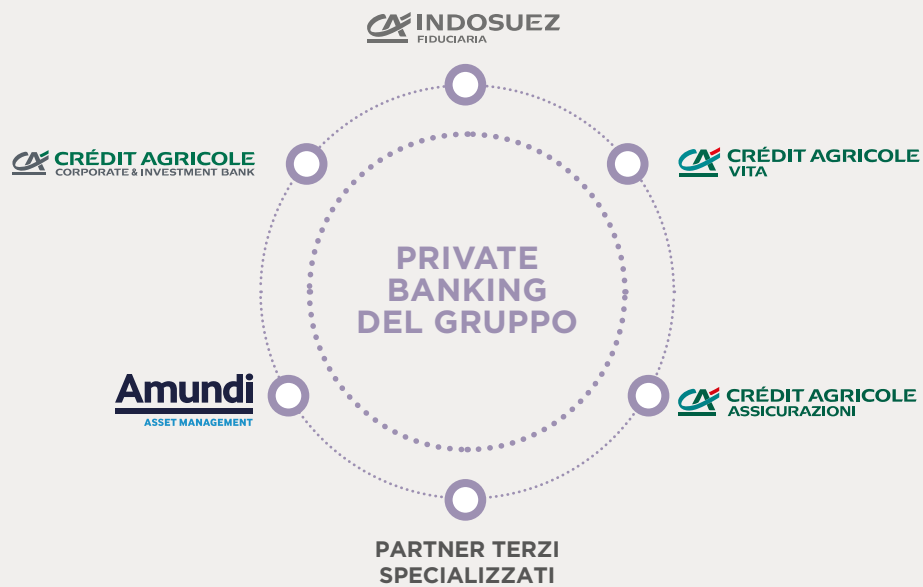
I SERVIZI DEL PRIVATE

Il Private Banking offre un servizio di gestione personalizzata nel rispetto delle esigenze del cliente

La missione del Private Banking del Gruppo è quella di offrire un servizio di gestione personalizzata in cui i patrimoni vengono gestiti secondo le individuali esigenze del cliente e nel pieno rispetto dell'equilibrio tra rendimento atteso e rischio sostenibile.

OBIETTIVO:
risposte concrete, chiare ed esaustive in termini di strategie d'investimento, consulenza e asset allocation con orizzonti intergenerazionali.

Idee innovative e un'evoluta piattaforma tecnologica sono alla base di un'accurata valutazione dei Private Banker quando propongono le più adatte soluzioni d'investimento ai clienti, i quali possono seguire periodicamente l'andamento del proprio portafoglio.



IL CLIENTE SEGUE PERIODICAMENTE L'ANDAMENTO DEL PROPRIO PORTAFOGLIO CON UN REPORT CHE EVIDENZIA IN MODO EFFICACE E TRASPARENTE I PRINCIPALI FATTORI DI PERFORMANCE E I POTENZIALI RISCHI PROSPETTICI

Servizi offerti

ADVISORY SUI TITOLI
attraverso un servizio di consulenza completa e integrata che gestisce il patrimonio finanziario

SOLUZIONI
assicurative vita e danni

GESTIONE DEL PATRIMONIO
tramite l'offerta di diverse linee di gestione con un crescente livello di personalizzazione

MULTIBRAND
sui fondi e sicav dei migliori asset manager internazionali

SERVIZI FIDUCIARI
del Gruppo che offrono soluzioni nel rispetto della riservatezza e privacy

CONSULENZA FISCALE E SUCCESSORIA
che agevola i clienti nella loro rispettiva pianificazione

REPORTING
di dati puntuali e supporti chiari ai clienti nelle loro decisioni di investimento personalizzato

Linee guida del Private Banking:

- migliore qualità degli asset grazie al rafforzamento del presidio consulenziale e all'innovazione della gamma di prodotto
- efficienza operativa
- diversificazione dei portafogli

LA GESTIONE DEL RISPARMIO

Ampia gamma di soluzioni finanziarie su misura attraverso un servizio personalizzato e completo di consulenza

La mission dell'Area Wealth Management è quella di creare valore per la Banca mediante lo sviluppo e l'individuazione di prodotti e servizi eccellenti, valorizzando le competenze presenti nelle Fabbriche Prodotto di Gruppo ed extraGruppo.

Ai sensi della normativa aziendale, la funzione è referente e responsabile dell'implementazione della normativa in materia di MiFID Regolamento Intermediari e Intermediazione Assicurativa Vita.

Contribuisce a disegnare prodotti, strumenti e servizi finanziari più efficaci per singolo segmento di mercato nel rispetto delle esigenze del cliente e nel pieno rispetto dell'equilibrio tra rendimento atteso e rischio sostenibile.

Linee guida dell'Area WM:

- migliore qualità dei prodotti a disposizione dei clienti grazie al rafforzamento della guida commerciale e all'innovazione della gamma di prodotto
- efficienza operativa tramite l'utilizzo del PFP (Personal Financial Planning)
- diversificazione dei portafogli grazie all'offerta multimanager

WEALTH MANAGEMENT

Verifica dei portafogli dei clienti e rispetto alla loro profilatura MIFID ed alle loro esigenze di investimento

Soluzioni assicurative vita innovative in partnership con Crédit Agricole Vita

Multibrand sui fondi e sicav dei principali asset manager internazionali

Contribuisce alla definizione di contributi formativi per i colleghi che svolgono l'attività di consulenza finanziaria

Mantiene i rapporti con le Società Prodotto di Gruppo ed extraGruppo per i prodotti di risparmio gestito

Sulla scorta dell'analisi macroeconomica e delle previsioni di mercato di Amundi SGR redige i criteri per la composizione dei "portafogli modello" e il successivo inserimento nel Personal Financial Planning (PFP)

LA CENTRALITÀ DELL'AGROALIMENTARE

L'agroalimentare è sempre di più un settore sinonimo di "Made in Italy" dall'elevato potenziale in termini di sviluppo occupazionale e sostenibilità ambientale

Il settore Agroalimentare rappresenta uno dei pilastri economici del "Made in Italy" grazie all'elevato potenziale in termini di sviluppo occupazionale, sostenibilità ambientale e di esportazione dei prodotti.

Secondo i risultati di una recente analisi promossa dalla banca, gli operatori del settore richiedono, nella selezione del partner bancario, competenza, convenienza e fiducia nell'offerta dei servizi.

Inoltre, nella valutazione del merito creditizio si aspettano:

- personale qualificato capace di comprendere le specificità dell'azienda o del settore, con bassi costi di gestione e un rapporto consolidato nel tempo
- tassi d'interesse e richieste di garanzie adeguate
- comprensione della rigidità del ciclo produttivo e della distanza temporale tra spese e ricavi, spesso non considerata nella valutazione del credito

La mission strategica della funzione agroalimentare è quella di sostenere lo sviluppo di agricoltura e agroalimentare, supportando gli operatori del settore grazie all'attività specialistica di consulenza e alla visione di filiera.

L'agricoltura e l'agroalimentare sono al centro della strategia della banca, che si pone l'obiettivo di diventare un riferimento per:

1. aziende agricole dinamiche e innovative
2. imprese dell'agroalimentare
3. associazioni di categoria e partner di settore

L'obiettivo di Orizzonte Agroalimentare è di:

- soddisfare al meglio i bisogni delle aziende agricole e agroalimentari, con un approccio a 360°
- favorire l'acquisizione di nuova clientela nel target agricolo e agroalimentare e aumentare la fidelizzazione dei clienti
- fornire consulenza specialistica "parlando la stessa lingua della clientela"
- rinnovare l'immagine del Gruppo, con l'ambizione di diventare gruppo bancario di riferimento per l'Agroalimentare in Italia

MODELLO DI SERVIZIO

- Servizi dedicati
- Sinergie con Crédit Agricole, Casse Regionali e società specializzate del Gruppo
- 16 Specialisti e 256 Gestori prevalenti

PARTNERSHIP STRATEGICHE

- Associazioni di categoria e confidi (Coldiretti, Confagricoltura)
- Costruttori di macchine per l'agricoltura leader del mercato
- Un modello di servizio dedicato con tempi di risposta certi

APPROCCIO DI FILIERA "ORIZZONTE"

- Sviluppo expertise sulle principali filiere (vino, latte, carne, cereali, ortofrutta)
- Approccio strutturato alle filiere: Orizzonte
- Cross-canale grandi aziende

CONSULENZA

- Analisi del mercato e dei bisogni dei clienti
- Consulenti in rete con una formazione dedicata
- Approccio a 360° al cliente

L'APPROCCIO DI FILIERA, DENOMINATO "ORIZZONTE AGROALIMENTARE", È UN MODELLO INNOVATIVO E FORTEMENTE SPECIALIZZATO SULLA SINGOLA FILIERA

Orizzonte Agroalimentare si caratterizza per 4 elementi di innovazione:

1. un approccio fortemente specializzato, basato su studi di mercato di Nomisma e sull'ascolto dei bisogni della clientela
2. una formazione tecnico-commerciale dedicata a Gestori e Specialisti Agroalimentare
3. un modello di servizio fortemente focalizzato, sia dal punto di vista consulenziale, sia da quello creditizio
4. una serie di iniziative di marketing e comunicazione volte a cogliere le specificità delle singole filiere ed i relativi bisogni

Orizzonte:

- CARNE
- LATTE
- ORTOFRUTTA
- VINO
- CEREALI

Due accordi per lo sviluppo integrato

Per rispondere alle esigenze specifiche del settore, il Gruppo ha sottoscritto due principali accordi, rispettivamente con Confagricoltura e CreditAgri Coldiretti.

Il 9 aprile 2015 il Gruppo Cariparma Crédit Agricole e Confagricoltura hanno firmato un accordo nazionale per favorire l'accesso al credito delle aziende agricole e agroalimentari nella fase di crescita e sviluppo.

Confagricoltura è la seconda associazione di categoria in Italia per numero di associati e rappresenta in prevalenza imprese medio-grandi.

Tale accordo va ad affiancarsi al modello Orizzonte Agroalimentare e all'ormai consolidata collaborazione con CreditAgri Coldiretti, a testimonianza del forte legame del Gruppo con il tessuto economico.

Grazie alle sinergie con le Associazioni di Categoria, il Gruppo è in grado di valutare le aziende agricole pur in assenza di dati di bilancio e parlando la "stessa lingua" del cliente e fornendo risposte concrete in tempi mai superiori ai 10 giorni.

Gli obiettivi che il Gruppo persegue a seguito dell'accordo sono:

- acquisizione e fidelizzazione della clientela
- crescita degli impieghi su clienti pre-selezionati e valutati da un partner che risponde alle informazioni necessarie per la corretta impostazione del dossier
- sviluppo del cross-selling
- incremento delle quote di mercato della Banca
- presidio del rischio

IL MODELLO È CARATTERIZZATO DA TEMPI DI RISPOSTA RAPIDI SUL CREDITO E SI ARTICOLA IN 5 FASI PRINCIPALI:

- **pre-valutazione della clientela**
  attraverso la redazione di un apposito documento (Master) sviluppato in collaborazione con le Associazioni di Categoria, che consente uno screening completo delle aziende agricole, anche in assenza dei dati di bilancio
- **pre-analisi delle richieste di finanziamento**
  a cura di Figure Specialistiche dedicate
- **istruttoria "centralizzata" delle richieste di finanziamento**
  a cura di una struttura dedicata
- **delibera**
  a cura di una struttura specializzata nell'agroalimentare con competenze tecniche
- **erogazione**
  a cura di una filiale

LE INIZIATIVE A FAVORE DELL'AGROALIMENTARE

CARIPARMA, CON LA DORIA SOSTENIAMO "L'ORO ROSSO" ITALIANO

5 mln € destinati a supportare gli investimenti aziendali nei prossimi anni: sono queste le cifre dell'importante finanziamento a medio lungo termine concesso da Cariparma a La Doria, primo produttore italiano di pelati e polpa di pomodoro, gruppo leader nella produzione e commercializzazione di derivati del pomodoro, succhi di frutta, sughi pronti, legumi conservati e pasta in scatola. L'operazione, a buon fine grazie al Mercato Imprese di Napoli dell'Area Territoriale Centro Sud, assicurerà all'azienda, unitamente ai mezzi disponibili, il supporto finanziario necessario per proseguire nel suo processo di crescita e rendere sempre più efficienti i processi produttivi.

CON FRIULADRIA FONDI EUROPEI PIÙ ACCESSIBILI

FriulAdria ha sostenuto l'avvio dei bandi per le aziende agricole e agroalimentari del Veneto per accedere al miliardo di fondi europei del Piano di Sviluppo Rurale 2014-2020. Circa 50mila le imprese interessate, che hanno presentato progetti strettamente legati alle figure dell'agronomo o del forestale. Figure con cui FriulAdria ha avviato a livello regionale una innovativa sinergia per favorire l'accesso al credito attraverso un mix di servizi bancari e consulenza specialistica. I primi bandi sono stati destinati ai finanziamenti per gli insediamenti dei giovani in agricoltura, per le attività di produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli, per progetti di diversificazione e formazione.

CARISPEZIA FINANZIA GLI AGRICOLTORI DEL FUTURO

Licciana Nardi (MS) ha ospitato la manifestazione organizzata da CIA Toscana Nord e sostenuta da Carispezia per informare i "nuovi" agricoltori sulle possibilità offerte dal "Pacchetto Giovani" del nuovo PSR (Programma di Sviluppo Rurale) e sui finanziamenti che la Banca metterà a disposizione (fino a 40.000 euro per azienda). Il PSR è un programma di aiuti che utilizza fondi europei, statali e regionali e prevede, tra l'altro, contributi in conto capitale per i giovani che avviano nuove imprese agricole. All'iniziativa hanno partecipato ben 50 nuove aziende della Lunigiana.

Osservatorio Agroalimentare

L'Osservatorio Agroalimentare voluto dal Gruppo nasce con l'obiettivo di incrementare le sinergie con le imprese italiane del settore.

Il Gruppo, nella costante ricerca di sinergie con le imprese del settore agroalimentare, ha istituito un Osservatorio Agroalimentare commissionato a Nomisma, una società che realizza ricerche e consulenza economica per le imprese, associazioni e pubblica amministrazione sia a livello nazionale che internazionale.

Nomisma monitora il livello di competitività, evidenzia le criticità strutturali e congiunturali, nonché le opportunità di sviluppo e le prospettive future alla luce degli scenari evolutivi delle singole filiere.

L'OSSERVATORIO SI È ARTICOLATO IN 3 FASI PRINCIPALI:

1. **Le filiere Agroalimentari in Italia**
   un overview del sistema nazionale e focus sulle principali filiere per condurre un'analisi strutturale, di mercato ed economico-finanziaria delle cinque principali filiere del sistema agroalimentare

2. **Survey delle imprese del sistema agroalimentare italiano**
   un'indagine semestrale su circa 1200 aziende agroalimentari per cogliere le specificità degli imprenditori e ottenere informazioni propedeutiche all'attività di comunicazione

3. **Stakeholder Consultation**
   un'intervista di approfondimento di 20 interlocutori privilegiati (top management, associazioni di categoria, istituzioni e imprenditori agroalimentari) per arricchire l'analisi con approfondimenti tematici

INIZIATIVE DI EDUCAZIONE FINANZIARIA: IL PITCH

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di consolidare i rapporti con i clienti top di filiera attraverso la presentazione di studi del mercato di riferimento effettuati dalla Pôle Agriculture et Agroalimentaire di Crédit Agricole S.A. e presentati in modo sartoriale sui singoli clienti Large Corporate con scambi di opinioni tra la direzione e il top management dell'azienda per favorire la diffusione dell'informazione e l'incremento della consapevolezza ad essa collegata

Expo Milano 2015

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole è stato main sponsor del Padiglione CIBUSèITALIA, nato su iniziativa di Federalimentare e Fiere di Parma, in occasione di Expo Milano 2015.

Obiettivo del padiglione la valorizzazione e l'innovazione delle filiere Agroalimentari italiane, promuovendo lo sviluppo delle caratteristiche nutritive dei prodotti, la loro conservazione e distribuzione con il contributo della ricerca.

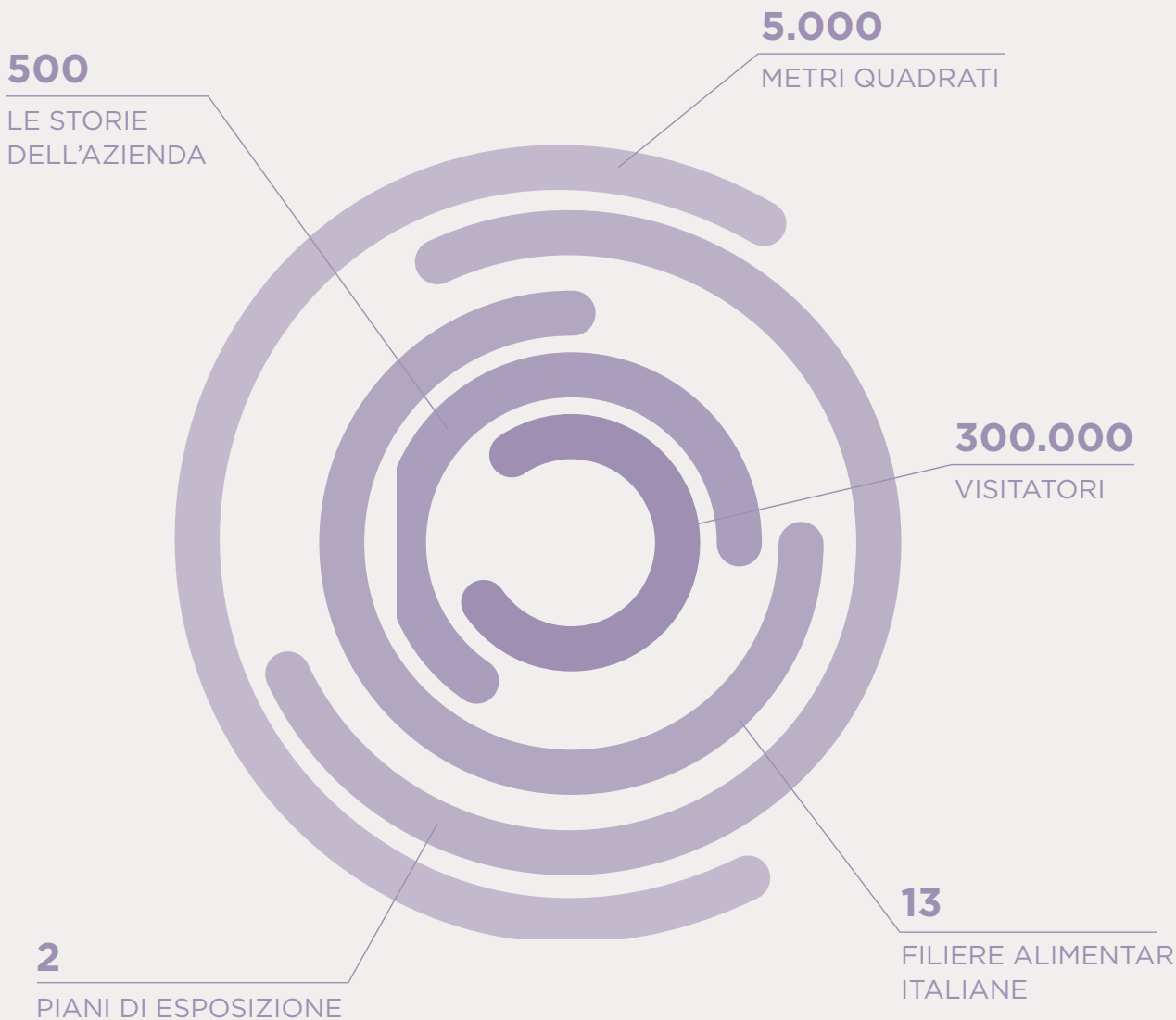
Il Gruppo è stato l'unico istituto bancario presente nel Padiglione con l'obiettivo di raccontare la comunanza di valori e il contributo alla catena del "Food Made in Italy".

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole si è sempre contraddistinto per la sensibilizzazione ai temi legati all'ambiente anche grazie a un'adeguata formazione che tuteli i nuovi stili di vita. Il tema scelto per Expo 2015, come noto, è stato "Nutrire il pianeta, energia per la vita", un tema in grado di contenere, contemporaneamente, elementi di tecnologia, innovazione, cultura, tradizione e creatività nel settore dell'alimentazione e del cibo.

Uno dei principali focus che ha rappresentato il filo conduttore delle iniziative messe in atto dalla banca è stato dunque centrato sul tema dell'alimentazione sana, sicura e sufficiente, considerata un diritto inalienabile in un scenario globale che prevede un significativo aumento dei rischi a causa dello sfruttamento intensivo e non sostenibile delle risorse naturali del pianeta.

50
APPUNTAMENTI

3.000
PERSONE COINVOLTE DIRETTAMENTE


500
LE STORIE DELL'AZIENDA
5.000
METRI QUADRATI
300.000
VISITATORI
13
FILIERE ALIMENTARI ITALIANE
2
PIANI DI ESPOSIZIONE

LE ATTIVITÀ DI EDUCAZIONE FINANZIARIA

Per il Gruppo l'attività di educazione finanziaria rappresenta da sempre un obiettivo da perseguire specie in un contesto di crisi economica diffusa

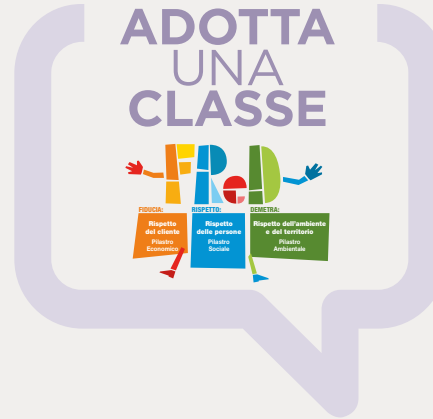
In un contesto di crisi economica in cui i mercati finanziari sono diventati più complessi e sofisticati, il Gruppo ha continuato ad investire nella creazione e diffusione della cultura finanziaria. In un contesto in cui l'economia regredisce e i redditi si contraggono, la difesa del risparmio si fa difficile. L'attività di educazione finanziaria ricopre un significato chiave nel percorso di rafforzamento del rapporto di fiducia tra istituzioni bancarie e cittadini e passa in primis dalle nuove generazioni.

Il Gruppo ha infatti aderito alla promozione di alcune attività nelle scuole primarie e secondarie I° grado:

- **il Programma Kids**
  dedicato ai bambini della scuola primaria con età compresa tra gli 8 e i 10 anni, ha avuto l'obiettivo di stimolare nei bambini una prima riflessione sul "valore" del denaro e sulla necessità di gestirlo responsabilmente, per se stessi e per la comunità, in un'ottica di cittadinanza consapevole.
  La metodologia adottata stimola un apprendimento integrale alternando fasi di test iniziale, di apprendimento empatico, nozionistico, esperienziale e in laboratorio, con un test finale di verifica delle conoscenze acquisite e dello spostamento di percezioni/atteggiamenti nei destinatari

- **il Programma Junior**
  dedicato ai bambini delle scuole secondarie I° grado, con età compresa tra 11 e 13 anni, che introduce i ragazzi delle scuole medie alle tematiche economico-finanziarie e li stimola a riflettere sulle principali funzioni della finanza, mostrando l'impatto che ha nella vita quotidiana delle persone. Oltre al "Programma Kids", l'iniziativa ha previsto 3 incontri di un'ora e mezza ciascuna e la presenza di un tutor aziendale per una delle tre lezioni.

Tra i progetti che il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha realizzato nell'anno 2015 ha avuto un buon riscontro **"Adotta una classe"**, promosso da Confindustria Piacenza e sviluppato in collaborazione con le aziende presenti sul territorio al fine di contribuire alla crescita degli studenti e agevolarne l'ingresso nel mondo del lavoro. Il programma ha coinvolto 46 studenti in un piano formativo condiviso dalla banca con i docenti e gli enti promotori.



"Adotta una classe" è un progetto **FReD** inserito nel pilastro Rispetto che si pone l'obiettivo principale di promuovere il legame tra il mondo della scuola e il mondo del lavoro attraverso il miglioramento e l'integrazione dell'offerta formativa e l'adozione di metodologie innovative. La formazione si è sviluppata attraverso:

- lezioni tenute presso il Campus di Cariparma a Piacenza
- l'invito di alcuni insegnanti ai corsi organizzati al Campus
- le testimonianze dei dipendenti della banca
- le visite degli studenti alle "AgenziePerTe"

Il progetto ha coinvolto le classi terze e quarte degli Istituti superiori di Piacenza e provincia, con durata pluriennale e fino al conseguimento del diploma di maturità.

Dalla collaborazione tra il Gruppo Cariparma Crédit Agricole e l'Università Cattolica è nato un seminario dal titolo **"APPlicami: Cariparma Crédit Agricole per i giovani nell'era digitale"** tenutosi presso la sede piacentina dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. L'evento è stato organizzato in occasione della 91° Giornata Mondiale del Risparmio dalla Facoltà di Economia e Giurisprudenza in collaborazione con la Corporate University del Gruppo Cariparma Crédit Agricole (Campus) e si è focalizzato sulla necessità di utilizzare al meglio le proprie disponibilità monetarie, anche sfruttando le nuove tecnologie.

Giovani e tecnologia sono un binomio imprescindibile per qualunque azione di mercato le banche vogliano porre in essere: i "nuovi clienti di domani" (ma in molti casi già di "oggi") sono nativi digitali che difficilmente riescono a immaginare un servizio standardizzato senza un'applicazione di tipo digitale. Il seminario ha coinvolto oltre 100 studenti presentando lo sviluppo delle applicazioni del mondo digitale in ambito bancario, con un focus specifico sui servizi rivolti alle giovani generazioni e sul loro coinvolgimento nello sviluppo dei nuovi prodotti.

Sempre a Piacenza il Gruppo ha promosso lo sviluppo di un progetto rivolto alle scuole secondarie di 1° e 2° grado degli Istituti di Piacenza e provincia, in collaborazione con il quotidiano locale "Libertà", l'ufficio scolastico territoriale e l'Associazione CIDIS. Il progetto ha visto la partecipazione di 350 studenti e 20 insegnanti presso il Campus e ha contribuito alla creazione e alla condivisione di spazi di conoscenza e di scambio tra ragazzi e insegnanti impegnati nel settore del giornalismo, il tutto amplificato dal contributo del quotidiano locale. Infine la Banca ha sostenuto l'evento **"Cittadini, denaro e sostenibilità: verso una cittadinanza economica"**, organizzato dalla Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio e dalla Confconsumatori e patrocinato dal Comune di Parma. Il tema proposto riguardava l'uso consapevole del denaro attraverso una modalità divulgativa leggera, divertente e originale e uno spettacolo teatrale "Econosofia", messa in scena dalla Compagnia Genovese Beltramo. Economia, legalità, stili di consumo e riduzione dello spreco sono infatti diventati temi rilevanti a seguito della crisi economica e dello scarso livello di conoscenza e competenza finanziaria che rilevano quindi una diffusa inadeguatezza nell'assumere scelte economiche, sia tra i giovani che tra gli adulti.

L'IMPORTANZA DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA

CON UNICATT AL VIA IL LABORATORIO DI PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

Progetto di ricerca e benchmark sull'analisi dei bisogni e dell'offerta sul risparmio gestito in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore, Amundi, Crédit Agricole Vita, l'Area Wealth Management e il Servizio Studi e Comunicazione Finanziaria del Gruppo Cariparma Crédit Agricole. Obiettivo di questa iniziativa, che rientra tra i progetti FReD, è quello di indagare i bisogni della clientela e di quella prospect per definire azioni dedicate e orientate al cliente finalizzate a proteggere i suoi interessi, sviluppare prodotti secondo i suoi bisogni e garantire operazioni e rapporti commerciali etici.

FRIULADRIA UN'OFFICINA PER FARE IMPRESA

Si consolida in Veneto la partnership tra FriulAdria e Confapi, la confederazione italiana della piccola e media industria privata che ha scelto la banca come partner ufficiale del progetto "Confapi Credit: officina finanziaria per l'impresa", finalizzato ad aiutare le imprese nelle scelte strategiche per raggiungere una stabilità di lungo periodo. Confapi Credit metterà a disposizione delle PMI locali un team di professionisti per affiancare l'impresa in maniera continuativa su tematiche anche bancarie, come la scelta di strumenti per il credito.

CARISPEZIA, LA CREATIVITÀ È GIOVANE

Dialogare con i giovani delle scuole per diffondere la cultura d'impresa. È con questo obiettivo che nasce Creattivamente Negoziando, progetto sostenuto da Carispezia e dedicato ai ragazzi delle scuole superiori spezzine per favorire e sviluppare le loro idee imprenditoriali. Tre le fasi del progetto, in cui gli studenti potranno analizzare le realtà aziendali del territorio, ideare un proprio progetto e infine attuarlo attraverso un temporary shop. Un vero e proprio progetto "ponte" tra scuola e impresa targato Carispezia.

ESSERE AGENTI DEL **CAMBIAMENTO**

> La creazione di valore per un'impresa non può prescindere dalla crescita delle persone che la vivono ...
>
> P. Andrei, Presidente Fondazione Cariparma

- Occupazione e rapporti di lavoro 120
- Il processo di selezione 122
- Una formazione di qualità 123
- L'apertura ai giovani e lo sviluppo delle competenze 126
- La valutazione delle prestazioni 128
- Valorizzare la "diversity" 129
- L'ascolto e il coinvolgimento interno 132
- Social learning: you connect, learn 134
- I servizi di welfare 135
- Relazioni industriali 137
- La tutela della salute e sicurezza sul lavoro 139

OCCUPAZIONE E RAPPORTI DI LAVORO

Costruire un ambiente di lavoro di qualità è una sfida essenziale nel contesto attuale, soprattutto per migliorare il benessere di tutti i collaboratori

L'organizzazione e la gestione delle risorse dell'azienda mira a raggiungere una sempre maggiore qualità del servizio e una soddisfazione crescente del singolo dipendente nel rispetto delle diversità individuali e delle pari opportunità.

La Banca ricerca costantemente profili professionali che, con le loro competenze, abilità, esperienze integrino in modo complementare e trasversale quelle già possedute dal Gruppo stesso.

La crescita e la formazione delle risorse è per il Gruppo uno dei punti chiave del piano strategico e costituisce un'importante leva di sviluppo futuro.

Nel corso del 2015 hanno preso il via tutta una serie di attività volte a migliorare il percepito del "marchio Cariparma" in ambito di **employer branding**.

In particolare sono state rafforzate ed ampliate le collaborazioni attive con le principali Università italiane:

- **attività di collaborazione scientifica**
  in particolare studi e ricerche congiunte su progetti specifici
- **attività di supporto alla didattica**
  attraverso la partecipazione di Manager del Gruppo in sessioni in aula
- **attività per il recruiting**
  attraverso eventi dedicati negli atenei e giornate in azienda

Il Gruppo è stato certificato:

top EMPLOYER ITALIA 2015
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

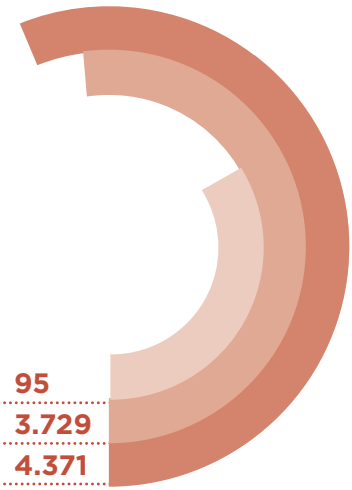
Totale Dipendenti (numero)

8.195
TOTALE

4.222
UOMINI

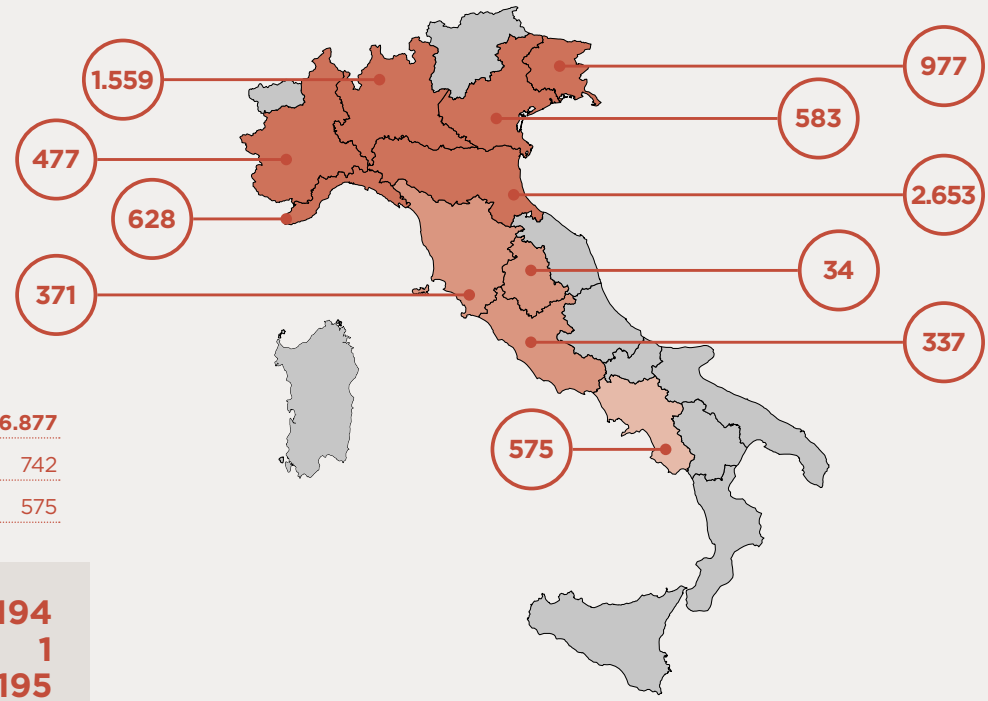
3.973
DONNE

Dipendenti per inquadramento (numero)



Dirigenti	95
Quadri	3.729
Aree professionali	4.371

Dipendenti per area geografica (numero)

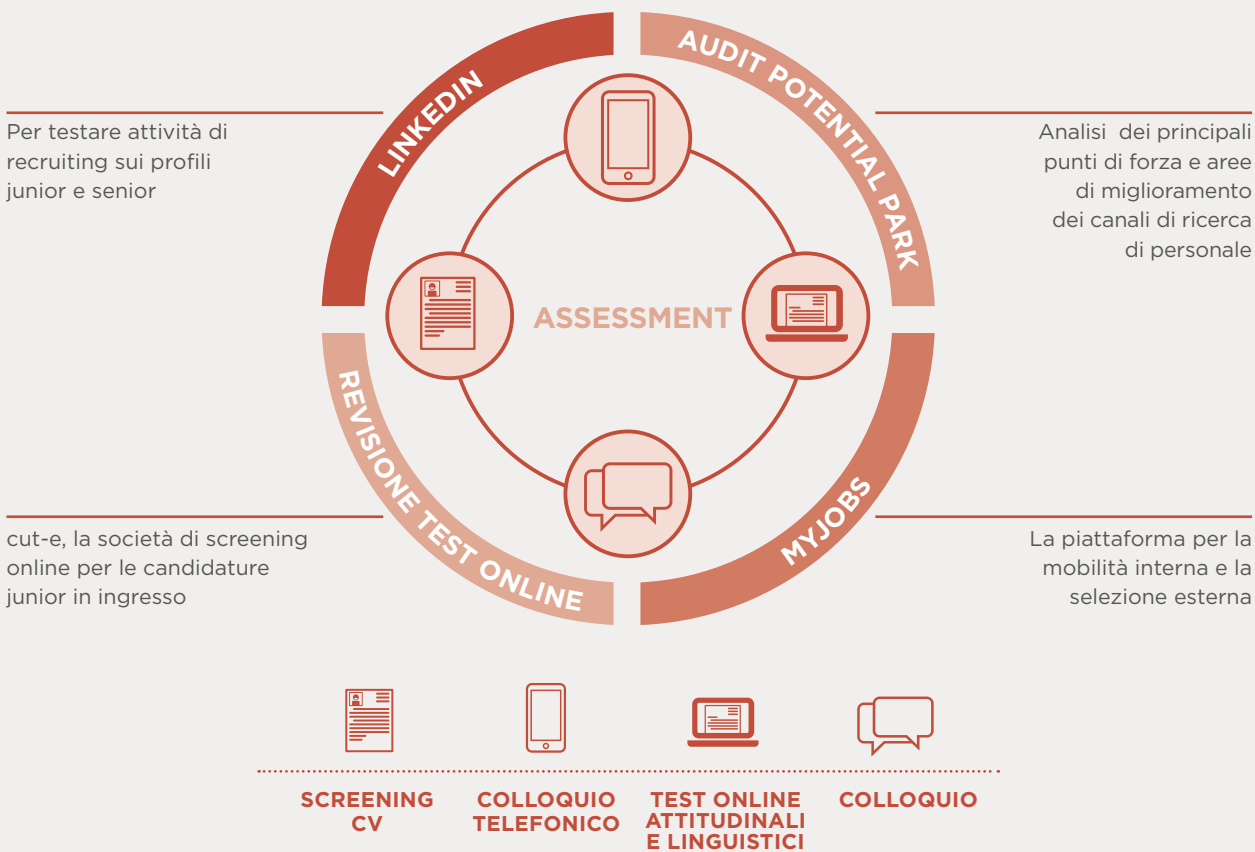


NORD	6.877
CENTRO	742
SUD	575

ITALIA	8.194
ESTERO	1
TOTALE	**8.195**

IL PROCESSO DI SELEZIONE

In linea con la dinamicità e l'evoluzione del mercato, la Banca ha adottato un percorso di selezione delle risorse "non convenzionale" per meglio individuare i profili potenzialmente più affini alle esigenze del Gruppo



UNA FORMAZIONE DI QUALITÀ

Il Gruppo propone iniziative formative a sostegno di un percorso professionale di qualità

Per favorire l'acquisizione e lo sviluppo delle competenze con approcci e modalità coerenti con le esigenze professionali, con il contesto macroeconomico e con le dinamiche dell'apprendimento, **la formazione viene proposta con una molteplicità di modalità erogative (aula, on line, on the job, social learning)** che rendono l'apprendimento rapido, flessibile e continuo.

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha confermato anche per il 2015 la partnership con l'Università Cattolica del Sacro Cuore con cui ha costituito la propria Corporate University e che rappresenta, oltre al riferimento principale per la progettazione e l'erogazione dei percorsi formativi tecnico-specialistici, anche un punto privilegiato di confronto e di collaborazione su importanti progetti in ambito di ricerca applicata e di placement.

Per quanto riguarda la formazione in aula, **il Campus, Centro di Formazione di Gruppo, rappresenta il luogo ideale per l'integrazione e la formazione delle persone delle diverse entità della Banca** oltre che la sede di attività extra formative ed eventi a sostegno della socialità, dell'educazione finanziaria e dei giovani.

NEL CORSO DEL 2015 SONO STATI EROGATI OLTRE 35.000 GIORNI UOMO PER UN TOTALE DI 33 ORE MEDIE PER DIPENDENTE

Tra i progetti di formazione più significativi del 2015:

- **CHANGE MANAGEMENT**
  percorso dedicato a tutti i ruoli di Filiale volto a creare uno stile commerciale condiviso per tutto il Gruppo a supporto dell'orientamento al cliente e della customer experience

- **PIANIFICAZIONE SUCCESSORIA**
  progetto formativo dedicato a tutti i ruoli commerciali Retail, finalizzato a sviluppare competenze su normative e prodotti a supporto della consulenza alla clientela sulla pianificazione successoria

› ANTIRICICLAGGIO
percorso formativo coerente con le esigenze di aggiornamento sulle novità normative in tema di Antiriciclaggio.
Nella consapevolezza che la complessità della materia richieda la costante condivisione di informazioni tra i diversi attori che operano nel settore ed una attiva collaborazione di tutte le risorse dell'Azienda per l'omogeneizzazione di regole/prassi di vigilanza e di comportamento, nel 2015 è stata ideata e realizzata un'iniziativa unica nel suo genere in quanto progettata e realizzata in collaborazione tra la Direzione Compliance e le Organizzazioni Sindacali

› MOSER
percorso formativo a supporto del Nuovo Modello di Servizio Retail finalizzato a rafforzare le competenze relazionali e tecnico specialistiche per la gestione della clientela

› FORMAZIONE SUL CREDITO
percorso di natura tecnico specialistica finalizzato ad accrescere le competenze per il presidio dei rischi di credito della Rete Commerciale e dei ruoli specialistici

› PERCORSI INTERNAZIONALI
l'appartenenza al Gruppo Internazionale offre importati sinergie e opportunità di partecipazione a percorsi formativi e di sviluppo e condivisione delle eccellenze

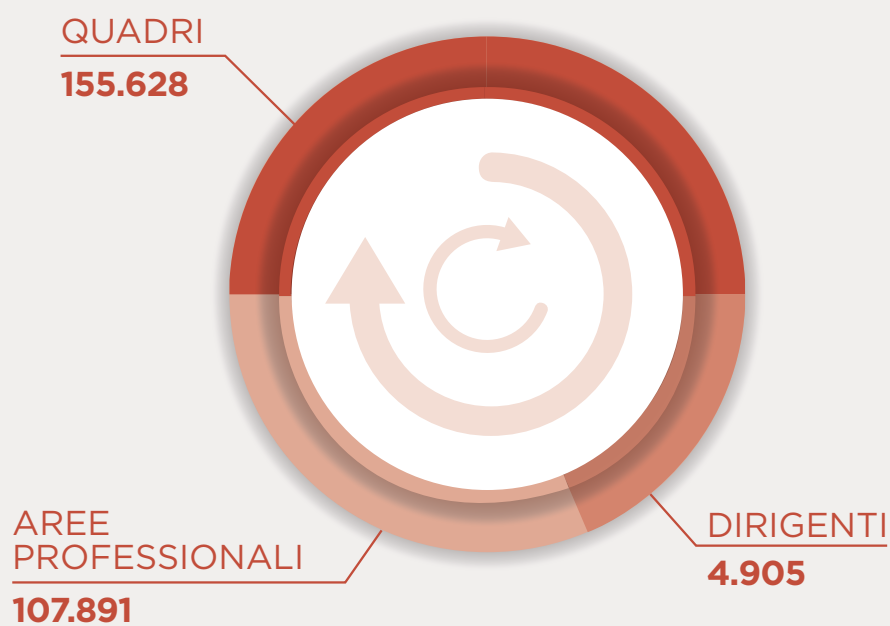
› DEFS
progetto di valorizzazione delle competenze specialistiche dei Gestori Premium e finalizzato alla certificazione European Financial Services. Il progetto è realizzato in collaborazione con l'università Cattolica del Sacro Cuore, partner per la certificazione di EFPA, il più autorevole organismo professionale preposto alla definizione di standard finanziari in Europa

› WEN
percorso di formazione manageriale dedicato ai Manager del Gruppo finalizzato a sostenere le competenze utili per lo sviluppo dei progetti strategici

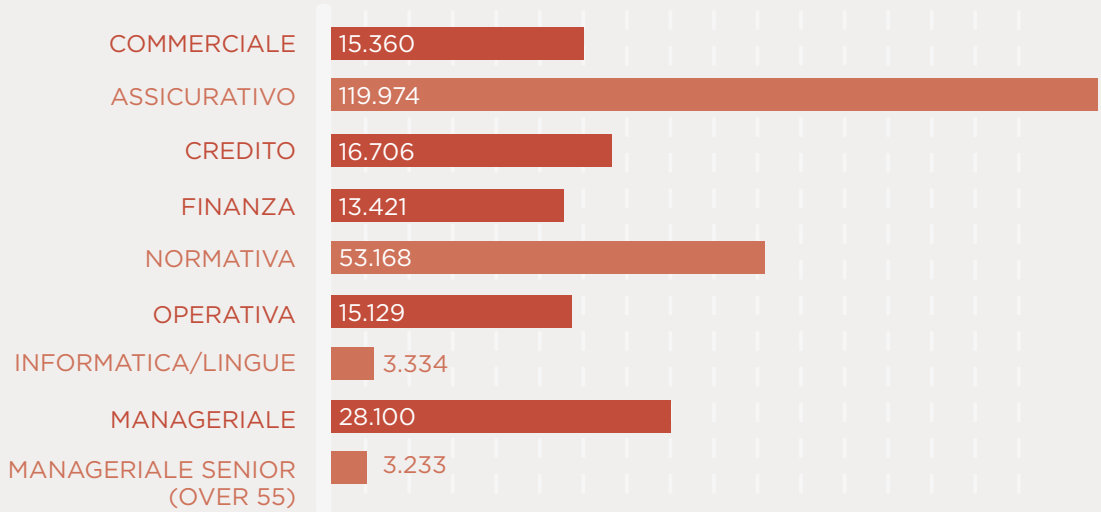
› FORMAZIONE APPRENDISTI
percorso articolato su tre anni rivolto ai neo assunti e finalizzato a creare competenze sia tecniche sia trasversali/comportamentali

› LABORATORI NO STOP
percorso formativo esperienziale di accompagnamento verso ruoli commerciali, costruito con un format laboratoriale per consentire ai partecipanti di acquisire le competenze e le capacità necessarie al ruolo

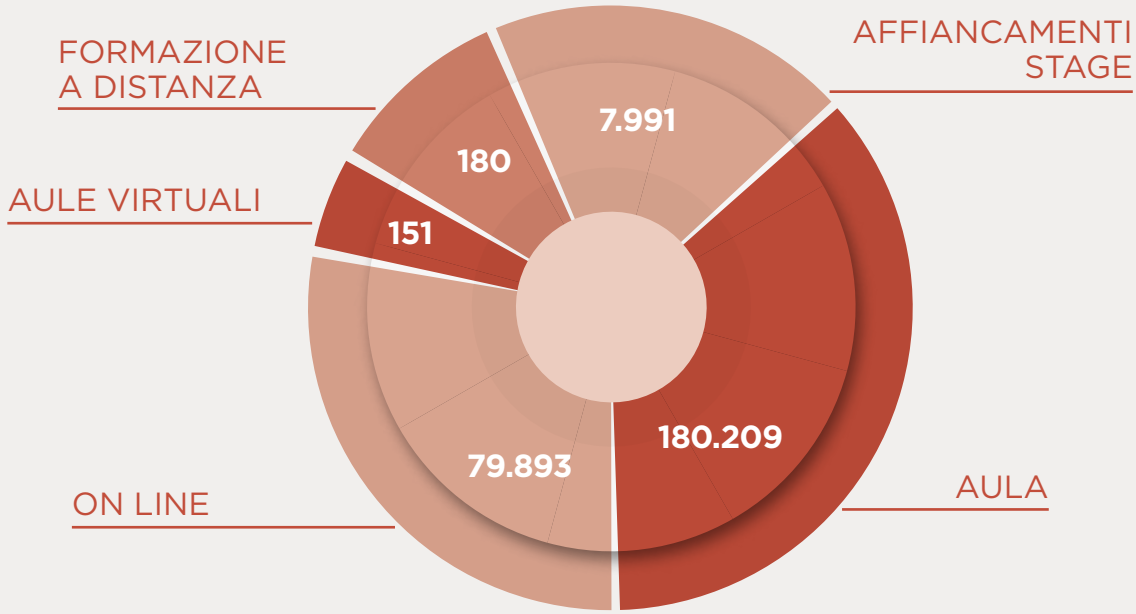
Ripartizione formazione per inquadramento (valore in ore)



Ripartizione formazione per aree tematiche (valore in ore)



Ripartizione formazione per modalità di erogazione (valore in ore)



L'APERTURA AI GIOVANI E LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole favorisce l'acquisizione e lo sviluppo delle competenze in linea con le esigenze professionali, valorizzando soprattutto i 160 giovani entrati a far parte del Gruppo negli ultimi anni

Nel corso del 2015 ha preso avvio un percorso di accompagnamento dal titolo "Energia in Movimento", il cui obiettivo è stato quello di mantenere alto l'ingaggio e il coinvolgimento dei dipendenti, ampliando la visione d'insieme e sollecitandone lo spirito d'iniziativa.

Ad ogni giovane la Banca ha assegnato un referente HR che assume il ruolo di "partner".

Ogni partner offre il proprio sostegno "dedicato" al giovane collaboratore per tutta la durata del percorso (circa 18 mesi). Le attività che hanno coinvolto i giovani neo assunti durante questo periodo hanno previsto eventi in plenaria, stage presso strutture del Gruppo diverse da quella di provenienza e iniziative varie sulla community Social Learning a loro dedicata, di tutti i colleghi del Gruppo Cariparma Crédit Agricole.

Il percorso è stato articolato in tre fasi principali:

1. valutazione del potenziale
2. feedback della valutazione con la restituzione strutturata del profilo
3. percorso formativo dedicato a colmare i gap comportamentali

Queste attività hanno avuto l'obiettivo di incrementare la consapevolezza di sé, in aggiunta al rafforzamento delle competenze, comprese quelle linguistiche.

A questo scopo, il Social Learning, la community di tutti i colleghi del Gruppo Cariparma Crédit Agricole, è stato inoltre lo strumento privilegiato di comunicazione del progetto.

RAFFORZARE I PROFILI DEI GIOVANI DI TALENTO GRAZIE A ESPERIENZE DI SVILUPPO VOLTE A LAVORARE SUL PROPRIO POTENZIALE E SULL'ACQUISIZIONE DI COMPETENZE TRASVERSALI

Nell'ambito delle attività di sviluppo delle competenze e dei percorsi esperienziali, la banca si è impegnata in ulteriori rilevanti attività, tra le quali:

- **Percorsi di mobilità internazionale**
  per supportare il processo di integrazione culturale dell'azienda nella Capogruppo, sono state realizzate missioni con durata variabile (tra 1 e 12 mesi) di collaboratori stranieri accolti nelle strutture del Gruppo Cariparma Crédit Agricole e di dipendenti italiani che hanno lavorato in Francia. Parallelamente sono state attivate alcune esperienze con durata superiore ai 12 mesi sotto forma di espatrio o distacco per un totale di 10 missioni promosse nel 2015

- **Percorsi di direzione centrale**
  recependo la necessità di diversificazione esperienziale, nel 2015 sono stati attivati 34 percorsi di sviluppo professionale di persone che lavorano da più tempo nelle strutture di Direzione Centrale e che hanno manifestato la volontà di impegnarsi in nuovi ambiti funzionali. In particolare sono state delineate due differenti modalità di percorso: "di ampliamento" della durata di 12/24 mesi, con risorse che desiderassero allargare i propri ambiti di competenze in Direzioni diverse da quella di provenienza e "di approfondimento", con durata di 3/4 mesi all'interno della medesima Direzione, ma in strutture diverse da quella di inserimento.

Assunzioni per fascia di età

(numero non comprensivo dei passaggi infragruppo)

> 50 ANNI	30 - 50 ANNI	< 30 ANNI
6	42	48

TALENT MANAGEMENT

Il 2015 ha anche visto la nascita e lo sviluppo di "Open Talent", un percorso di selezione volto ad individuare profili di potenziale in un bacino di circa 800 giovani dipendenti, con un'età compresa tra i 30 e i 34 anni. Grazie a un confronto con i responsabili e a seguito di valutazioni gestionali, 67 colleghi hanno partecipato a una giornata di selezione articolata in:

una sessione di "Web Assessment" → **un test di lingua** → **una sessione di "Live Assessment"**

A queste fasi, ha fatto seguito un'ulteriore scrematura nella fase di selezione con un incontro one-to-one con il Responsabile delle Risorse Umane o, diversamente, un Responsabile di Direzione del Gruppo.
A valle di questa selezione, 34 persone sono state ricomprese nel perimetro del progetto Open Talent che ha incluso workshop tematici di cultura di contesto e iniziative formative personalizzate per ognuno, da realizzarsi nell'arco di 12-18 mesi. Il Gruppo ha proposto a ciascun candidato tre diverse alternative nel percorso di sviluppo:

cambio di ruolo → **coinvolgimento in un progetto strategico della Banca** → **partecipazione a un Master in Digital & Design Strategy Innovation presso Ca' Foscari**

Anche per i restanti 33 dipendenti sono stati previsti percorsi personalizzati di autosviluppo comprendenti attività di stampo formativo-gestionale come stage, mentorship, coaching e formazione comportamentale.
Ad alcuni dei 67 dipendenti coinvolti è stata inoltre proposta un'esperienza di mobilità internazionale.

LA VALUTAZIONE DELLE PRESTAZIONI

Per incentivare la motivazione e la crescita del personale, il Gruppo si avvale di diversi sistemi di valutazione delle performance

Questi sistemi si distinguono per tipologia di livello organizzativo e inquadramento:

- **MBO per dirigenti, responsabili di Area e riporti diretti alle prime linee**
  la valutazione avviene con l'assegnazione a inizio anno di una scheda contenente obiettivi economici e non economici e di un consuntivo a fine anno con la verifica dei risultati

- **impiegati e quadri**
  la valutazione avviene con l'assegnazione di obiettivi e comportamenti attesi a inizio anno, con successiva verifica a settembre e un colloquio a fine anno. Il sistema fa leva su meccanismi meritocratici, di carattere prevalentemente qualitativo che evidenzia i risultati raggiunti in termini di efficacia ed efficienza, in rapporto ai comportamenti adottati

- **apprendisti**
  la valutazione avviene attraverso la compilazione di una scheda qualitativa condivisa con il capo tramite colloquio

Il sistema di valutazione prevede una scala da 4 a 6 livelli che contribuisce ad una migliore valorizzazione delle differenze individuali. Tutto questo garantisce una maggiore trasparenza grazie allavisibilità integrale della scheda da parte dei valutati che possono esprimere un feedback sulla qualità della valutazione ricevuta. L'obiettivo principale del colloquio è quello di fornire un feedback puntuale sulla prestazione professionale dell'anno passato di riferimento, valutando il raggiungimento degli obiettivi prefissati e raccogliendo informazioni integrative anche sulle aspettative di sviluppo e delle esigenze formative dei colleghi.

Valutazione delle performance e dello sviluppo della propria carriera

			TOT	%
DIRIGENTI	Uomini	74	85	89%
	Donne	11		
QUADRI	Uomini	2.278	3.650	98%
	Donne	1.372		
AREE PROFESSIONALI	Uomini	1.753	4.144	95%
	Donne	2.391		

VALORIZZARE LA "DIVERSITY"

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole investe sulle pari opportunità anche e soprattutto legate al genere, tutelando il valore aggiunto che la "diversity" apporta in termini di competenze, abilità, esperienze e cultura

Nel corso del 2015 sono proseguite le attività del Progetto Artemisia, il "contenitore" di iniziative di gender management del Gruppo Cariparma Crédit Agricole, che ha l'obiettivo di valorizzare le differenze di genere e ha la finalità di rispondere in maniera fattiva con azioni concrete.

Dal 2014 è attivo un tavolo di lavoro gender composto dai principali rappresentanti delle funzioni core del Gruppo, che prevede tre cantieri progettuali. Di seguito i filoni di lavoro e gli obiettivi:

- **valorizzazione del talento femminile**
  l'obiettivo è quello di superare le disuguaglianze presenti nei percorsi di carriera rendendoli più chiari e condivisi, definendo gli obiettivi di crescita per le donne che operano nel Gruppo, portando all'aumento della percentuale delle responsabili donne riservando percorsi formativi e innovativi a supporto del loro sviluppo
- **conciliazione**
  l'obiettivo è intervenire con azioni concrete sul tema della flessibilità e di impegnarsi attivamente per garantire ai collaboratori un corretto equilibrio nel rispetto tra i tempi di lavoro e di vita
- **comunicazione**
  l'obiettivo è assicurare che tutte le iniziative del tavolo di lavoro siano comunicate adeguatamente sia a livello interno che esterno anche mediante l'utilizzo del Social Learning aziendale.

In particolare, nel 2015 il Gruppo ha avviato "Azione MAAM" e la certificazione "Family Audit".

L'esigenza di un rafforzamento in questa direzione è emersa dalle donne della banca che hanno evidenziato come i periodi di assenze prolungate dal lavoro, soprattutto nel momento del rientro, costituiscono una delle maggiori difficoltà nei percorsi di carriera e nella gestione dell'equilibrio tra la vita personale e quella professionale.

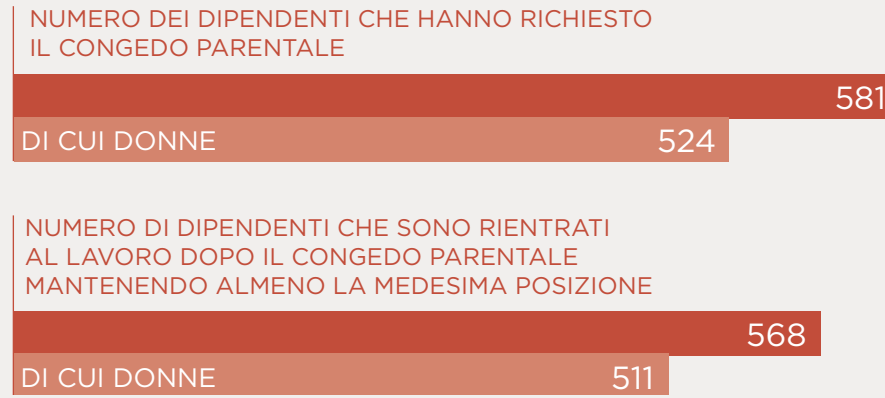
L'obiettivo del **Progetto MAAM** è proprio quello di affiancare e supportare le donne che operano nel Gruppo Cariparma Crédit Agricole nel periodo della maternità, rafforzando l'appartenenza all'azienda e agevolando il reinserimento nel contesto organizzativo attraverso la vicinanza e l'ascolto.

Il processo di rientro dalla maternità si suddivide in diverse fasi. La figura centrale è il Gestore del Personale che rappresenta l'elemento di collegamento tra l'azienda e la futura mamma, seguendola dal momento della comunicazione della gravidanza, all'individuazione del tutor, alle attività previste al rientro post-maternità.

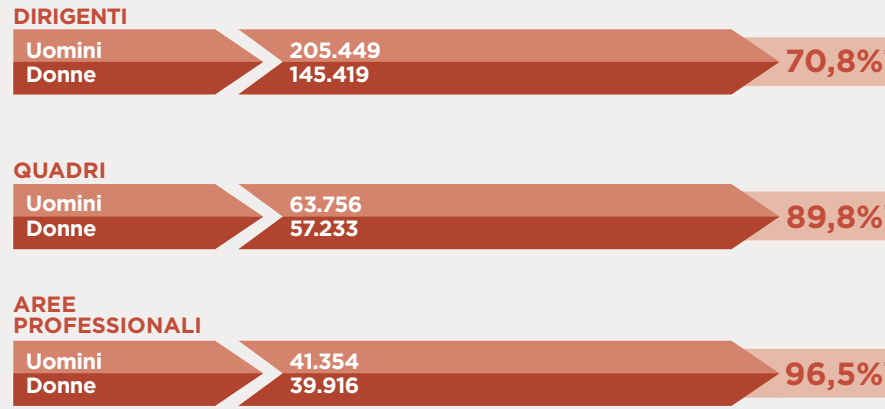
Al momento del rientro è compito del tutor, scelto in collaborazione tra il Gestore del Personale e il responsabile della struttura di destinazione, agevolare il ritorno della neo mamma accertandosi che abbia tutti gli strumenti e le informazioni necessari a riprendere la propria attività lavorativa con il minor disagio possibile.

In prossimità del rientro viene avviato uno stage di affiancamento per consentire un re-inserimento graduale al lavoro.

Rientro dopo il congedo parentale suddiviso per genere



Retribuzione media annua lorda suddivisa per genere e inquadramento (in euro)



*rapporto retribuzione media annua lorda donna/uomo

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha inoltre aderito il 29 maggio 2015 al Bando promosso dal «Dipartimento per le politiche della famiglia» per la selezione ad accedere al Family Audit (beneficio destinato ad un massimo di 50 aziende a livello nazionale).

"Family Audit" rappresenta uno strumento di conciliazione famiglia-lavoro ideato dall'Agenzia per la famiglia, la natalità e le politiche giovanili della Provincia autonoma di Trento e promosso su scala nazionale dal Dipartimento per le politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Lo strumento, nel dettaglio, certifica la natura "family friendly" di organizzazioni private e pubbliche che mirano al miglioramento delle proprie politiche di gestione delle risorse umane e dell'organizzazione del lavoro, orientandole alle esigenze familiari delle persone.

Il risultato finale del Family Audit è la certificazione, il cui iter di applicazione richiede un arco temporale di 3 anni e mezzo

6 MESI — **DI AUDIT/PROGETTAZIONE E VALUTAZIONE** che porta all'elaborazione del piano aziendale

3 ANNI — **DI IMPLEMENTAZIONE DELLE AZIONI** contenute nel piano aziendale

*Creazione, promozione e miglioramento del benessere familiare nelle organizzazioni

L'ASCOLTO E IL COINVOLGIMENTO INTERNO

In funzione di un attento governo dei processi e delle logiche di buon funzionamento aziendale, è stato strutturato, ed è attivo da sei anni, il processo di Internal Customer Satisfaction

Il processo di **Internal Customer Satisfaction (ICS)** è uno strumento che ha lo scopo di rilevare, verificare e misurare le percezioni delle diverse funzioni aziendali di Gruppo sui servizi che ricevono da altre strutture interne.

Gli obiettivi chiave del processo sono:

- incrementare l'abilità del Gruppo nel generare un efficace gioco di squadra tra i diversi team che lo compongono
- contribuire alla creazione di una cultura aziendale sempre più attenta alle esigenze dei clienti interni

Le rilevazioni hanno una frequenza semestrale e i risultati hanno valore sia in senso assoluto sia in senso relativo, quale verifica nei semestri successivi del grado di miglioramento/peggioramento della soddisfazione dei propri clienti interni.

Nel corso del 2015 sono stati apportati dei miglioramenti raccolti durante gli incontri di approfondimento condotti da parte dell'HR. In particolare si è adottata una scala di valutazione più amplia e completa, si è rafforzata la trasparenza e la raccolta di informazioni qualitativa di dettaglio. A completamento dell'attività di analisi, sono stati condotti da parte dell'HR incontri di approfondimento con le funzioni che hanno fornito valutazioni critiche su altre strutture e sono stati forniti e valutati degli approfondimenti qualitativi per favorire il processo del miglioramento continuo.

Nel corso del 2015 è stata inoltre effettuata la seconda **indagine di clima** in collaborazione, per la prima volta, con il Gruppo Crédit Agricole. La percentuale di partecipazione è stata notevolmente alta (71%).

INTERNAL CUSTOMER SATISFACTION
rileva, modifica e verifica le percezioni delle differenti funzioni aziendali del Gruppo

L'indice che fotografa il livello di Engagement e Recommendation (IER) è molto buono (70%) e leggermente superiore a quello delle altre entità che fanno parte del Gruppo al livello internazionale, soprattutto per quanto riguarda le risposte che si riferiscono al Gruppo Crédit Agricole.

Questo è un primo dato positivo che rileva un crescente apprezzamento per l'appartenenza al gruppo internazionale.

Tra gli altri aspetti positivi da evidenziare:

- alto livello di orgoglio, motivazione e coinvolgimento
- un maggiore ottimismo rispetto al futuro e alle opportunità di crescita sia del Gruppo italiano, sia di quello internazionale
- la relazione con il capo diretto e il team è molto positiva e la fiducia nel top management è alta
- l'immagine esterna è giudicata positivamente

Per le aree di miglioramento si indicano invece: maggiore attenzione alle persone e all'ascolto strutturato bottom-up; incoraggiare la sperimentazione di nuovi modi di operare; più scambio tra le diverse strutture; investire di più in innovazione e strumentazione; incrementare la formazione connessa ad opportunità di crescita e percorsi di carriera.

Sui punti di miglioramento alcune iniziative sono già in corso ed altre saranno avviate nei prossimi mesi.

SOCIAL LEARNING: YOU, CONNECT, LEARN

Attraverso il social learning i colleghi fanno rete e sviluppano la propria professionalità: acquisiscono conoscenze, competenze e informazioni attraverso un'interazione formale ed informale

Descrizione	Linee guida	Output	Strumenti
Il Social Learning è una piattaforma informatica, accessibile anche fuori dal posto di lavoro, che connette le persone di tutto il Gruppo Cariparma Crédit Agricole e consente loro di: › visionare materiali di formazione e di approfondimento › leggere e partecipare a discussioni su tematiche formative e lavorative (community) › accedere a tutti i sistemi informatici HR › conoscere e commentare i progetti in corso nella Direzione Risorse Umane e delle altre funzioni	**Piano formativo**	Pubblicazione di contenuti formativi che con diverse modalità richiamano di continuo l'attenzione dei partecipanti sui temi strumentali e propedeutici al raggiungimento degli obiettivi formativi	Community, pillole formative, aule virtuali, itinerari formativi online
	Piano redazionale	Sviluppo e rilascio di contenuti prodotti dalle funzioni core del Gruppo (ora HR, a seguire le altre) per progettare e veicolare in ottica social i temi chiave dell'azienda	Video, interviste, community, blog, documenti, post
	Piano di animazione	Creazioni di attività che stimolano e movimentano le modalità di accesso, lettura e contributo dei partecipanti, creando connessione e circolarità	Quiz, sondaggi, condivisione di esperienze, richiesta feedback, commenti

I SERVIZI DI WELFARE

Il Gruppo opera con rispetto e attenzione nei confronti dei propri collaboratori, offrendo servizi "non economici" per meglio rispondere alle relative esigenze, in modo efficace e puntuale

Premio sociale

Per migliorare il contesto aziendale e professionale, il Gruppo ha sottoscritto nel 2015 (per il terzo anno consecutivo) l'accordo sul **premio aziendale sociale** che ha permesso ai dipendenti di scegliere le modalità di corresponsione del premio tra:

- **il pacchetto welfare** spendibile in ambiti inerenti l'assistenza sanitaria integrativa, la previdenza complementare, la formazione ed educazione dei figli
- **il premio in denaro**
- **un premio misto** (50% in denaro e 50% in welfare)

Assistenza sanitaria

Tutto il personale del Gruppo beneficia di una copertura sanitaria integrativa che supporta i dipendenti e i relativi nuclei familiari nel sostenere le spese mediche e di carattere sanitario. In FriulAdria l'assistenza sanitaria integrativa viene assicurata dalle prestazioni del FIM (Fondo Sanitario Prevenzione ed Integrazione Malattia).

I servizi di welfare* comprendono tra le iniziative principali:

- **Fondo Pensione per tutto il personale del Gruppo** che prevede un trattamento pensionistico integrativo, a fronte del versamento di contributi aziendali e individuali
- **convenzione con Unisalute per il biennio 2016-2017** che garantisce la copertura delle spese sanitarie per il personale dipendente delle tre banche, nonché quello di Crédit Agricole Group Solutions e Calit. Tale assicurazione è garantita anche al personale in quiescenza
- **condizioni bancarie agevolate per i dipendenti del Gruppo** così come condiviso grazie alla collaborazione con le Organizzazioni Sindacali
- **servizio Asilo Nido Aziendale al Centro Cavagnari di Parma** in cui sono stati inseriti 33 bambini di età compresa tra i 12 e i 36 mesi, figli dei dipendenti, e altri provenienti dalle graduatorie del Comune di Parma. Il servizio è stato esteso anche al personale di Crédit Agricole Group Solutions
- **CRAL Cariparma, circoli ricreativi FriulAdria e Carispezia, Cassa Mutua** che garantiscono ulteriori servizi ed eventi di varia natura per gli iscritti
- **adesione a Jointly** la piattaforma di welfare condivisa con altre grandi aziende. Aziende e operatori del welfare fanno rete per socializzare le esperienze, condividere servizi e attivare nuovi progetti

*estesi a tutti i dipendenti

COMMISSIONE PARITETICA PER LA RESPONSABILITÁ SOCIALE D'IMPRESA

Anche nel 2015 è proseguito il percorso della Commissione paritetica per la Responsabilità Sociale d'Impresa. Avviata nel marzo 2013 e composta da rappresentanti aziendali e sindacali di tutte le Società del Gruppo Cariparma Crédit Agricole, la commissione ha come missione:

- la promozione del benessere individuale e organizzativo
- l'implementazione di pratiche partecipative per favorire il dialogo e la qualità della comunicazione interna, lo spirito di collaborazione, l'equità e lo sviluppo delle competenze, azioni positive e pari opportunità

Lo studio e la proposta di:

- politiche di conciliazione tempi di lavoro e famiglia
- politiche a favore della conciliazione fra sostenibilità ambientale e mobilità.

Ad essa restano affidate la proposizione e lo studio di soluzioni sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa

La Commissione ha portato avanti nel 2015:

- **PSYA**, il Servizio di ascolto ed assistenza psicologica nei confronti del personale e dei familiari
- **Il progetto "Payroll Giving"** per il cui finanziamento si è passati dall'adesione volontaria ed esplicita dei dipendenti all'adesione mediante il meccanismo del silenzio/assenso concordato tra azienda e sindacato. Sono stati raccolti 40.000 Euro devoluti all'Ospedale pediatrico Meyer di Firenze per l'acquisto di un laser di precisione per il reparto di Oncologia pediatrica. In sede di Commissione è stata condivisa la scelta di destinare la raccolta a valere sull'anno 2015 all'Istituto Gaslini di Genova all'Ospedale pediatrico di Padova.
- **Progetto "Questionario insieme al lavoro"** rientrante tra i progetti FReD e consistente in un censimento interno a FriulAdria delle abitudini di mobilità nel percorso casa-lavoro
- **Condivisione in anteprima dell'indagine di clima IER**

RELAZIONI INDUSTRIALI

La banca si impegna a coltivare importanti e costruttive relazioni sindacali per meglio salvaguardare gli interessi dei dipendenti, nel pieno rispetto dei principi di trasparenza, correttezza e senso di responsabilità

Nel 2015 è proseguito in maniera proficua il dialogo con le Organizzazioni Sindacali Aziendali nonostante le tensioni determinatesi a livello di settore in relazione alle negoziazioni per il rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro avvenuto il 31 marzo 2015, e preceduto anche da uno sciopero generale di categoria il 30 Gennaio 2015.

Lo stakeholder sindacale ha preso parte a tutti i progetti di revisione organizzativa orientati a migliorare l'efficienza del Gruppo con salvaguardia delle condizioni di lavoro, armonizzazione dei trattamenti e sviluppo professionale dei colleghi.

In particolare:

- **la creazione della nuova società consortile Crédit Agricole Group Solutions**
  nata per accentrare le attività di macchina operativa del Gruppo e nella quale sono confluiti, attraverso la cessione di rami d'azienda da Cariparma e FriulAdria, circa 700 dipendenti. Il confronto sindacale si è sviluppato senza alcuna tensione e si è concluso l'accordo sottoscritto con le organizzazioni sindacali che ha previsto il mantenimento dei trattamenti economici e normativi già in essere presso Cariparma e FriulAdria e il riconoscimento a favore dei nuovi assunti dei trattamenti integrativi aziendali e di Gruppo
- **nel mese di giugno è stato poi sottoscritto un importante accordo riguardante il personale di Carispezia**
  che ha permesso di estendere le previsioni vigenti presso la Capogruppo in materia di **previdenza complementare, assistenza sanitaria, percorsi professionali, buoni pasto, e permessi allattamento**.
  Il periodo precedente la sottoscrizione ha visto momenti di forte dialettica culminati nell'indizione di uno sciopero.
  Nel 2015, inoltre, è stato sottoscritto, per il terzo anno consecutivo, a livello di Gruppo, l'accordo sul premio aziendale sociale

› l'azienda ha inoltre realizzato, in collaborazione e co-progettazione con le organizzazioni sindacali, una **serie di incontri formativi di perfezionamento in materia di antiriciclaggio**, tenuti in qualità di formatori da due esponenti del mondo sindacale esperti in materia.
Ulteriore importante risultato è stato la **co-progettazione azienda-sindacato** di un corso di formazione diretto a sviluppare uno stile di **"Comunicazione Assertiva"** in azienda, partendo da uno spunto proveniente dalla Commissione RSI relativo al miglioramento degli stili di comunicazione in azienda come strumento per costruire un clima positivo nei luoghi di lavoro.

Presenza del Sindacato nel Gruppo:

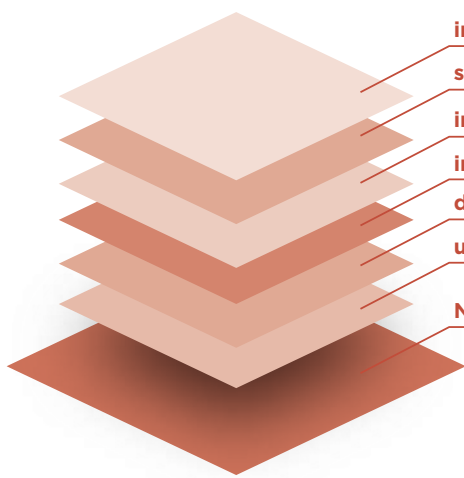
- 86% iscritti nel Gruppo
- 87% iscritti in Cariparma
- 90% iscritti in FriulAdria
- 93% iscritti in Carispezia
- 87% iscritti in Crédit Agricole Leasing Italia (Calit)
- 66% iscritti in Crédit Agricole Group Solutions (CAGS)

LA TUTELA DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Le persone sono al centro delle priorità del Gruppo, con particolare riferimento alla loro salute e, più in generale, al loro benessere

L'obiettivo principale della Banca è quello di salvaguardare la salute e la sicurezza in ogni ambiente di lavoro, dopo aver attentamente valutato i rischi, individuato le opportune misure di sicurezza e proposto adeguati programmi di formazione per i dipendenti.
In continuità con lo scorso anno, il Gruppo ha portato avanti i programmi di sensibilizzazione e di prevenzione per il personale della Banca, continuando a investire sulla sorveglianza sanitaria, obbligatoria per il personale esposto al rischio specifico "videoterminale" con un team di medici competenti e nel pieno rispetto da quanto previsto dalla normativa vigente.

Tabella infortuni (numero)



in itinere	**74**
sul lavoro	**38**
indice di frequenza (n° infortuni/ore lavorate) * 1.000.000	**9,1**
indice di gravità (gg di prognosi/ore lavorate) * 1.000	**0,2**
donne	**64**
uomini	**48**
NUMERO TOTALE DI INFORTUNI	**112**

UNA RELAZIONE DI **FIDUCIA**

“L'azienda che rappresento, nella relazione con la banca, ricerca da sempre un partner affidabile in grado di fornire risposte rapide ed efficaci. Aspetti quali trasparenza, fiducia, ascolto e reputazione sono per noi valori chiave da ricercarsi in ogni rapporto, sia esso umano o di lavoro.”

G. Carli, Amministratore Delegato Gruppo Carli

› La relazione con i clienti e la customer satisfaction **142**

› Attività per la prevenzione e gestione dei reclami **144**

› La relazione con i fornitori **146**

› L'investimento nei territori e nelle comunità **148**

› Promozione della sostenibilità nella catena del valore **155**

LA RELAZIONE CON I CLIENTI E LA CUSTOMER SATISFACTION

L'ascolto è l'elemento chiave per conoscere i bisogni della clientela

Le attività di ascolto del Gruppo Cariparma Crédit Agricole:

- **SODDISFAZIONE DI SERVIZIO**
  (ISS - Indagine di Soddisfazione di Servizio) rileva la soddisfazione della clientela in particolare nei confronti delle modalità di gestione della relazione da parte del personale, consentendo di rilevare punti di forza e debolezza a livello di singola agenzia

- **CUSTOMER SATISFACTION**
  (CSI - Customer Satisfaction Index) rileva la soddisfazione della clientela e permette un confronto con il mercato e l'identificazione di punti di forza/debolezza a livello di canali, offerta, servizio e comunicazione

- **RACCOMANDAZIONE CLIENTE**
  (IRC – Indice di Raccomandazioni del Cliente) rileva la propensione della clientela a raccomandare la Banca ad amici e colleghi, permette un confronto con il mercato e l'identificazione delle motivazioni di elevata/bassa promozione

- **FOCUS GROUP**
  tavoli di ascolto gestiti in maniera continuativa con i colleghi e i clienti per raccogliere feedback sui nuovi progetti della Banca e identificare eventuali aree di miglioramento sui prodotti e processi in essere

I dettagli delle indagini sono disponibili sui siti delle tre Banche nella sezione:

- Cariparma Ti Ascolta
- FriulAdria Ti Ascolta
- Carispezia Ti Ascolta

Indice di soddisfazione del servizio (ISS)

L'Indice di Soddisfazione di Servizio rappresenta una sintesi delle valutazioni espresse dalla clientela (su scala 1-10) sui diversi elementi che compongono la relazione con la filiale. L'indice viene poi riparametrato su scala 0-100.

Nel 2015 il Gruppo registra livelli di alta soddisfazione (ISS 84,9) grazie alle ottime performance di tutte le Banche (84,5 Cariparma; 85,2 FriulAdria; 86,7 Carispezia).

L'indice di soddisfazione di servizio è dato dalla media ponderata delle valutazioni sui singoli elementi del servizio reso in filiale.

Indagini di Customer Satisfaction Privati

Buona la percezione dell'immagine del Gruppo: fiducia, solidità e impegno nel sociale, sono i tratti più caratterizzanti.

I clienti Privati riconoscono un buon livello qualitativo a tutti i canali di contatto con la Banca e all'offerta. In particolare, risultano punti di forza rispetto al mercato, la filiale, la consulenza sugli investimenti e mutui.

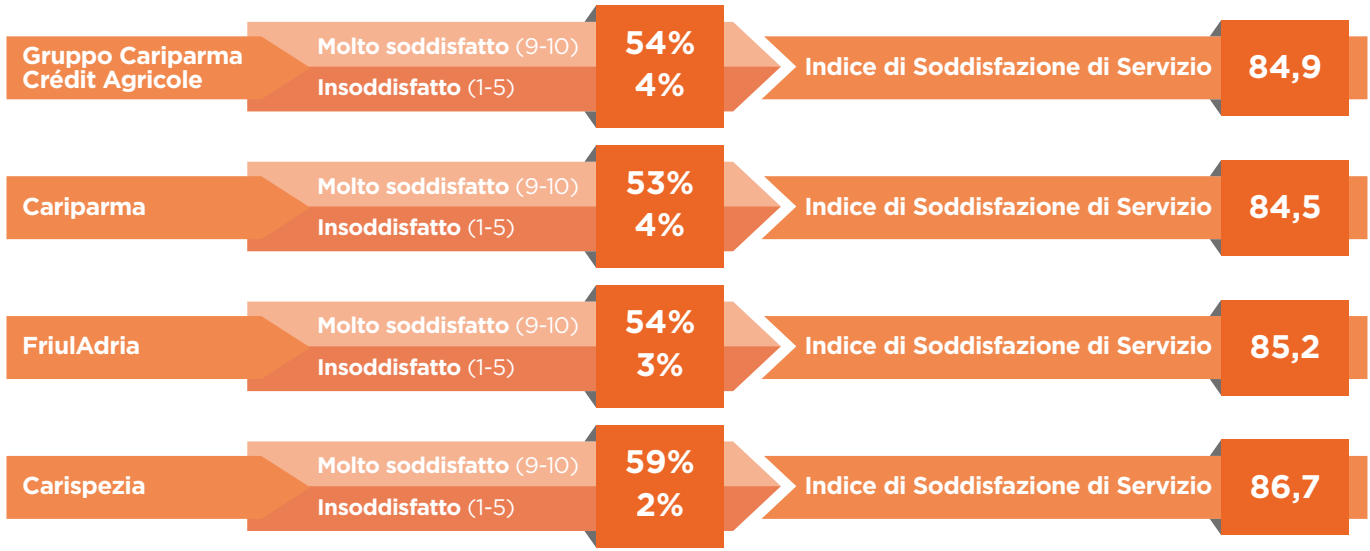
Indagini di Customer Satisfaction Affari

La relazione con il Gestore e il Personale di filiale sono i tratti più distintivi del servizio offerto.

Buona la percezione dell'immagine del Gruppo: fiducia e solidità sono i tratti più caratterizzanti. Confermata anche la qualità dei prodotti creditizi, le linee di fido a breve termine e i finanziamenti a medio lungo termine che, anche in un contesto economico difficile, sono valutati in modo superiore rispetto al mercato.

È stato effettuato inoltre un approfondimento sul settore Agroalimentare, la cui clientela risulta la più soddisfatta.

Indice di Soddisfazione di Servizio 2015



ATTIVITÀ PER LA PREVENZIONE E GESTIONE DEI RECLAMI

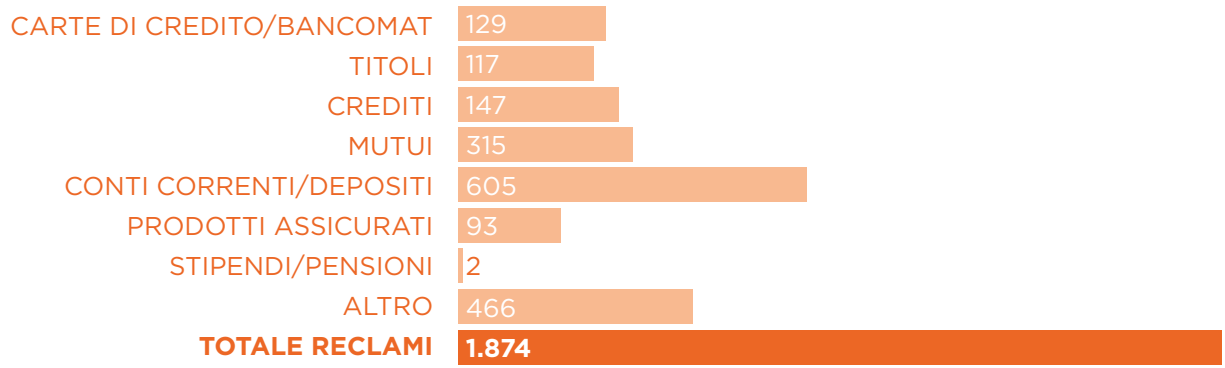
Il Gruppo gestisce in modo accentrato l'attività e individua i processi al fine di mitigare i rischi

I clienti possono presentare reclamo inviandolo tramite posta ordinaria (a mezzo lettera o a mezzo fax), posta elettronica o consegnandolo direttamente a mano presso una filiale, che provvederà all'inoltro al Servizio Reclami. Una volta ricevuto il reclamo, il Servizio procede al suo censimento in un apposito database per consentirne la corretta gestione ed il relativo monitoraggio; contestualmente, viene spedita idonea lettera interlocutoria con cui si comunica al cliente la presa in carico del reclamo stesso.
Il Servizio Reclami provvede quindi all'istruttoria della pratica avvalendosi della collaborazione delle varie funzioni aziendali necessarie, per poter poi fornire un riscontro esauriente al cliente e, in caso di accoglimento, indicando le iniziative assunte nel merito.
I termini di evasione dei reclami sono stabiliti a 30 giorni, ad eccezione di quelli riguardanti i servizi d'investimento per i quali i tempi si allungano a 90 giorni.
In caso di mancata risposta o di risposta insoddisfacente, i clienti possono rivolgersi all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF) o al Conciliatore Bancario (in caso di vertenze relative ai servizi d'investimento).

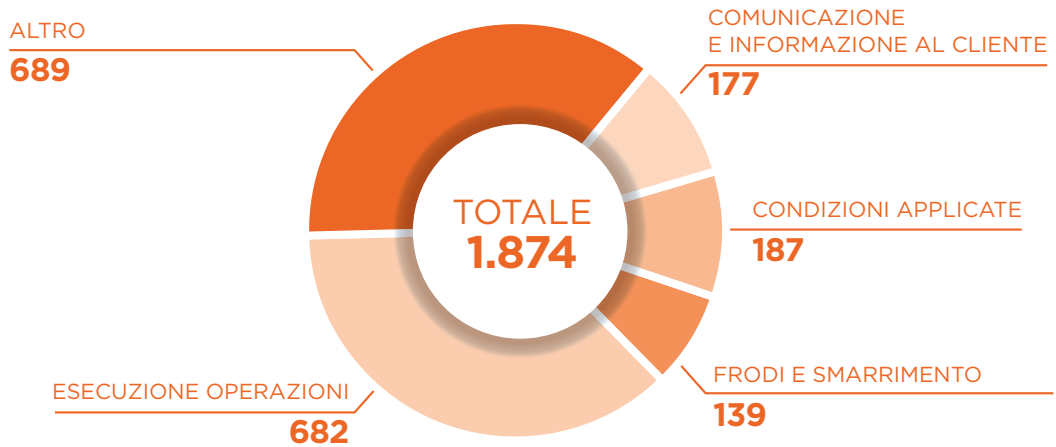
Il Gruppo ha definito nel 2015 la policy per la gestione dei reclami con l'obiettivo di:

- assicurare il coordinamento delle varie strutture coinvolte nelle fasi di gestione dei reclami
- assicurare sollecita e chiara trattazione dei reclami nei termini di legge
- individuare e dar corso a revisioni di processi e procedure al fine di mitigare sia i rischi operativi che legali e reputazionali.

Ripartizione dei Reclami per oggetto



Ripartizione dei Reclami per motivo



LA RELAZIONE CON I FORNITORI

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole è consapevole di essere parte di un sistema più vasto in grado di coinvolgere una pluralità di soggetti con l'obiettivo dichiarato di creare valore a lungo termine

Per queste ragioni il Gruppo ha integrato nella propria operatività quotidiana il rispetto per la legalità, l'integrità, la correttezza, la trasparenza e la dignità delle persone. I fornitori sono parte integrante di questo sistema di valori e basano la loro azione sulla trasparenza e sul rispetto di questi principi nella relazione con il Gruppo.

Per la banca, oggi, scegliere un fornitore vuol dire scegliere il miglior rapporto qualità-prezzo tra i diversi operatori che svolgono la propria attività nel pieno rispetto delle leggi e delle regolamentazioni in vigore nei diversi settori.

Per promuovere una scelta fondata sul rispetto del codice etico del Gruppo, i potenziali candidati vengono valutati dall'Area Acquisti e Gestione Immobili dal punto di vista:

- tecnico-amministrativo
- economico-finanziario
- legale-giudiziario

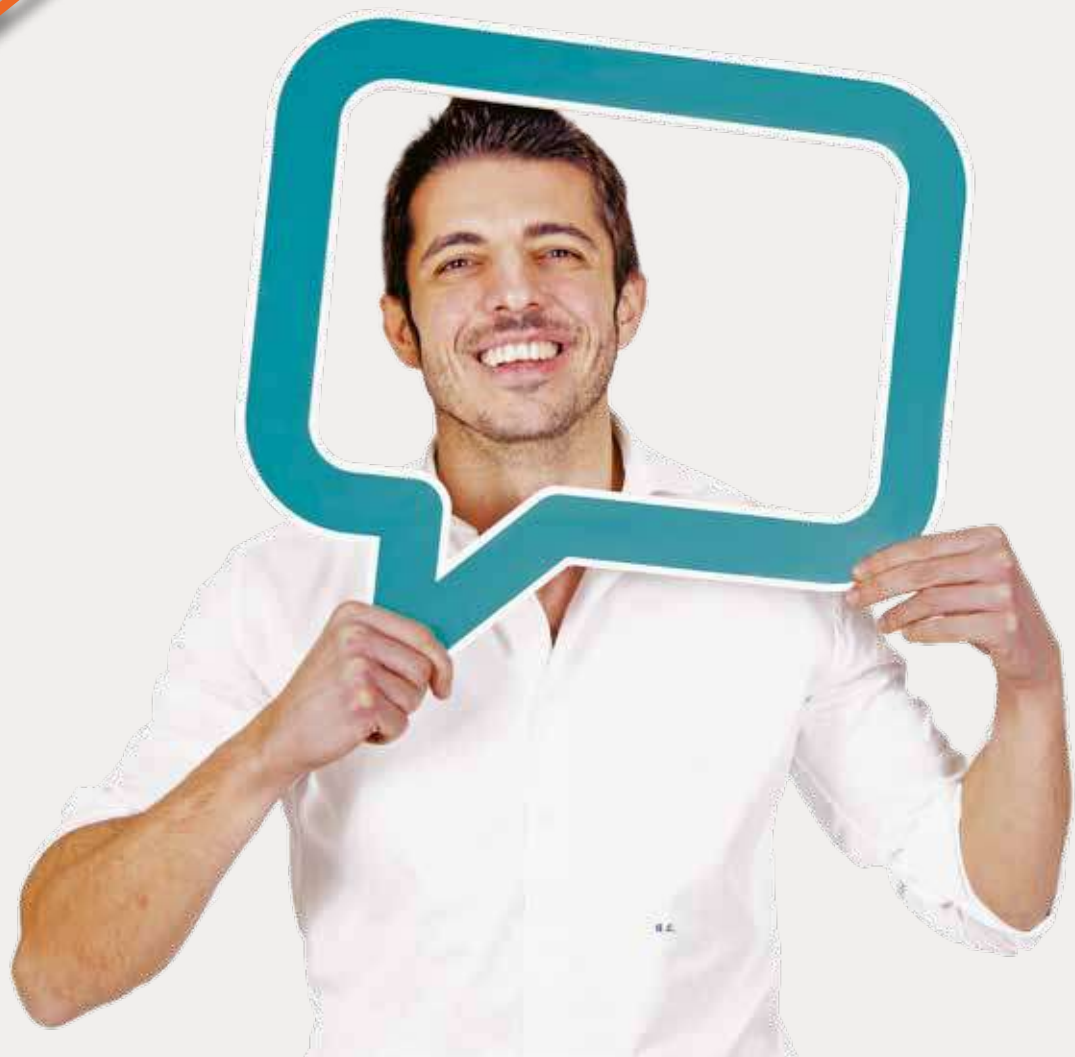
Inoltre viene richiesto ai candidati, in fase di selezione, di comunicare l'eventuale possesso di certificazioni ambientali e sociali nonché di sottoscrivere formalmente i valori e principi contenuti nel codice etico del Gruppo e nelle relative regole deontologiche.

In particolare, il 2015 è stato l'anno dell'avvio della nuova **Piattaforma Acquisti del Gruppo Crédit Agricole in Italia** che ha facilitato l'interazione della funzione Acquisti con i fruitori del servizio (Centri di Responsabilità del Crédit Agricole Group Solutions, Banche e società del Gruppo Cariparma Crédit Agricole, consorziati e clienti in genere) e con i fornitori esterni.

Il nuovo applicativo, integrato con la procedura di ciclo passivo attualmente in essere presso il Consorzio e le Banche del Gruppo, ha consentito la tracciatura delle pratiche di acquisto, dei rinnovi contrattuali, delle disdette, della dematerializzazione dei contratti potenzialmente sottoscrivibili, conservati e consultati digitalmente. La Piattaforma consente di produrre una reportistica da inviare ai consorziati e ai vertici aziendali. Questo nuovo supporto tecnologico ha contribuito al miglioramento di un'offerta di servizi messi a disposizione da Crédit Agricole Group Solutions nei confronti del Gruppo Cariparma Crédit Agricole, con maggiori sinergie e potenziale riduzione dei costi nell'acquisto di beni e servizi.

NUOVA PIATTAFORMA ACQUISTI DA CRÉDIT AGRICOLE GROUP SOLUTIONS

Crédit Agricole Group Solutions lancia una nuova procedura per gestire l'intero processo di acquisto e albo fornitori, riducendo le tempistiche e garantendo una maggiore tracciabilità e automazione del processo nel rispetto dei regolamenti in essere. La nuova applicazione, raggiungibile al link acquisti.cagroupsolutions.it, garantirà anche un puntuale monitoraggio delle attività effettuate, tramite reportistica periodica. Incontri di formazione con le diverse funzioni aziendali sono tuttora in corso ed in programma nei prossimi mesi per presentare la nuova procedura, le attività richieste e le funzionalità legate al tracking e alla visibilità delle pratiche.



L'INVESTIMENTO NEI TERRITORI E NELLE COMUNITÀ

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole promuove la creazione di una solida rete di collaborazioni e partnership progettuali con importanti realtà locali, nazionali e internazionali

L'obiettivo è quello di sostenere il territorio e la comunità attraverso iniziative culturali, sociali, economiche e sportive.

In ambito culturale il Gruppo promuove collaborazioni con importanti realtà che rappresentano le eccellenze del territorio nonché l'italianità. La strategia è quella di sostenere la cultura e l'immagine italiana in tutte le sue forme (dalle mostre, al teatro, ai festival) e ampliare la fruibilità della cultura e dei suoi strumenti a un pubblico sempre più vasto, nonché a stimolare la creatività e l'innovazione.

Al fianco di importanti mostre

Tra le principali iniziative culturali del 2015 ricordiamo il sostegno di Cariparma, in collaborazione con Fondazione Cariparma, a due importanti mostre realizzate presso la Fondazione Magnani Rocca: **"ROMA 900"** che ha presentato il "Novecento romano", quindi il collezionismo pubblico e la cultura artistica a Roma nella prima metà del XX secolo, nella complessità dei linguaggi che si sono succeduti, con gli artisti e i movimenti di riferimento e **"Giacomo Balla. Astrattista Futurista"**, la cui esposizione ha presentato l'articolato percorso dell'artista, caratterizzato da grande complessità e modernità.

Nel 2015 FriulAdria ha promosso la mostra **«Pordenone Montanari. Assedio alla forma»**, tenutasi presso la Galleria Bertoia dall'11 settembre al 17 gennaio 2016. Le vetrine di Palazzo Cossetti hanno, in tale occasione, ospitato alcune opere del pittore che ha scelto come nome d'arte quello della sua città d'origine e che oggi riceve questo significativo riconoscimento dal suo territorio.

Carispezia, come partner di Palazzo Ducale di Genova, è stata main sponsor di una delle principali mostre del panorama culturale nazionale: **"Dagli impressionisti a Picasso"**, un vero e proprio evento unico nella storia che ha visto per la prima volta in Europa (Genova unica tappa) il Detroit Institute of Art concedere in prestito una consistente collezione con rarissimi capolavori di maestri del 900.

Il sostegno ai teatri

Attenta alla cultura dei territori a cui è tradizionalmente legata, Cariparma ha confermato le sue principali partnership con il Teatro Regio di Parma, in particolare con il ruolo di main partner del **Festival Verdi,** il **Teatro Stabile di Torino, Sociale di Como e Municipale Piacenza**.

FriulAdria ricopre da anni il ruolo di **"Socio Onorario"** del **Teatro Comunale Giuseppe Verdi** di Pordenone oltre a sostenere la stagione teatrale e le molteplici iniziative del teatro in collaborazione con Pordenonelegge e le principali associazioni della città.

Carispezia ha sostenuto, in continuità con gli anni precedenti, le iniziative culturali del **Politeama Genovese** e avviato la partnership con il **Teatro Carlo Felice**, sostenendo l'iniziativa "musicaperitivo" destinata prevalentemente alle famiglie.

In campo letterario

Nel campo della letteratura, è continuato l'impegno del Gruppo nei confronti dei tre principali Festival nazionali:

- **Festivaletteratura di Mantova** manifestazione culturale con autori, reading, spettacoli, concerti, installazioni artistiche in tutte le piazze della città
- **Festival della Mente di Sarzana** appuntamento annuale con la cultura con un ricco programma per tutti i gusti e per tutte le età. Come di consueto, Carispezia affianca il suo nome in particolare alla sezione ragazzi, promuovendo gli spettacoli dedicati ai più piccoli
- **Pordenonelegge** FriulAdria fa parte, fin dalla prima edizione, del suo Comitato promotore e collabora con la manifestazione su iniziative legate a letteratura, cinema, giornalismo e sullo sviluppo del filone della poesia, un vero festival nel festival, per realizzare il progetto "Pordenone Città della Poesia". FriulAdria in questa edizione ha assegnato il **Premio "La storia in un romanzo"** a Emmanuel Carrère

Cariparma ha inoltre consolidato la partnership con il **Premio Letterario Edoardo Kihlgren** ed il **Premio Molossi al miglior redattore dell'anno** e FriulAdria ha rafforzato il sostegno ad alcuni dei principali festival culturali del territorio, anche attraverso prestigiosi premi che portano il suo nome.

Tra i principali: èStoria a Gorizia con il Premio "Il romanzo della storia" assegnato a Roberto Saviano e il Premio "Testimoni della Storia" assegnato a Trieste a Ferruccio de Bortoli nell'ambito dell'evento giornalistico internazionale intitolato a Marco Luchetta. Infine, all'interno del Festival Biblico di Vicenza, la banca ha assegnato il Premio FriulAdria alla giovane cantante Chiara Beltrame, vincitrice del contest musicale "Una canzone in cui credere" promosso dalla banca.

Carispezia per la prima volta ha partecipato come sponsor al **Festival della Marineria**, momento di tradizione finalizzato a valorizzare la cultura del mare.

Cariparma ha sostenuto l'Accademia musicale napoletana, con il progetto **"Musical Network 2015"**.

Tra le maggiori rassegne musicali FriulAdria è stata partner di **Pittura Musica Poesia** ciclo di concerti di musica classica, letture sceniche e mostra d'arte dedicata a Tono Zancanaro a Padova e Venezia, a cura della Fondazione Musicale Omizzolo Peruzzi e Udin&Jazz, principale rassegna jazz del Friuli.

Carispezia ha proseguito la propria partnership con **Premio Lunezia**, il riconoscimento assegnato ogni estate a Marina di Carrara al valore musicale e letterario delle canzoni.

Dal 2015 Cariparma affianca la **Fondazione Nuovi Mecenati**, la cui missione è quella di sostenere le relazioni culturali franco-italiane nell'ambito della creazione contemporanea.

La Fondazione, in collaborazione con l'Ambasciata di Francia in Italia e con altre istituzioni pubbliche e private, promuove la circolazione delle opere e degli artisti francesi in Italia e partecipa a progetti di coproduzione, incontri e diffusione.

Da anni favorisce l'approccio degli studenti alla lettura dei quotidiani attraverso il sostegno alla Scuola di Giornalismo di Piacenza, in collaborazione con Libertà e il CIDIS.

Al fianco del cinema

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha continuato a investire nel cinema italiano attraverso operazioni di tax credit perché ritiene strategico rilanciare questa forma d'arte, in particolar modo per quanto riguarda l'Italia.

Cariparma ha sostenuto il film **"Si accettano miracoli"**, scritto, diretto e interpretato da Alessandro Siani, che è alla seconda produzione dopo "Il principe abusivo". Ambientazione fiabesca per una pellicola in cui l'attore napoletano illumina ogni gag con la sua fresca presenza.

FriulAdria ha finanziato il film documentario **"Genitori"** del regista friulano Alberto Fasulo.

Il film presenta un significativo valore sociale: documenta il mondo della disabilità raccontando l'esperienza locale di un gruppo di auto mutuo-aiuto formato da genitori di figli diversamente abili, che riscoprono nel dialogo la possibilità di sorreggere e comprendere la loro impegnativa quotidianità.

FriulAdria e Carispezia sono intervenute insieme con un'operazione di tax credit, nel mondo della produzione cinematografica italiana a fianco di **"Belli di papà"** di Guido Chiesa.

Carispezia ha inoltre finanziato il film **"Ma che bella sorpresa"** diretto da Alessandro Genovesi.

FriulAdria è anche partner storico delle rassegne cinematografiche del territorio:
"Le Giornate Internazionali del Cinema Muto", il principale Festival internazionale dedicato al cinema delle origini; ricopre inoltre il ruolo di partner organizzativo, culturale ed economico del **Festival Internazionale FilmMakers al Chiostro**, manifestazione per giovani artisti e video-animatori emergenti.

Progetti editoriali

Cariparma si è poi contraddistinta per aver partecipato in qualità di sponsor alla realizzazione del volume **"Made in Milano. Le botteghe del Cinquecento"**

In prima fila con le iniziative DIGITAL. Con "Oggi è un miracolo se..." 6 biglietti per l'anteprima e 60 per vedere il film nelle sale.

Per partecipare, gli utenti hanno pubblicato una foto e un testo ironico, per raccontare i piccoli miracoli quotidiani. Sul sito dedicato presenti anche contenuti inediti relativi al film.
Presenti anche:

- sulla pagina Facebook Cineteca Italia
- su l'account Twitter@CinetecaItalia

a firma Franco Maria Ricci, che racconta la Milano cinquecentesca, famosa in tutta Europa per le sue manifatture, in particolare le maestose armature da parata, le pietre dure, i cammei e i cristalli dal design, che la Banca ha voluto presentare in occasione della partenza di EXPO.

FriulAdria ha promosso il progetto editoriale **"I Giardini delle Ville Venete. Un nuovo sguardo"** realizzato da Terra Ferma. L'opera si concentra sui giardini delle antiche dimore veneziane, da secoli straordinario esempio di tutela del patrimonio ambientale.

Condividiamo i valori dello sport

Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole si impegna a diffondere i valori dello sport attraverso il sostegno della squadra nazionale italiana di rugby e la promozione di numerose iniziative sportive e squadre locali di varie discipline. L'obiettivo è quello di favorire lo sviluppo della pratica sportiva fra i giovani. Tra le principali sponsorizzazioni di squadre giovanili, per Cariparma si evidenzia la partnership con la squadra giovanile del Parma Calcio, il Diego Dominguez Rugby Camp e il CUS Centro Universitario Sportivo in particolare la sezione femminile di atletica.

Carispezia sostiene da anni lo Spezia Calcio (squadra calcistica di serie B), Cestistica Spezzina, Hockey Sarzana e Pallanuoto Lerici Sport; FriulAdria affianca l'ASD Rugby Udine 1928, unico club in Friuli a militare in serie A, e dal 2015 si è avviata la partnership con Benetton Rugby presentata a Treviso il 29 ottobre 2015. La banca e il più forte club italiano hanno stretto un accordo di sponsorship biennale per le stagioni 2015-2016 e 2016-2017, che prevede il sostegno alla prima squadra e a tutte le formazioni giovanili, compresa la rappresentativa femminile.

Lo sport per il Gruppo non è solo valori comuni ma significa anche inclusione di persone in condizioni svantaggiate.

Cariparma, come tradizione, ha realizzato la Cariparma Running, uno degli eventi podistici più importanti della stagione emiliana che unisce sport e sociale. Nel 2015 i fondi raccolti attraverso la vendita delle pettorine sono stati devoluti alla Caritas Children Onlus per l'adozione a distanza di bambini in Africa e all'Associazione Itaca, che aiuta chi soffre di disagio psichico e dà sostegno alle famiglie. È continuato il sostegno all'Associazione "Sostegno Ovale ONLUS", per ragazzi che vivono in una situazione di disagio economico-familiare, e al Campus di Mauro Bergamasco che, in collaborazione con Associazione Italiana Persone Down, facilita l'integrazione dei ragazzi disabili.

Carispezia ha rinnovato il proprio impegno nei confronti di ANFFAS ONLUS La Spezia sostenendo tutte le attività sportive e non dell'associazione. FriulAdria, grazie alle significative partnership con i Comitati Paralimpici del Friuli Venezia Giulia e del Veneto, ha sostenuto iniziative di Rugby in carozzina, la Coppa europea di sci disabili e le attività di alcuni atleti paralimpici del ciclismo. Con Art4Sport onlus – Bebe Vio, FriulAdria ha dato sostegno ai «Giochi senza barriere» nell'ambito di Expo Milano 2015 (in particolare alle squadre del Friuli Venezia Giulia e del Veneto).

È proseguita inoltre l'importante partnership con Gymnasium nuoto tramite il sostegno ai giovani atleti e il contributo a progetti per le scuole sulla sicurezza in acqua e a progetti sull'integrazione della disabilità e sul nuoto sicuro.

Sposiamo progetti "sociali"

L'impegno sociale del Gruppo Cariparma Crédit Agricole si concretizza in collaborazioni con organizzazioni no profit che operano a livello locale e nazionale, attraverso la realizzazione di attività svolte in partnership con società prodotto, clienti, associazioni sindacali ed enti. Il Gruppo ha deciso di affiancare le strutture ospedaliere pediatriche attraverso il **Payroll Giving, avviato in collaborazione con le Organizzazioni Sindacali**. I dipendenti contribuiscono alla raccolta fondi, arrotondando all'euro inferiore l'importo della propria busta paga e la Banca compensa all'euro superiore l'importo.

I fondi così raccolti sono stati in parte destinati all'**Ospedale pediatrico Meyer di Firenze** ed hanno premesso l'acquisto di un laser per gli interventi in via endoscopica al basicranio.

Raggiunto l'obiettivo, è iniziata una nuova raccolta a favore di altre strutture pediatriche, **l'Ospedale Gaslini di Genova** e **l'Ospedale Civile di Padova**; essa terminerà nel 2016 e premetterà l'acquisto di ulteriori macchinari e la sistemazione dei locali dedicati alle cure degli adolescenti degenti.

6 NAZIONI: Sempre IN CAMPO grazie alle nostre attività DIGITAL.

CAMPAGNA FACEBOOK
BLOGGER INFLUENTIAL
COMMUNITY INSTAGRAMMER
CANALE RUGBY
APP MAURO

Concorso "CANTA L'INNO IN CAMPO CON LA NAZIONALE"

Attraverso un'App Facebook dedicata, ogni utente Facebook ha potuto costruire la propria squadra invitando gli amici. Al raggiungimento di 15 componenti, la squadra è stata inserita nell'elenco di quelle partecipanti all'estrazione del premio. Le due squadre vincitrici sono scese in campo al fianco degli azzurri per cantare con loro l'inno nazionale e, successivamente, assistere alla partita all'Olimpico.

Sempre con Ospedale pediatrico Meyer, la banca ha dato avvio ad un'ambiziosa collaborazione triennale: il progetto **"Osteopatia e Neuroscienze"** che si propone di creare un centro di formazione, ricerca e assistenza per il recupero delle funzioni fisiche e cognitive per pazienti con patologie del sistema nervoso centrale, attraverso l'osteopatia e la neuroscienza.

IL PROGETTO È FINANZIATO DALLE BANCHE DEL GRUPPO E DAI CLIENTI CHE HANNO SOTTOSCRITTO I FONDI AMUNDI

Restando in ambito ospedaliero, Cariparma conferma il **sostegno all'Apro Onlus, associazione di volontariato fondata nel 1984 da cittadini e medici dell'Acispedale Santa Maria Nuova di Reggio Emilia** per la raccolta di fondi per lo studio e la cura delle patologie dell'apparato digerente, in particolare con l'utilizzo della radioterapia oncologica.

E ancora il progetto **"L'Ospedale cresce con noi", sviluppato dall'Associazione Il Pellicano Piacenza ONLUS**, grazie al quale è stato possibile migliorare gli spazi dell'Ospedale di Piacenza, in particolare della pediatria.

Infine l'adozione a distanza di un centinaio di bambini del Togo, avviata nel 2005 in collaborazione con l'Associazione Mondo Nuovo ONLUS.

Nel 2015 Carispezia, oltre a sostenere tutte le iniziative dell'ANFFAS sportive e non, ha continuato ad essere al fianco di bimbi malati o in difficoltà: a dicembre ha fatto un dono di Natale a Alessandro, bambino affetto dal Sarcoma di Ewing e a "Letizia nel cuore", Associazione che si propone di aiutare le famiglie con bambini disabili attraverso il sussidio di operatori specializzati.

Novità dell'anno **la partnership con la Compagnia Teatro Instabile per il progetto "tra la terra e il cielo",** laboratorio teatrale integrato di espressione corporea che coinvolge persone diversamente abili.

FriulAdria ha promosso importanti progetti solidali nell'ambito della salute e della disabilità: **"La Prima per la Ricerca"**, per sostenere l'attivazione di una borsa di studio per la ricerca sui tumori al seno in età giovanile; è proseguita la partnership con il Comitato Sport Cultura Solidarietà di Udine che si concretizza in meeting sportivi, eventi culturali con associazioni legate alla disabilità;
con Fondazione Bambini e Autismo, FriulAdria ha sostenuto il progetto abitativo **"Vivi la città"** e il progetto lavorativo **"Officina dell'Arte"**, le iniziative della **Giornata Mondiale dell'Autismo** (2 Aprile) e la mostra **"MosaicaMente"**, omaggio a Guttuso.

Con **AIL** (Associazione italiana contro leucemie linfomi e melanoma), FriulAdria ha **sostenuto lo spettacolo "Lodovica Comello World Tour"** a favore del progetto di assistenza domiciliare dei giovani pazienti oncologici (AIL e Ospedale di Pordenone).

L'ecosistema social del Gruppo

CANALI ISTITUZIONALI
Dialogo su prodotti, arte e cultura, sport, cinema, risparmio e Responsabilità Sociale

CANALI RUGBY
Dialogo sul mondo del rugby, con focus sulla Nazionale

CANALI CINEMA
Dialogo sul mondo del cinema italiano

SPONSORIZZAZIONI E INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ	COMUNITÀ

Investimenti nella comunità

	Unità di misura	Cariparma	Carispezia	FriulAdria	Gruppo
Sponsorizzazioni	%	80%	53%	39%	**68%**
	euro	2.921.601	384.238	463.916	**3.769.755**
Erogazioni da fondo di beneficenza	%	20%	47%	61%	**32%**
	euro	732.944	347.443	730.891	**1.811.278**

Ambiti di intervento (Sponsorizzazione)

Cultura	%	7%	4%	7%	**6%**
	euro	200.145	14.400	32.265	**246.810**
Sport	%	62%	92%	19%	**60%**
	euro	1.814.456	352.184	89.161	**2.255.801**
Economico	%	31%	5%	74%	**34%**
	euro	906.100	17.654	342.490	**1.266.244**
Altro	%	0%	0%	0%	**0%**
	euro	900	0	0	**900**

Ambiti di intervento (Erogazioni da fondo di beneficenza)

Cultura	%	39%	80%	59%	**55%**
	euro	288.100	278.100	433.700	**999.900**
Sociale	%	54%	16%	22%	**34%**
	euro	393.953	56.834	158.091	**608.887**
Sport	%	4%	3%	8%	**5%**
	euro	30.000	10.500	59.100	**99.600**
Altro	%	3%	1%	11%	**6%**
	euro	20.891	2.000	80.000	**102.891**

PROMOZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ NELLA CATENA DEL VALORE

Il sostegno del Gruppo alla comunità si è realizzato anche grazie a importanti partnership e versioni speciali di CartaConto, dal layout personalizzato

Continua l'impegno del Gruppo nel sociale. È stata avviata, infatti, una nuova iniziativa volta a sostenere l'attività della Lega del Filo d'Oro, da oltre 50 anni punto di riferimento in Italia per le persone sordocieche.

Nata nel 1964, si occupa di assistere, educare, riabilitare e reinserire nella famiglia e nella società adulti e bambini sordociechi o con menomazioni psicosensoriali.

In 50 anni d'impegno è oggi un punto di riferimento importante in Italia per il trattamento di queste disabilità.

Obiettivo dell'iniziativa: raccogliere fondi per finanziare le attività della Lega grazie all'emissione di un'edizione speciale di CartaConto con layout dedicato che riporta il marchio della Onlus. La carta è riconoscibile in quanto presenta il nome della Onlus scritto in braille e una banda profumata all'aroma di rosa, stessa profumazione utilizzata anche per il bilancio sociale dell'Ente.

In aggiunta, proseguono le iniziative poste in essere negli anni scorsi.

Tra le principali:

CartaConto Fondazione Veronesi, edizione speciale di CartaConto che permette di sostenere i progetti di ricerca della Fondazione: finanziare giovani ricercatori che lavorano in tutta Italia, impegnati in ambito oncologico, cardiologico e delle neuroscienze.

CartaConto "Il Pellicano Piacenza Onlus", nata il 18 febbraio 2013 nata per iniziativa dell'Azienda Usl di Piacenza e di un gruppo di volontari per supportare gli ospedali del territorio.

L'Associazione si propone di migliorare il benessere dei pazienti ristrutturando i locali, di rinnovare le apparecchiature sanitarie con strumenti tecnologicamente più avanzati, di potenziare la ricerca scientifica e di contribuire alla conservazione, restauro, valorizzazione e conoscenza del patrimonio storicoartistico degli ospedali di Piacenza e provincia.

CartaConto Fondazione Veronesi

- carta prepagata ricaricabile, con funzione di conto corrente e con layout personalizzato con il logo dell'associazione
- in fase di attivazione, i clienti sostengono la Fondazione con una donazione minima di 5 euro e possono anche decidere di devolvere un contributo periodico all'associazione, scegliendo la frequenza e l'importo del versamento
- canone gratuito della carta per i primi 6 mesi
- non prevede costi di emissione

CartaConto Il Pellicano

- carta prepagata ricaricabile, con funzione di conto corrente e con layout personalizzato con il logo dell'associazione
- innovazione, semplicità e versatilità sono le sue caratteristiche che permettono di utilizzarla come sostegno nel sociale
- in fase di attivazione, i clienti sostengono la Onlus con una donazione minima di 5 euro e possono anche decidere di devolvere un contributo periodico all'associazione, scegliendo la frequenza e l'importo del versamento
- canone gratuito della carta per i primi 6 mesi
- non prevede costi di emissione

OPEN MIND

SOSTEGNO ALLA GREEN ECONOMY

> Le aziende devono fare passi importanti verso la sostenibilità ambientale attraverso prodotti con impatti diretti e direttamente percepibili dall'uomo. Non si tratta di un atto simbolico ma di un percorso capace di generare valore per la comunità.
>
> M. Atelli, Ministero dell'Ambiente

› Prodotti e servizi dedicati alla Green Economy **160**

› I servizi di Calit **164**

› Gli impatti ambientali diretti **167**

PRODOTTI E SERVIZI DEDICATI ALLA GREEN ECONOMY

Il 2015 ha rappresentato un anno chiave per il futuro delle tematiche legate alla green economy

Nel corso dell'anno si sono svolti i lunghi lavori preparatori e poi le due settimane di negoziati che hanno caratterizzato la Conferenza di Parigi sui cambiamenti climatici (COP 21), da cui è nato il nuovo accordo sul clima, che include l'obiettivo sfidante di limitare il riscaldamento globale a meno di 2 °C rispetto ai livelli pre-industriali.

Per raggiungerlo serve l'impegno di tutti, dei governi e delle più importanti realtà industriali in primis. Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole, coerente con le caratteristiche identitarie proprie e della capogruppo francese, intende giocare la propria parte, impegnandosi nella mitigazione degli impatti indiretti e favorendo, attraverso leve di business, lo sviluppo di un modello economico eco-sostenibile.

L'obiettivo è duplice:

1. Cogliere nuovi vantaggi competitivi nel mercato interno e internazionale
2. Sfruttare l'opportunità di sviluppo di nuovi business per crescere

In questo scenario di riferimento si colloca l'iniziativa "Gran Mutuo Green" a sostegno dell'ambiente. Per ogni mutuo stipulato la banca garantisce la piantumazione di un albero in aree a forte degrado e a rischio di dissesto idrogeologico, in collaborazione con Edison che offre un anno gratuito di componente energia. Il progetto è realizzato in collaborazione con AzzeroCO2, società di consulenza energetico-ambientale fondata da Legambiente e riconosciuta dal Ministero dell'Ambiente.

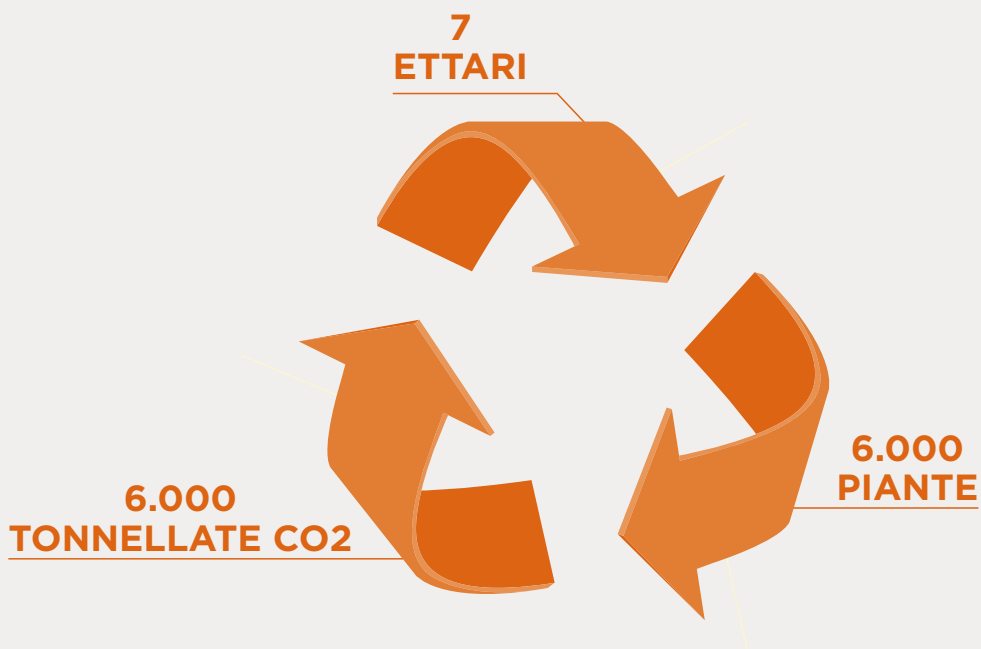
Il primo intervento ha avuto luogo nel Parco Fluviale del Po e dell'Orba con la riqualificazione dell'area posta nella golena destra del fiume Po (all'interno della Riserva Naturale della Confluenza del Tanaro, comune di Isola Sant'Antonio, in provincia di Alessandria). Sono stati piantati 5.000 alberi su una superficie di 5 ettari per l'assorbimento di 5.000 tonnellate di CO2.

Il secondo progetto di piantumazione è stato realizzato nel quartiere di Villanova a Pordenone.

Le aree urbane oggetto di intervento sono 3, per un totale di circa 1.000 alberi e una superficie di 23.860 mq per l'assorbimento di 1.000 tonnellate di CO2.

Grazie al successo della campagna, dopo appena 5 mesi dall'inizio della promozione, il Gruppo ha potuto concludere l'accordo per il recupero e la riqualificazione di circa 7 ettari di territorio.

Il Gruppo conferma il proprio ruolo attivo nella tutela dell'ambiente e nella sensibilizzazione e valorizzazione di tematiche ecosostenibili anche grazie alla carta di debito in "PLA", in sostituzione delle carte in PVC. "PLA" è la sigla che identifica l'acido polilattico, biodegradabile e naturale, che si ottiene dal destrosio, a sua volta derivante da uno zucchero ricavato dall'amido delle piante.



Oltre **7 ETTARI** di territorio con la piantumazione di **6.000 PIANTE** sono in grado di compensare l'emissione di **6.000 TONNELLATE** di **CO2**.

Grazie all'App Facebook "REGALA UN ALBERO" sottoscrivendo un mutuo pianti un albero.

Ogni settimana sono state estratte 10 dediche e vinti gli alberi scelti. Questi alberi sono stati piantati e contribuiranno alla riduzione di CO2 in Italia.
La persona a cui è stato regalato l'albero potrà seguire la crescita dello stesso.

SEMPRE ON LINE CON IL GREEN #

CrescoGreen

È il prodotto che è stato perfezionato nel corso del 2015, nato per sostenere lo sviluppo degli interventi di efficienza energetica.

Gli obiettivi dell'iniziativa sono:

- **RISPONDERE** al bisogno di contenimento dei consumi energetici con processi produttivi più efficienti e risorse finanziarie necessarie agli investimenti
- **CONSOLIDARE** l'immagine del Gruppo, sempre attento al rispetto dell'ambiente e al risparmio energetico
- **AUMENTARE** e stabilizzare gli impieghi fidelizzando la clientela interessata.

A OTTOBRE 2015 CRESCOGREEN HA RICEVUTO LA MENZIONE SPECIALE NELLA CATEGORIA AMBIENTE

Infine il Gruppo sostiene le fonti rinnovabili e non esauribili, sviluppa l'efficienza energetica, tutelando l'impatto ambientale attraverso leve di business.

In Valle d'Aosta la banca, in collaborazione con Calit è protagonista di un'operazione in pool per un importo complessivo di 18,3 milioni di euro volta a finanziare una centrale idroelettrica a Fenis (AO).

FriulAdria ha invece strutturato e organizzato un finanziamento in project financing in favore di Compagnia Energie Rinnovabili Srl, società controllata da Elettrostudio Energia Spa, per la realizzazione di un impianto idroelettrico ad acqua fluente sul fiume Tanaro (Asti).

Energicamente Gran Prestito è il finanziamento dedicato a chi vuole acquistare e installare pannelli solari o fotovoltaici per la propria casa. Con questo finanziamento, i privati possono rateizzare il costo dell'impianto, sfruttando sin da subito i benefici derivanti dall'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili.

Per investire nella produzione di energia da fonti rinnovabili, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole propone Energicamente Business, il finanziamento a medio-lungo termine che consente la realizzazione di impianti alimentati a fonti rinnovabili e interventi di efficienza energetica.

Finanziamento per l'efficienza energetica e l'energia rinnovabile (in euro)

CrescoGreen caratteristiche:

- finanziamento a medio-lungo termine aderente al piano di risparmio energetico con rimborso rateale
- sostegno al circolante attraverso la valorizzazione di asset

I SERVIZI DI CALIT

Crédit Agricole Leasing Italia è la struttura di riferimento del Gruppo per la locazione finanziaria

Calit opera attraverso l'ideazione e l'offerta di prodotti in grado di soddisfare le esigenze dei clienti, imprese e liberi professionisti, seguendoli nei loro progetti di investimento.

Calit recepisce e fa propri i valori del Gruppo, supportando la rete delle Banche nelle relazioni con i clienti radicati nei territori presidiati.

Recepire i valori del Gruppo vuol dire dare priorità ai settori economici di eccellenza quali agricoltura e agroalimentare ed energie rinnovabili.

In linea con la Capogruppo, Calit mette al centro l'efficienza operativa e la soddisfazione del cliente, formalizzata nella "Carta degli impegni", che contiene obiettivi di eccellenza nella relazione con le controparti ed è condivisa con tutti i colleghi della rete.

Nel corso del 2015 è stata infatti svolta la prima analisi della customer experience e della soddisfazione dei clienti interni, con l'obiettivo di rilevare la soddisfazione dei clienti e dei dipendenti del Gruppo Cariparma Crédit Agricole nei confronti dei servizi offerti da Calit.

L'analisi è stata avviata con un'indagine preliminare qualitativa finalizzata sia ad una esplorazione approfondita della relazione con clienti, interni ed esterni, sia all'ottenimento di una mappa delle potenzialità e delle direzioni di sviluppo più promettenti per il servizio fornito.

A questa analisi hanno fatto seguito un incontro di validazione con il management e un'indagine estesa quantitativa, quest'ultima volta a validare le indicazioni e le ipotesi emerse dalla fase qualitativa, fornendo una evidenza campionaria significativa, sia per i clienti interni che esterni. Per questa indagine sono stati intervistati tramite mail 176 clienti esterni e 347 clienti interni: l'indice di soddisfazione dei clienti esterni è risultato pari a 65,7 e dei clienti interni pari a 67,7 (scala 0/100).

Nel corso del 2015, Calit ha stipulato 27 contratti legati a impianti e progetti di energia rinnovabile (idroelettrico, eolico, fotovoltaico e biomasse) per un importo di circa 38 milioni di euro che erogano, una volta a regime, energia pulita a circa 28.000 famiglie.

Calit

al terzo posto nelle classifiche Assilea e al primo posto per il finanziamento di impianti idroelettrici

Tra le principali misure anticrisi e di inclusione finanziaria, Calit ha sottoscritto il provvedimento inerente l'Accordo per il credito 2015 – Nuova Moratoria ABI, volto a prevedere una serie di iniziative che ripercorrono le misure già realizzate in passato, opportunamente adeguate al nuovo contesto normativo.

In particolare, con riferimento al leasing finanziario, l'accordo include espressamente la possibilità, per le piccole e medie imprese che sottostanno a determinate caratteristiche, di chiedere agli intermediari aderenti la sospensione per 12 o 6 mesi del pagamento della quota capitale implicita nei canoni di operazioni di leasing finanziario, rispettivamente "immobiliare" o "mobiliare" (targato, strumentale, nautico), anche se agevolati.

Nel corso dell'anno hanno usufruito di tale provvedimento 17 clienti di Calit per un ammontare complessivo di esposizione residua di 5,5 milioni.

Calit ha inoltre messo in atto un progetto finalizzato all'iscrizione nel nuovo Albo Unico ex Art. 106 T.U.B., in accordo ai dettami normativi forniti dal legislatore, così come da Banca d'Italia. A far data dall'iscrizione, la società sarà soggetta al medesimo regime di Vigilanza previsto per le Banche, basato a sua volta sulla normativa europea, secondo un principio di Vigilanza equivalente applicato con un principio di proporzionalità. In virtù dell'applicazione delle nuove regole che elimineranno alcuni regimi agevolativi previsti attualmente per gli Intermediari, già alla fine del 2014 la Capogruppo ha provveduto ad aumentare la dotazione Patrimoniale della società al fine di assorbire l'impatto della nuova regolamentazione nel rispetto dei nuovi limiti introdotti.

Con il Gruppo Rizzoli un'operazione "A tutto Tonno"

È un'operazione "in mare aperto" quella portata a termine dal Mercato d'Impresa Parma in sinergia con Calit nei confronti del Gruppo Rizzoli, leader del mercato ittico in Italia e all'estero. Attraverso un leasing del valore di 2,1 mln €, l'azienda potrà acquistare un aeromobile strumentale alla sua attività. Il mezzo ha infatti forte valenza strategica in quanto consente di raggiungere in breve tempo le zone di pesca in Europa e Nord Africa, garantendo il presidio proattivo sulla qualità della materia prima.

Leasing energia

PORTAFOGLIO (migliaia €)

- 28.015
- 13.725
- 10.783
- 175.358
- 59.976

EROGATO (migliaia €)

- 11.247
- 1.261
- 840
- 335
- 23.970

NUMERO PROGETTI FINANZIATI nel 2015

- 15
- 3
- 2
- 1
- 6

% SUL TOTALE DEI FINANZIAMENTI

- 1,42%
- 0,70%
- 0,55%
- 8,90%
- 3,05%

IMPIANTI EOLICI
IMPIANTI BIOMASSE
IMPIANTI COGENERAZIONE
IMPIANTI FOTOVOLTAICI
IMPIANTI IDROELETTRICI

GLI IMPATTI AMBIENTALI DIRETTI

Il gruppo promuove l'efficentamento energetico a favore della tutela dell'ambiente

Per garantire uno sviluppo economico sostenibile, il Gruppo promuove azioni di rispetto e di valorizzazione del territorio, focalizzandosi su attività di risparmio energetico e di riduzione delle emissioni grazie a una gestione efficace ed efficiente delle proprie risorse che garantiscono un ridotto impatto ambientale e una migliore qualità della vita. Di seguito alcune delle iniziative sviluppate nel corso del 2015.

IMPATTI AMBIENTALI

Progetto	Descrizione
Filiali Moser	Nel corso del 2015 sono stati realizzati 75 interventi Moser. In termini di sostenibilità, sono stati introdotti i corpi illuminanti a Led nelle zone di intervento
Sostituzione gruppi frigo obsoleti	L'iniziativa ha previsto la sostituzione di 60 gruppi di climatizzatori con nuove macchine dotate di gas ecologico e anche più performanti in termini di assorbimento elettrico e resa
Sostituzione di caldaie obsolete	L'attività ha previsto la sostituzione di 17 caldaie a basso rendimento (alcune a gasolio) con nuovi generatori a gas metano più efficienti e performanti
Energy Management	L'iniziativa ha coinvolto 222 filiali con l'installazione di altrettante centraline al fine di governare l'impiantistica da remoto (in termini di accensione luci e termoregolazione). È stata anche individuata la società che affianca il Gruppo nello sviluppo della politica energetica

AMPLIAMENTO CENTRO DIREZIONALE CAVAGNARI

È stata portata a termine la progettazione dei nuovi edifici. Con l'obiettivo di conseguire la certificazione ambientale Leed livello Gold, è stato introdotto l'impianto geotermico per la climatizzazione e l'impianto fotovoltaico per la produzione di energia elettrica (kW 360). È inoltre previsto un impianto di illuminazione domotico e di fitodepurazione per il recupero di "acque grigie".

Progetto	Descrizione
Ristrutturazione Primo Piano Edificio B Centro Direzionale Cavagnari	Il progetto ha l'obiettivo di eliminare gli impianti obsoleti per ricavare spazi ad uso ufficio. Tali locali saranno realizzati con tecnologie simili al Grande Cavagnari
Ristrutturazione della sede di Milano in via Armorari	Nel 2015 è stato attivato l'intervento di ristrutturazione completa di tutto lo stabile , incluso il rifacimento integrale degli impianti (termine 2017). Da evidenziare una serie di interventi finalizzati al contenimento energetico ed al miglioramento del comfort ambientale: sostituzione impianti climatizzazione con apparati ad alta efficienza energetica, sostituzione di tutti i serramenti dell'edificio con nuovi a ridotta trasmittanza termica, rifacimento impianto elettrico con illuminazione a Led, dotato di sistema regolazione della luce artificiale. Gli impianti tecnologici disporranno di sistema di gestione centralizzata e remotizzata
Ristrutturazione di Palazzo Biassa - sede di Carispezia	Nel 2015 è stata ultimata la ristrutturazione degli ingressi e la costruzione di una nuova scala di accesso al piano primo (Presidenza, Direzione); sono quindi iniziati i lavori di ristrutturazione del piano primo il cui termine è previsto per la metà del 2016. Entrambi gli interventi rientrano nel programma generale di ristrutturazione del complesso immobiliare iniziato nel 2012 e sono volti a migliorare il comfort di accesso ai locali senza dimenticare le migliorie in termini di risparmio energetico: è stato infatti realizzato un impianto elettrico con illuminazione a Led

Consumi di gas ed elettricità*

	CARIPARMA	CARISPEZIA	FRIULADRIA	GRUPPO
GWh	35	4	10	**49**
migliaia m3	3.150	200	1.248	**4.598**

RIFIUTI NON PERICOLOSI (Kg)

GRUPPO

330.946

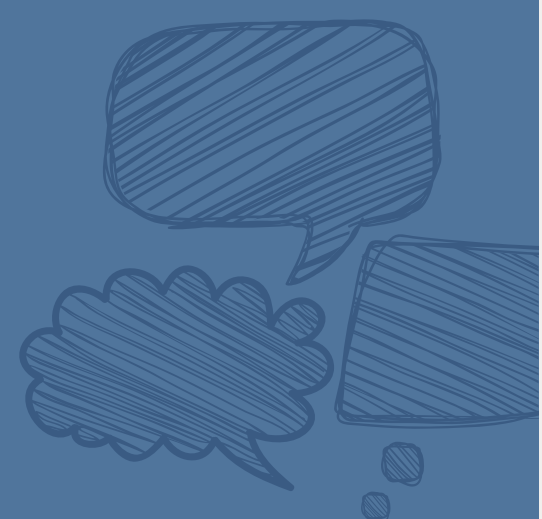
Consumi di carta** (Kg)

CARTA	CARIPARMA	CARISPEZIA	FRIULADRIA	CRÉDIT AGRICOLE GROUP SOLUTION	GRUPPO
di cui RICICLATA	632.213	86.987	176.937	5.963	**902.102**
di cui MODULISTICA	69.100	8.667	24.036	364	**102.169**
TOTALE	703.942	95.652	200.974	6.327	**1.006.896**

* I dati di consumo riportati sono in fase di consolidamento a livello di Gruppo per tanto potranno subire revisioni in futuro
** I dati di consumo di carta non includono Calit

APPENDICE

› Nota metodologica 174
› Tabelle numeriche 177
› Tabella di correlazione 205
› Tabella Global Compact 212



NOTA METODOLOGICA

Il Rapporto di Sostenibilità 2015 del Gruppo Cariparma Crédit Agricole è il principale strumento di rendicontazione e comunicazione sui temi di sostenibilità

Il Rapporto di Sostenibilità 2015 del Gruppo Cariparma Crédit Agricole rappresenta lo strumento di rendicontazione e comunicazione delle prestazioni della banca lungo i tre pilastri della sostenibilità: economico, sociale e ambientale. Esso nasce dall'evoluzione del Bilancio Sociale, pubblicato fin dal 2008: la ridenominazione del documento è in primo luogo espressione della volontà di una maggior focalizzazione della rendicontazione sulle leve capaci di generare valore per il Gruppo nel lungo periodo. Pubblicato annualmente, è il documento attraverso cui il Gruppo analizza e comunica gli effetti che la propria attività ha prodotto sui diversi stakeholder e gli impatti generati a carico del contesto sociale e ambientale.

Linee Guida di riferimento

Il Rapporto di Sostenibilità del Gruppo Cariparma Crédit Agricole è redatto in conformità con le più accreditate linee guida internazionali in materia di rendicontazione della sostenibilità aziendale: le Linee Guida GRI- Global Reporting Initiative nella versione più recente (GRI-G4), di cui include anche gli indicatori del Financial Services Sector Disclosures - G4, e le Linee guida ABI sull'applicazione in banca degli indicatori del Global Reporting Initiative, elaborate nel gennaio 2013 al fine di rendere possibile il confronto informativo con le altre realtà bancarie italiane.

In particolare, la presente edizione del documento accoglie ed interpreta in modo identitario – prevalentementemente nel capitolo intitolato "Generare valore nel lungo periodo" - alcuni dei principi e degli elementi di contenuto proposti dal Framework Internazionale per il Reporting Integrato, messo a punto dall'International Integrated Reporting Council (IIRC), ente globale composto da organismi regolatori, investitori, aziende, enti normativi, professionisti operanti nel settore della contabilità e ONG.

Applicazione delle Linee Guida GRI-G4 e materialità

Le linee guida GRI-G4 pongono un forte accento sul tema della materialità, ovvero sulla rilevanza di un tema per un'organizzazione ed i suoi stakeholder. In tale ottica, nel 2015, il Gruppo Cariparma Crédit Agricole ha aggiornato la propria analisi di materialità al fine di garantire un adeguamento costante del monitoraggio dei temi più rilevanti per l'azienda incrociati

Aspetti GRI G4 correlati ai temi materiali	Entità/Attività per le quali l'Aspetto è materiale		Limitazioni riguardo il perimetro dell'Aspetto	
	All'interno dell'Organizzazione	All'esterno dell'Organizzazione	All'interno dell'Organizzazione	All'esterno dell'Organizzazione
Anti corruzione	Gruppo	-	-	-
Compliance-Prodotto	Gruppo	-	-	-
Labelling di prodotto e servizio	Gruppo	-	-	-
Comunicazione commerciale	Gruppo	-	-	-
Comunità locali	Gruppo	-	-	-
Portfolio prodotti	Gruppo	Società prodotto CA.SA.	-	Parzialmente rendicontato
Performance economiche	Gruppo	Enti regolatori	-	-
Occupazione	Gruppo	-	-	-
Formazione e sviluppo	Gruppo	-	-	-
Diversità e pari opportunità	Gruppo	-	-	-
Equa retribuzione di genere	Gruppo	-	-	-

con la valutazione degli impatti delle proprie attività per tutti gli stakeholder di riferimento.

Applicando le Linee Guida GRI-G4, la banca ha messo in relazione i temi materiali emersi dall'analisi di materialità con le Specific Standard Disclosures definite dal GRI-G4, selezionando quelli più rappresentativi dei risultati dell'analisi e focalizzando su essi la rendicontazione. Per ciascun tema è stato definito il perimetro interno ed esterno all'organizzazione.

Per quanto riguarda il perimetro interno, è stata valutata la significatività di ciascun tema rispetto alle diverse attività di business del Gruppo. Per quanto concerne il perimetro esterno, l'analisi è stata condotta valutando l'impatto di ciascun tema anche al di fuori del perimetro aziendale.

In base all'attuale copertura delle "General Standard Disclosures" e degli indicatori "Specific Standard Disclosures" associati agli aspetti materiali, il livello di aderenza allo standard GRI-G4 autodichiarato dal Gruppo Cariparma Crédit Agricole è "in accordance-core".

Processo dell'analisi di materialità

Il processo di analisi di materialità è stato condotto sulla base di un aggiornamento degli esiti del percorso metodologico implementato per l'edizione 2014. I temi emersi, identificati come rilevanti sulla base dei criteri enucleati dalla linea guida

AA 1000 SES e con particolare focus sui temi emersi dal confronto con gli azionisti - secondo lo spirito del Framework IIRC per il reporting integrato, sono stati integrati e modificati in coerenza con gli esiti delle interviste esterne e interne svolte nel periodo ottobre-dicembre 2015.

Per definire la materialità di tali temi si è proceduto ad un'analisi di coerenza con codice etico, linee guida caratterizzanti il nuovo PMT e le politiche del credito - per quanto riguarda il punto di vista interno - e da un benchmark con alcuni competitor, in merito al punto di vista esterno. Una volta identificati i temi a maggiore priorità, si è proceduto ad un'analisi degli impatti di tali temi sul business. In tal modo, è stato possibile posizionare i temi materiali in una matrice in grado di visualizzarne la rilevanza degli impatti per gli stakeholder e per l'azienda.

Processo e perimetro di reporting

I dati e le informazioni contenuti nel documento si riferiscono alle performance del Gruppo nell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2015 (ad eccezione di alcune informazioni ritenute significative riferibili ai primi mesi del 2016) e sono stati raccolti e strutturati dalle varie funzioni responsabili utilizzando estrazioni dai sistemi informativi aziendali, dalla fatturazione e dalla reportistica, nonché dalle diverse indagini di customer satisfaction. Per i dati riguardanti gli aspetti ambientali, si è fatto prevalentemente ricorso a stime.

I dati relativi agli anni 2013 e 2014 possono differire da quelli pubblicati in precedenza per effetto del consolidamento dei dati che si sono resi disponibili dopo la pubblicazione dei documenti stessi. Per lo stesso motivo, i dati relativi all'anno 2015 costituiscono la migliore stima possibile con i dati disponibili al momento della redazione del presente prospetto.

Coerentemente con la relazione finanziaria, il perimetro di consolidamento è rappresentato dalla capogruppo Cariparma e dalle controllate, FriulAdria, Carispezia, Crédit Agricole Group Solutions e Crédit Agricole Leasing Italia, salvo laddove diversamente specificato. Per consentire la comparazione nel tempo delle performance del Gruppo tutti i dati e gli indicatori sono generalmente riportati mediante serie storiche triennali.

Assurance

Il Rapporto di Sostenibilità 2015 è stato sottoposto a verifica da parte di una società di revisione in modo da garantire agli stakeholder accuratezza e affidabilità delle informazioni pubblicate. La verifica è stata svolta conducendo un'analisi documentale e interviste alle funzioni responsabili della raccolta e consolidamento dei dati. La verifica si è conclusa con l'emissione di una relazione di revisione limitata, riportata alla fine del presente documento.

I riferimenti puntuali circa la copertura e l'allineamento dei contenuti rispetto a tutti gli elementi di reporting previsti dallo standard sono riportati nella tabella pubblicata da pag. 205.

Il Bilancio Sociale è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 22/03/2016 contestualmente all'approvazione del progetto di Bilancio di Esercizio, a testimonianza dell'importante ruolo che questo strumento assume all'interno del sistema di pianificazione e controllo dell'azienda.

QUESTO BILANCIO SOCIALE È CONSULTABILE ANCHE SUI SITI WEB:

www.cariparma.it
www.carispezia.it
www.friuladria.it
www.ca-leasing.it

PROSPETTO CONSOLIDATO

	2015	2014	2013
PROSPETTO CONSOLIDATO VALORE AGGIUNTO (MIGLIAIA DI EURO) G4-EC1			
Interessi attivi e proventi assimilati	1.245.127	1.392.722	1.428.837
Interessi passivi e oneri assimilati	(303.843)	(451.151)	(520.250)
Commissioni attive	700.374	676.116	613.514
Commissioni passive (al netto delle spese per reti esterne)	(28.254)	(26.772)	(25.775)
Dividendi e proventi simili	7.570	8.400	1.694
Risultato netto dell'attività di negoziazione	10.420	2.154	12.870
Risultato netto dell'attività di copertura	(14.456)	(4.756)	9.570
Utili (perdite) da cessione o riacquisto di:	34.766	28.315	137.023
a) crediti	(14.031)	3.157	(9)
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	51.011	29.372	133.961
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-	-
d) passività finanziarie	(2.214)	(4.214)	3.071
Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al fair value	(421)	(1.933)	-
Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	(313.730)	(390.460)	(491.135)
a) crediti	(311.748)	(391.010)	(480.217)
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	(878)	(301)	(2.015)
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-	-
d) altre operazioni finanziarie	(1.104)	851	(8.903)
Altri oneri/proventi di gestione	286.873	281.604	252.378
Utili (Perdite) delle partecipazioni (per la quota di utili/perdite da cessione)	9.617	213	-
Utili (Perdite) da cessione di investimenti	136	(4)	232
Utile (Perdita) dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	-	-	-

	2015	2014	2013*
A. TOTALE VALORE ECONOMICO GENERATO	**1.634.179**	**1.514.448**	**1.418.958**
b) Altre spese amministrative (al netto imposte indirette ed elargizioni/liberalità)	489.002	420.584	402.539
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO AI FORNITORI	**489.002**	**420.584**	**402.539**
a) spese per il personale (incluse le spese per reti esterne)	585.610	580.934	595.066
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO AI DIPENDENTI E AI COLLABORATORI	**585.610**	**580.934**	**595.066**
Utile (perdita) d'esecizio di competenza di terzi	10.248	8.927	6.725
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO A TERZI	**10.248**	**8.927**	**6.725**
Utile distribuito agli azionisti	158.168	98.364	83.292
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO AD AZIONISTI	**158.168**	**98.364**	**83.292**
b) altre spese amministrative: imposte indirette e tasse	107.295	111.261	102.804
Imposte sul reddito dell'esercizio (quota relative a imposte corr., var. imposte, riduz. imposte)	106.164	147.156	197.472
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO A COLLETTIVITA' E AMBIENTE	**2.150**	**2.150**	**2.100**
B. TOTALE VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	**1.458.637**	**1.369.376**	**1.389.998**
Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	12.716	19.518	27.665
Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali	29.564	28.631	29.392
Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali	61.636	60.899	63.659
Utili (Perdite) delle partecipazioni (quota sval./rival., rettif./riprese, altri oneri/proventi)	(1.173)	3	1.170
Risultato netto della valutazione al fair value delle attività materiali e immateriali	-	-	-
Rettifiche di valore dell'avviamento	-	-	-
Imposte sul reddito dell'esercizio (quota variaz. imposte anticipate e differite)	12.481	(23.620)	(157.978)
Utile destinato a riserve	60.318	59.641	65.052
C. TOTALE VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	**175.541**	**145.072**	**28.960**

(*) Riesposto in applicazione delle disposizioni di Banca d'Italia in merito alla contabilizzazione degli interventi a favore dei Sistemi di Garanzia dei Depositi.

CLIENTI(*)

	Unità di misura	2015	2014	2013
CLIENTI ATTIVI PER CANALE (GRI - FS6)				
Corporate	Impieghi (€)	2.222.847.702	2.147.627.154	n.d
	Raccolta (€)	3.414.153.592	2.550.100.315	n.d
	Raccolta indiretta(€)	10.436.367.268	9.503.145.539	n.d
PMI	Impieghi (€)	13.760.001.818	14.127.896.107	n.d
	Raccolta (€)	6.563.129.142	5.753.812.220	n.d
	Raccolta indiretta(€)	1.458.391.065	1.163.577.308	n.d
Privati	Impieghi (€)	15.152.445.764	14.649.478.817	n.d
	Raccolta (€)	26.531.941.220	27.149.576.635	n.d
	Raccolta indiretta(€)	44.248.550.020	41.866.471.614	n.d
PER SETTORE (GRI - FS6) (**)				
Agricoltura, silvicoltura e pesca	Impieghi (€)	1.775.373.696	1.684.656.806	n.d
	Raccolta (€)	343.658.794	332.411.594	n.d
	Raccolta indiretta(€)	88.717.427	82.629.046	n.d
Commercio	Impieghi (€)	2.074.480.440	2.218.048.441	n.d
	Raccolta (€)	963.653.197	900.898.479	n.d
	Raccolta indiretta(€)	169.710.826	147.680.132	n.d
Costruzioni e att.immobiliari	Impieghi (€)	2.753.911.632	2.984.060.769	n.d
	Raccolta (€)	647.611.347	565.736.816	n.d
	Raccolta indiretta(€)	114.279.021	134.668.606	n.d
Manifatturiero	Impieghi (€)	4.256.273.301	4.174.046.995	n.d
	Raccolta (€)	2.467.910.718	1.851.914.462	n.d
	Raccolta indiretta(€)	716.189.160	633.142.190	n.d

(*) I valori monetari mostrati sono al netto delle sofferenze e non includono le quote relative ad Agos e Leasys. I volumi relativi agli impieghi e alla raccolta diretta non coincidono con i corrispondenti valori riportati nel bilancio d'esercizio del Gruppo Cariparma a causa della diversa metodologia di riclassifica utilizzata dal Gruppo in ambito gestionale e in ambito contabile.
(**) La suddivisione per settore si riferisce solamente ai canali Corporate e PMI

	Unità di misura	2015	2014	2013
Servizi	Impieghi (€)	3.710.112.424	3.997.973.530	n.d
	Raccolta (€)	2.850.477.032	2.153.976.206	n.d
	Raccolta indiretta(€)	413.683.506	404.105.791	n.d
Altri settori	Impieghi (€)	1.412.698.028	1.216.736.718	n.d
	Raccolta (€)	2.703.971.646	2.498.974.978	n.d
	Raccolta indiretta(€)	10.392.178.394	9.264.497.080	n.d
PER AREA GEOGRAFICA (GRI - FS6)				
Emilia-Romagna	Impieghi (€)	7.229.115.723	7.468.466.750	n.d
	Raccolta (€)	9.075.057.779	9.310.951.507	n.d
	Raccolta indiretta(€)	26.837.685.554	24.418.316.315	n.d
Lombardia	Impieghi (€)	7.590.737.279	7.441.202.944	n.d
	Raccolta (€)	9.045.063.728	8.777.864.639	n.d
	Raccolta indiretta(€)	13.283.150.048	12.704.171.109	n.d
Veneto	Impieghi (€)	3.670.214.405	3.568.857.079	n.d
	Raccolta (€)	2.737.055.270	2.516.929.373	n.d
	Raccolta indiretta(€)	2.274.675.306	2.086.707.984	n.d
Campania	Impieghi (€)	1.779.675.919	1.712.886.517	n.d
	Raccolta (€)	2.545.374.272	2.588.341.699	n.d
	Raccolta indiretta(€)	1.939.027.707	1.880.765.966	n.d
Friuli-Venezia Giulia	Impieghi (€)	2.669.043.220	2.702.897.644	n.d
	Raccolta (€)	3.462.652.459	3.560.780.680	n.d
	Raccolta indiretta(€)	4.116.258.204	4.066.778.893	n.d
Lazio	Impieghi (€)	1.897.418.170	1.796.853.050	n.d
	Raccolta (€)	2.461.543.024	1.909.912.942	n.d
	Raccolta indiretta(€)	1.196.509.200	1.168.153.212	n.d

	Unità di misura	2015	2014	2013
Liguria	Impieghi (€)	1.995.237.123	1.997.004.999	n.d.
	Raccolta (€)	2.645.373.551	2.655.678.591	n.d.
	Raccolta indiretta(€)	2.558.374.671	2.368.247.963	n.d.
Piemonte	Impieghi (€)	2.198.725.262	2.160.079.644	n.d.
	Raccolta (€)	2.894.138.363	2.605.021.137	n.d.
	Raccolta indiretta(€)	2.571.328.618	2.582.637.806	n.d.
Toscana	Impieghi (€)	1.968.196.499	1.950.520.155	n.d.
	Raccolta (€)	1.538.797.828	1.426.268.211	n.d.
	Raccolta indiretta(€)	1.268.128.505	1.165.130.034	n.d.
Umbria	Impieghi (€)	136.931.682	126.233.296	n.d.
	Raccolta (€)	104.167.680	101.740.392	
	Raccolta indiretta(€)	98.170.541	92.285.178	n.d.
PRODOTTI RETAIL CON FINALITÀ SOCIALE (GRI - FS7)				
Anticipazione sociale Cassa Integrazione	€	471.250	n.d	n.d.
Associazione Promozione Sociale Ricrediti	€	24.200	n.d	n.d.
Scelgo Io – Imprenditoria Femminile	€	107.463.967	non significativo	n.d.
	%	0,67%*	non significativo	n.d.
Prestiti dedicati agli alluvionati	€	2.055.550	n.a.	n.a.

(*) La percentuale è calcolata come rapporto fra il valore monetario del prodotto Scelgo Io e il totale degli impieghi Corporate e PMI

	Unità di misura	2015	2014	2013
FINANZIAMENTI PER L'EFFICIENZA ENERGETICA E L'ENERGIA RINNOVABILE (GRI - FS8)				
Energicamente Business	migliaia di €	10.123	5.402	n.d.
Energicamente Gran Prestito	migliaia di €	344	882	n.d.
Gran Mutuo Green	migliaia di €	1.128.242	n.a.	n.a.
	%	3,62%*	n.a.	n.a.
PORTAFOGLIO ENTI				
Comuni	n.	181	181	184
Regioni e Province	n.	3	4	4
Aziende sanitarie	n.	6	7	7
Istituzioni scolastiche	n.	352	319	282
Università	n.	-	-	-
Consorzi	n.	45	46	48
Comunità montane	n.	10	10	10
A.S.P. / IPAB	n.	50	51	51
Enti vari	n.	118	120	124
TOTALE	**n.**	**765**	**738**	**710**

(*) La percentuale è calcolata come rapporto fra il valore monetario del prodotto Gran Mutuo Green e il totale degli impieghi

	Unità di misura	2015	2014	2013
LEASING ENERGIA (GRI - FS8)				
Portafoglio				
Impianti eolici	migliaia di €	28.015	20.435	20.958
Impianti biomasse	migliaia di €	13.725	14.938	14.726
Impianti cogenerazione	migliaia di €	10.783	12.315	14.200
Impianti fotovoltaici	migliaia di €	175.358	185.796	189.107
Impianti idroelettrici	migliaia di €	59.976	49.128	46.335
% sul totale dei finanziamenti				
Impianti eolici	%	1,42%	1,03%	4,27%
Impianti biomasse	%	0,70%	0,75%	0,81%
Impianti cogenerazione	%	0,55%	0,62%	0,38%
Impianti fotovoltaici	%	8,90%	9,33%	6,06%
Impianti idroelettrici	%	3,05%	2,47%	9,92%
Erogato				
Impianti eolici	migliaia di €	11.247	6.268	1.850
Impianti biomasse	migliaia di €	1.261	1.765	2.808
Impianti cogenerazione	migliaia di €	840	992	1.302
Impianti fotovoltaici	migliaia di €	335	7.456	20.926
Impianti idroelettrici	migliaia di €	23.970	20.803	34.229
Numero progetti finanziati				
Impianti eolici	n.	15	8	1
Impianti biomasse	n.	3	2	2
Impianti cogenerazione	n.	2	2	1
Impianti fotovoltaici	n.	1	8	14
Impianti idroelettrici	n.	6	7	7
LEASING STRUMENTALE (GRI - FS6)				
Portafoglio	migliaia di €	507.055	503.432	n.d.
Erogato	migliaia di €	222.069	190.976	n.d.
LEASING VEICOLI (GRI - FS6)				
Portafoglio	migliaia di €	108.398	101.384	n.d.
Erogato	migliaia di €	57.038	46.162	n.d.

	Unità di misura	2015	2014	2013
LEASING IMMOBILIARE (GRI - FS6)				
Portafoglio	migliaia di €	1.044.627	1.088.574	n.d.
Erogato	migliaia di €	79.632	61.308	n.d.
LEASING NAUTICO (GRI - FS6)				
Portafoglio	migliaia di €	21.557	16.443	n.d.
Erogato	migliaia di €	19.372	13.442	n.d.
CLIENTI LEASING PER AREA GEOGRAFICA (GRI - FS6)				
Portafoglio				
Lombardia	migliaia di €	525.062	n.d.	n.d.
Piemonte	migliaia di €	181.582	n.d.	n.d.
Valle D'Aosta	migliaia di €	12.474	n.d.	n.d.
Liguria	migliaia di €	61.031	n.d.	n.d.
TOTALE NORD OVEST	**migliaia di €**	**780.149**	**n.d.**	**n.d.**
Veneto	migliaia di €	155.613	n.d.	n.d.
Trentino Alto Adige	migliaia di €	14.144	n.d.	n.d.
Friuli Venezia Giulia	migliaia di €	116.309	n.d.	n.d.
Emilia Romagna	migliaia di €	494.093	n.d.	n.d.
TOTALE NORD EST	**migliaia di €**	**780.159**	**n.d.**	**n.d.**
Toscana	migliaia di €	115.542	n.d.	n.d.
Umbria	migliaia di €	12.133	n.d.	n.d.
Marche	migliaia di €	8.937	n.d.	n.d.
Abruzzo	migliaia di €	3.938	n.d.	n.d.
Lazio	migliaia di €	153.022	n.d.	n.d.
TOTALE CENTRO	**migliaia di €**	**293.572**	**n.d.**	**n.d.**
Molise	migliaia di €	6.020	n.d.	n.d.
Campania	migliaia di €	76.149	n.d.	n.d.
Calabria	migliaia di €	291	n.d.	n.d.
Basilicata	migliaia di €	1.484	n.d.	n.d.
Puglia	migliaia di €	7.988	n.d.	n.d.
Sicilia	migliaia di €	6.397	n.d.	n.d.

	Unità di misura	2015	2014	2013
Sardegna	migliaia di €	14.597	n.d.	n.d.
TOTALE SUD E ISOLE	**migliaia di €**	**112.926**	**n.d.**	**n.d.**
TOTALE ITALIA	**migliaia di €**	**1.966.805**	**n.d.**	**n.d.**
ESTERO	**migliaia di €**	**2.689**	**n.d.**	**n.d.**
TOTALE PORTAFOGLIO	**migliaia di €**	**1.969.494**	**n.d.**	**n.d.**
Erogato				
Lombardia	migliaia di €	62.199	n.d.	n.d.
Piemonte	migliaia di €	33.720	n.d.	n.d.
Valle D'Aosta	migliaia di €	9.149	n.d.	n.d.
Liguria	migliaia di €	40.076	n.d.	n.d.
TOTALE NORD OVEST	**migliaia di €**	**145.144**	**n.d.**	**n.d.**
Veneto	migliaia di €	53.352	n.d.	n.d.
Trentino Alto Adige	migliaia di €	24.144	n.d.	n.d.
Friuli Venezia Giulia	migliaia di €	31.335	n.d.	n.d.
Emilia Romagna	migliaia di €	82.199	n.d.	n.d.
TOTALE NORD EST	**migliaia di €**	**191.029**	**n.d.**	**n.d.**
Toscana	migliaia di €	35.246	n.d.	n.d.
Umbria	migliaia di €	2.147	n.d.	n.d.
Marche	migliaia di €	3.235	n.d.	n.d.
Abruzzo	migliaia di €	212	n.d.	n.d.
Lazio	migliaia di €	10.969	n.d.	n.d.
TOTALE CENTRO	**migliaia di €**	**51.809**	**n.d.**	**n.d.**
Molise	migliaia di €	289	n.d.	n.d.
Campania	migliaia di €	23.620	n.d.	n.d.
Calabria	migliaia di €	-	n.d.	n.d.
Basilicata	migliaia di €	223	n.d.	n.d.
Puglia	migliaia di €	1.260	n.d.	n.d.
Sicilia	migliaia di €	55	n.d.	n.d.
Sardegna	migliaia di €	158	n.d.	n.d.
TOTALE SUD E ISOLE	**migliaia di €**	**25.604**	**n.d.**	**n.d.**

	Unità di misura	2015	2014	2013
TOTALE ITALIA	**migliaia di €**	**413.586**	**n.d.**	**n.d.**
ESTERO	**migliaia di €**	**2.179**	**n.d.**	**n.d.**
TOTALE EROGATO	**migliaia di €**	**415.764**	**n.d.**	**n.d.**
Numero Clienti				
Lombardia	n.	2.029	n.d.	n.d.
Piemonte	n.	680	n.d.	n.d.
Valle D'Aosta	n.	4	n.d.	n.d.
Liguria	n.	459	n.d.	n.d.
TOTALE NORD OVEST	**n.**	**3.172**	**n.d.**	**n.d.**
Veneto	n.	796	n.d.	n.d.
Trentino Alto Adige	n.	55	n.d.	n.d.
Friuli Venezia Giulia	n.	786	n.d.	n.d.
Emilia Romagna	n.	1.669	n.d.	n.d.
TOTALE NORD EST	**n.**	**3.306**	**n.d.**	**n.d.**
Toscana	n.	601	n.d.	n.d.
Umbria	n.	50	n.d.	n.d.
Marche	n.	34	n.d.	n.d.
Abruzzo	n.	19	n.d.	n.d.
Lazio	n.	403	n.d.	n.d.
TOTALE CENTRO	**n.**	**1.107**	**n.d.**	**n.d.**
Molise	n.	5	n.d.	n.d.
Campania	n.	567	n.d.	n.d.
Calabria	n.	6	n.d.	n.d.
Basilicata	n.	10	n.d.	n.d.
Puglia	n.	21	n.d.	n.d.
Sicilia	n.	15	n.d.	n.d.
Sardegna	n.	13	n.d.	n.d.
TOTALE SUD E ISOLE	**n.**	**637**	**n.d.**	**n.d.**

	Unità di misura	2015	2014	2013
RECLAMI				
Per oggetto				
Carte di credito/Bancomat	n.	129	134	117
	%	7%	6%	5%
Titoli	n.	117	227	233
	%	6%	10%	10%
Crediti	n.	147	196	143
	%	8%	9%	6%
Mutui	n.	315	456	326
	%	17%	20%	15%
Conti correnti/Depositi	n.	605	820	858
	%	32%	36%	39%
Prodotti assicurati	n.	92	27	52
	%	5%	1%	2%
Stipendi/Pensioni	n.	2	1	1
	%	0%	0%	0%
Privacy	n.	n.d.	0	3
	%	n.d.	0%	0%
Altro	n.	466	442	494
	%	25%	19%	22%
TOTALE	**Unità di misura**	**2015**	**2014**	**2013**
Per motivo				
Esecuzione operazioni	n.	682	767	800
	%	36%	33%	36%
Comunicazioni e informazioni al cliente	n.	177	253	359
	%	9%	11%	16%
Condizioni applicate	n.	187	215	328
	%	10%	9%	15%
Frodi e smarrimento	n.	139	98	264
	%	7%	4%	12%

	Unità di misura	2015	2014	2013
Altro	n.	689	970	476
	%	37%	42%	21%
TOTALE	**n.**	**1.874**	**2.303**	**2.227**
ARBITRO BANCARIO FINANZIARIO (ABF)				
Numero ricorsi	n.	133	112	91
CONTENZIOSO CON LA CLIENTELA (GRI - PR9)				
Contenzioso con la clientela	n.	1.295	1.216	n.d.
Valore monetario contenzioso con la clientela	€	127.774.670	123.043.098	n.d.
Contenzioso fallimentare	n.	55	65	n.d.
Valore monetario contenzioso fallimentare	€	186.263.700	239.297.152	n.d.

	Unità di misura	2015	2014	2013
FINANZIAMENTO AL SETTORE DELLA DIFESA(*)				
Numero richieste		218	145	146
Favorevoli	n.	203	123	137
Non favorevoli	n.	15	11	5
Non rientranti	n.	-	11	4
Controvalori transazioni (solo favorevoli)	mln di €	173.7	41.2	36.5
Zone (solo favorevoli)		203(*)	123	137
Europa	n.	123	80	83
Asia e Oceania	n.	26	25	26
Africa	n.	22	8	5
Nord America	n.	19	3	18
Sud America	n.	13	7	5

* In dettaglio: Europa (Italia, Germania, Spagna, Grecia, Norvegia, Francia, Danimarca, Irlanda, Olanda, Svizzera, Belgio, Ucraina, Finlandia, Austria), Asia e Oceania (India, Oman, Giordania, Corea del Sud, Emirati Arabi Uniti, Indonesia, Singapore, Arabia Saudita, Kuwait, Israele, Malaysia), Africa (Sudafrica, Marocco, Tunisia, Nigeria), Nord America (USA, Canada), Sud America (Brasile, Cile, Argentina)

PERSONALE

	Unità di misura	2015	2014	2013
CONSISTENZA DEL PERSONALE (*)				
Entrate	n.	772	310	91
Entrate per acquisizione infragruppo	n.	676	155	1
Uscite	n.	992	548	215
Uscite per cessazioni infragruppo	n.	676	155	1
COMPOSIZIONE DEL PERSONALE (G4- 10)				
Per genere				
Uomini	n.	4.222	4.358	4.523
Donne	n.	3.973	4.057	4.129
Per area geografica				
ITALIA	n.	8.194	8.414	8.651
NORD	n.	6.877	7.070	7.273
Veneto	n.	583	583	619
Friuli Venezia Giulia	n.	977	981	1.046
Emilia Romagna	n.	2.653	2.727	2.769
Lombardia	n.	1.559	1.642	1.674
Liguria	n.	628	638	644
Piemonte	n.	477	499	521
CENTRO	n.	742	755	774
Toscana	n.	371	382	390
Lazio	n.	337	341	350
Umbria	n.	34	32	34
SUD	n.	575	589	604
Campania	n.	575	589	604
ESTERO	n.	1	1	1
TOTALE	**n.**	**8.195**	**8.415**	**8.652**

* Per il 2015, il dato relativo alle acquisizioni / cessazioni infragruppo fa riferimento prevelentemente alla costituzione del Consorzio CAGS

	Unità di misura	2015	2014	2013
Dipendenti per titolo di studio				
Laurea e post laurea	n.	3.082	3.073	3.009
Scuola media superiore	n.	4.729	4.935	5.149
Altro	n.	384	407	494
Per inquadramento				
Dirigenti	n.	95	96	109
Quadri	n.	3.729	3.689	3.726
Aree professionali	n.	4.371	4.630	4.817
Dipendenti per fasce d'età				
<30 anni	n.	315	414	465
30 - 50 anni	n.	4.562	4.758	4.860
>50 anni	n.	3.318	3.243	3.327
Età media	n.	46	45	45
Categorie protette/disabili	**n.**	**555**	**558**	**585**
PRESENZA FEMMINILE (G4-LA12)				
Dirigenti	n.	11	11	12
Quadri	n.	1.414	1.371	1.358
Aree professionali	n.	2.548	2.675	2.759
Totale	**n.**	**3.973**	**4.057**	**4.129**
ANZIANITÀ AZIENDALE				
<= 5 anni	n.	548	485	444
6 - 20 anni	n.	3.615	3.660	3.846
21 - 30 anni	n.	2.026	2.142	2.102
> 30 anni	n.	2.006	2.128	2.260
DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE (G4-10)				
Tempo indeterminato	n.	8.152	8.390	8.591
- di cui donne	n.	3.956	4.049	4.101
Tempo determinato	n.	43	25	61
- di cui donne	n.	17	8	28
FORMAZIONE-LAVORO (G4 - 10)				
Apprendisti (di cui dei tempi indeterminati)	n.	96	99	-

	Unità di misura	2015	2014	2013
Collaborazioni a progetto	n.	-	4	6
Stage	n.	30	41	30
Inserimento (di cui dei tempi indeterminati)	n.	4	4	4
Totale	**n.**	**130**	**148**	**40**
PART-TIME (G4-10)				
Dipendenti con contratto part-time	n.	989	967	985
- di cui donne	n.	959	935	954
PROMOZIONI PER INQUADRAMENTO				
Dirigenti	n.	3	-	6
- di cui donne	n.	1	-	4
Quadri	n.	312	196	371
- di cui donne	n.	120	80	150
Aree professionali	n.	350	330	419
- di cui donne	n.	202	209	270
ASSUNTI (G4 - LA1)				
Tasso di assunzione	%	9,4%	3,7%	1,1%
Tasso di assunzione dal mercato	%	1,2%	1,8%	1,0%
Per età				
<30 anni	n.	71	128	50
30 - 50 anni	n.	374	97	34
>50 anni	n.	327	85	7
Per genere				
Donne	n.	318	141	45
Uomini	n.	454	169	46
Per qualifica				
Dirigenti	n.	15	-	9
Quadri	n.	210	99	17
Aree professionali	n.	547	211	65
Per area geografica (sede lavoro)				
Campania	n.	7	5	n.d.
Emilia Romagna	n.	520	100	n.d.

	Unità di misura	2015	2014	2013
Friuli Venezia Giulia	n.	98	2	n.d.
Lazio	n.	7	2	n.d.
Liguria	n.	14	163	n.d.
Lombardia	n.	98	31	n.d.
Piemonte	n.	5	4	n.d.
Toscana	n.	7	2	n.d.
Veneto	n.	16	1	n.d.
USCITE (G4 - LA1)*				
Tasso di cessazione	%	12,10%	6,5%	2,5%
Tasso di cessazione senza cessazioni infragruppo	%	3,9%	4,7%	2,5%
Per motivo				
Dimissioni	n.	59	55	38
Dimissioni per passaggio infragruppo	n.	676	155	1
Fondo di Solidarietà	n.	155	300	128
Scadenza del rapporto di lavoro (tempo determinato)	n.	14	12	15
Collocamento a riposo	n.	55	8	5
Altro	n.	33	18	28
Per età				
<30 anni	n.	45	20	19
30 - 50 anni	n.	394	117	35
>50 anni	n.	553	411	161
Per genere				
Donne	n.	403	213	99
Uomini	n.	589	335	116
Per categoria professionale				
Dirigenti	n.	19	13	10
Quadri	n.	319	246	93
Aree professionali	n.	654	289	112
Per area geografica				
Campania	n.	19	21	n.d.

* Cessazioni + cessazioni infragruppo

	Unità di misura	2015	2014	2013
Emilia Romagna	n.	594	118	n.d.
Friuli Venezia Giulia	n.	103	71	n.d.
Lazio	n.	11	7	n.d.
Liguria	n.	23	177	n.d.
Lombardia	n.	190	83	n.d.
Piemonte	n.	28	29	n.d.
Toscana	n.	10	6	n.d.
Veneto	n.	13	35	n.d.
Umbria	n.	1	1	n.d.
COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO DELLA CAPOGRUPPO (G4 - LA12)				
Per fasce d'età				
< 30 anni	n.	-	-	-
30 - 50 anni	n.	3	4	4
> 50 anni	n.	17	16	16
Per titolo di studio				
Laurea e post laurea	n.	15	n.d.	17
Scuola media superiore	n.	5	n.d.	3
Altro	n.	-	n.d.	0
Per genere				
Uomini	n.	19	19	19
Donne	n.	1	1	1
RETRIBUZIONE MEDIA ANNUA LORDA (FTE) (G4-LA13)				
Dirigenti				
- uomini	euro	205.449	209.368	186.334
- donne	euro	145.419	136.541	127.257
- Rapporto retribuzione base donne/uomini	%	71%	65%	68%
Quadri				
- uomini	euro	63.756	63.154	61.821
- donne	euro	57.233	57.313	56.237

	Unità di misura	2015	2014	2013
- Rapporto retribuzione base donne/uomini	%	90%	91%	91%
Aree professionali				
- uomini	euro	41.354	40.963	40.229
- donne	euro	39.916	39.668	38.952
- Rapporto retribuzione base donne/uomini	%	97%	97%	97%
TASSO DI RITORNO AL LAVORO E MANTENIMENTO OCCUPAZIONE DOPO IL CONGEDO PARENTALE (G4 - LA3)				
Numero dei dipendenti che hanno richiesto il congedo parentale	n.	581	581	499
- di cui donne	n.	524	514	479
Numero di dipendenti che sono rientrati al lavoro dopo il congedo parentale mantenendo almeno la medesima posizione	n.	568	563	490
- di cui donne	n.	511	499	470
FORMAZIONE (G4 - LA9)				
Ore di formazione erogate	ore	**268.423**	**361.622**	**377.619**
- di cui a donne	ore	125.827	176.940	180.294
Ore medie di formazione per dipendente	ore	33	43	44
Per livello				
Dirigenti	ore	4.905	4.307	4.605
Quadri	ore	155.628	182.862	185.568
Aree professionali	ore	107.891	174.453	187.446
Ore medie di formazione per inquadramento				
Dirigenti	ore	52	45	42
Quadri	ore	42	50	50
Aree professionali	ore	25	38	39
Ore medie di formazione per genere				
Uomini	ore	34	42	43
Donne	ore	32	44	44
Per modalità di erogazione				
Aula	ore	180.209	209.245	247.599

	Unità di misura	2015	2014	2013
On line	ore	79.893	86.644	126.658
Aule Virtuali	ore	151	423	-
Formazione a distanza	ore	180	52.980	-
Affiancamenti / Stage	ore	7.991	12.330	3.362
COSTI DELLA FORMAZIONE				
Importo formazione finanziata	euro	254.793	119.950	934.913
FORMAZIONE ALL'ESTERO (PROGETTI FORMATIVI CRÉDIT AGRICOLE)				
Dirigenti	ore	210	60	457
Quadri	ore	218	1.455	68
Aree professionali	ore	-	-	-
FORMAZIONE DEI DIPENDENTI SU POLITICHE E PROCEDURE RIGUARDANTI TUTTI GLI ASPETTI DEI DIRITTI UMANI (CODICE ETICO)				
Dipendenti formati	n.	455	951	511
Ore di formazione erogate	ore	1.071	2.140	1.151
RIPARTIZIONE FORMAZIONE PER AREE TEMATICHE				
Commerciale	ore	15.360	28.670	88.928
Assicurativo	ore	119.974	132.692	88.843
Credito	ore	16.706	27.280	25.568
Estero	ore	-	2.738	525
Finanza	ore	13.421	9.305	61.014
Normativa	ore	53.168	118.550	83.796

	Unità di misura	2015	2014	2013
Operativa	ore	15.129	28.160	8.231
Informatica / Lingue	ore	3.334	2.648	1.891
Manageriale	ore	28.100	11.579	15.461
Manageriale per senior (over 55)	ore	3.233	-	-
FORMAZIONE SU POLITICHE E PROCEDURE ANTI CORRUZIONE (G4 - SO4)				
Ambito				
Formazione MiFID	ore	748	3.760	25.464
Antiriciclaggio	ore	12.419	59.625	10.928
Formazione 231	ore	1.889	983	3.129
Per inquadramento				
Dirigenti	n. partecipazioni	112	163	110
	n.	76	n.d.	n.d.
Quadri	n. partecipazioni	2.807	4.299	3.492
	n.	1.997	n.d.	n.d.
Aree professionali	n. partecipazioni	2.004	6.395	2.359
	n.	1.646	n.d.	n.d.
Per area geografica per totale dipendenti				
Nord	n.	3.208	n.d.	n.d.
Centro	n.	290	n.d.	n.d.
Sud e Isole	n.	221	n.d.	n.d.
Nord	%	47%	n.d.	n.d.
Centro	%	39%	n.d.	n.d.
Sud e Isole	%	38%	n.d.	n.d.

	Unità di misura	2015	2014	2013
AZIONI INTRAPRESE IN RISPOSTA AD AZIONI DI CORRUZIONE (G4 - SO5)				
Sanzioni disciplinari per corruzione nei confronti dei dipendenti	n.	-	-	-
Licenziamenti per corruzione	n.	-	-	-
Numero totale dei casi accertati di corruzione	n.	-	-	-
VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE (G4 - LA11)				
Dirigenti	n.	85	81	n.d.
Donne	n.	11	11	n.d.
Uomini	n.	74	70	n.d.
Quadri	n.	3.650	3.525	n.d.
Donne	n.	1.372	1.303	n.d.
Uomini	n.	2.278	2.222	n.d.
Aree professionali	n.	4.144	4.130	n.d.
Donne	n.	2.391	2.352	n.d.
Uomini	n.	1.753	1.778	n.d.
ORE MEDIE DI STRAORDINARIO PRO-CAPITE (AREE PROFESSIONALI)				
Personale aree professionali	ore	4.371	4.630	4.817
Ore di straordinario	n.	229.265	220.527	194.414
Ore medie di straordinario pro-capite (aree professionali)	n.	52	48	40

	Unità di misura	2015	2014	2013
ASSENZE PER TIPOLOGIA (G4 - LA6)				
Malattia	gg	57.350	59.051	63.461
Infortuni	gg	2.368	2.351	2.478
Permessi sindacali (esclusi quelli a cedola)	gg	10.118	10.833	10.222
Legge 104	gg	12.715	12.822	13.434
Sciopero	gg	5.205	894	5.341
Altro (permessi retribuiti e non retribuiti)	gg	566	584	846
TOTALE	**gg**	**88.322**	**86.534**	**95.782**
CONTRATTAZIONE COLLETTIVA E SINDACALIZZAZIONE (G4-11)				
Dipendenti coperti da CCNL	n.	8.195	8.415	8.652
Dipendenti iscritti a sindacati	n.	7.084	7.316	7.504
FURTI E RAPINE				
Rapine	n.	17	8	29
Furti	n.	3	4	8
Tentati furti	n.	10	10	32
TOTALE	**n.**	**30**	**22**	**69**
TASSO DI INFORTUNIO (G4 - LA6)				
Numero totale di infortuni	**n.**	**112**	**121**	**128**
- in itinere	n.	74	92	88
- sul lavoro	n.	38	29	40
Indice di frequenza (n° infortuni /ore lavorate)*1.000.000	Indice	9,1	9,7	10,1
Indice di gravità (gg di prognosi/ore lavorate)*1.000.000	Indice	0,2	0,3	0,3
Donne	n.	64	n.d.	n.d.
Uomini	n.	48	n.d.	n.d.

	Unità di misura	2015	2014	2013
NUMERO TOTALE DI EPISODI LEGATI A PRATICHE DISCRIMINATORIE E AZIONI CORRETTIVE INTRAPRESE (G4 - HR3)				
n. di reclami/contenziosi per discriminazione	n.	-	-	-
Numero dipendenti coinvolti	n.	-	-	-
CASI DI DISCRIMINAZIONE (G4 - HR3)		-		
Episodi di discriminazione relativi al genere che coinvolgono i dipendenti	n.	-	-	-
Episodi di discriminazione relativi all'età che coinvolgono i dipendenti	n.	-	-	-
Dipendenti coinvolti negli episodi di discrimiazione di genere	n.	-	-	-
Dipendenti coinvolti negli episodi di discriminazione relativi all'età	n.	-	-	-
CONTROVERSIE DI LAVORO				
Passive	n.	20	29	28
Attive	n.	9	4	4
Numero dei dipendenti coinvolti	**n.**	**27**	**33**	**32**
PROVVEDIMENTI DISCIPLINARI				
Conservativi	n.	106	122	84
Licenziamenti	n.	10	7	7
Sensibilizzazioni	n.	75	122	82

COMUNITÀ

SPONSORIZZAZIONI E INVESTIMENTI NELLA COMUNITA'		COMUNITA'			
		2015			
	Unità di misura	Cariparma	Carispezia	FriulAdria	Gruppo
INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ (G4 - EC1)					
Sponsorizzazioni	%	80%	53%	39%	68%
	euro	2.921.601	384.238	463.916	3.769.755
Erogazioni da fondo di beneficenza	%	20%	47%	61%	32%
	euro	732.944	347.443	730.891	1.811.278
AMBITI DI INTERVENTO (SPONSORIZZAZIONI)					
Cultura	%	7%	4%	7%	6%
	euro	200.145	14.400	32.265	246.810
Altro	%	0%	0%	0%	0%
	euro	900	-	-	900
Sport	%	62%	92%	19%	60%
	euro	1.814.456	352.184	89.161	2.255.801
Economico	%	31%	5%	74%	34%
	euro	906.100	17.654	342.490	1.266.244
AMBITI DI INTERVENTO (EROGAZIONI DA FONDO DI BENEFICENZA)					
Cultura	%	39%	80%	59%	55%
	euro	288.100	278.100	433.700	999.900
Sociale	%	54%	16%	22%	34%
	euro	393.953	56.843	158.091	608.887
Sport	%	4%	3%	8%	5%
	euro	30.000	10.500	59.100	99.600
Altro	%	3%	1%	11%	6%
	euro	20.891	2.000	80.000	102.891

SPONSORIZZAZIONI E INVESTIMENTI NELLA COMUNITA'		COMUNITA'			
		2014			
	Unità di misura	Cariparma	Carispezia	FriulAdria	Gruppo
INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ (G4 - EC1)					
Sponsorizzazioni	%	76%	57%	33%	68%
	euro	4.109.765	414.992	362.458	4.887.215
Liberalità	%	24%	43%	67%	32%
	euro	1.275.141	310.016	747.082	2.332.239
AMBITI DI INTERVENTO (SPONSORIZZAZIONI)					
Cultura	%	4%	12%	0%	4%
	euro	149.777	48.260	-	198.037
Sociale	%	0%	0%	17%	1%
	euro	2.700	-	61.000	63.700
Sport	%	75%	85%	7%	71%
	euro	3.091.032	351.900	26.610	3.469.542
Economico	%	21%	3%	76%	24%
	euro	866.256	14.832	274.848	1.155.936
AMBITI DI INTERVENTO (EROGAZIONI DA FONDO DI BENEFICENZA)					
Cultura	%	43%	81%	61%	54%
	euro	551.710	251.850	454.208	1.257.768
Sociale	%	54%	15%	27%	40%
	euro	684.231	45.520	199.374	929.125
Sport	%	2%	4%	5%	3%
	euro	30.000	12.000	38.500	80.500
Altro	%	1%	0%	7%	3%
	euro	9.200	646	55.000	64.846

SPONSORIZZAZIONI E INVESTIMENTI NELLA COMUNITA'		COMUNITA'			
		2013			
	Unità di misura	Cariparma	Carispezia	FriulAdria	Gruppo
INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ (G4 - EC1)					
Sponsorizzazioni	%	67%	69%	31%	61%
	euro	3.505.505	547.010	394.565	4.447.080
Liberalità	%	33%	31%	69%	39%
	euro	1.706.578	251.505	879.585	2.837.668
AMBITI DI INTERVENTO (SPONSORIZZAZIONI)					
Cultura	%	2%	13%	7%	4%
	euro	76.282	69.200	29.200	174.682
Sociale	%	0%	0%	0%	0%
	euro	-	400	-	400
Sport	%	76%	79%	17%	71%
	euro	2.661.918	431.653	66.579	3.160.150
Economico	%	22%	8%	76%	25%
	euro	767.305	45.757	298.786	1.111.848
AMBITI DI INTERVENTO (EROGAZIONI DA FONDO DI BENEFICENZA)					
Cultura	%	50%	67%	31%	46%
	euro	858.000	169.350	270.860	1.298.210
Sociale	%	41%	24%	29%	36%
	euro	695.228	60.855	258.131	1.014.214
Sport	%	0%	5%	5%	2%
	euro	-	12.300	42.000	54.300
Altro	%	9%	4%	35%	17%
	euro	153.350	9.000	308.594	470.944

AMBIENTE

	Unità di misura	2015	2014	2013
MATERIALE UTILIZZATO PER PESO E VOLUME (G4 - EN1)				
Carta	Kg	1.013.071	1.027.083	1.135.591 (*)
- di cui riciclata	Kg	902.102	843.163	854.912
- di cui modulistica	Kg	102.572	174.293	250.836
Cancelleria	Kg	83.112	58.777	112.679 (*) (**)
Materiale informatico (di cui prevalentemente toner)	Kg	35.232	33.800	n.d.
TOTALE	**Kg**	**1.131.415**	**1.119.660**	**1.248.270**
CONSUMO DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE PER FONTE ENERGETICA PRIMARIA (G4 - EN3)				
Energia elettrica	GWh	49	48	51
Gas naturale	migliaia di m^3	4.598	3.232	3.705
Enegia elettrica autoprodotta (impianto FV asilo nido Cavagnari)	MWh	135	47	50
Gasolio per riscaldamento	GJ	2.695	7.593	10.212
Gasolio per autotrazione	GJ	20.822	28.684	31.101
Benzina	GJ	427	751	1.086
PRELIEVO TOTALE DI ACQUA SUDDIVISO PER FONTE (G4 - EN8)				
Acquedotto (^)	m^3	133.420	210.450	249.300
PESO TOTALE DEI RIFIUTI PER TIPOLOGIA (G4 - EN23)				
Rifiuti non pericolosi	kg	330.946	397.106	813.448
Rifiuti pericolosi	kg	-	2.150	7.448

(*) Il dato non contiene i consumi di Calit.
(**) Il dato comprende anche il materiale informatico.
(^) Il dato è frutto di una stima.

FORNITORI

	Unità di misura	2015	2014	2013
VALORE E LOCALIZZAZIONE FORNITURE				
Valore totale delle forniture	€	532.405.760	427.361.524	432.372.788
- di cui fornitori Estero	€	37.093.190	38.019.007	41.274.701
	%	7%	9%	10%
- di cui fornitori Italia	€	495.312.570	389.342.517	391.098.087
	%	93%	91%	90%
Lazio	€	69.969.268	49.120.574	54.976.707
Emilia Romagna	€	196.006.143	128.468.597	127.984.326
Lombardia	€	118.586.540	114.379.821	122.359.427
Friuli Venezia Giulia	€	21.741.944	16.939.814	10.435.626
Veneto	€	13.411.150	11.139.707	11.427.246
Toscana	€	14.525.000	17.107.077	13.801.014
Liguria	€	29.673.126	26.462.967	26.027.727
Campania	€	8.198.347	7.076.504	8.734.298
Piemonte	€	11.235.324	10.038.517	9.781.431
Puglia	€	1.305.587	798.235	759.129
Marche	€	2.237.239	1.255.509	240.465
Abruzzo	€	6.426.304	4.866.976	2.937.470
Trentino Alto Adige	€	713.560	729.312	735.678
Umbria	€	1.006.936	857.497	809.840
Altre regioni	€	276.103	101.410	87.700
SELEZIONE E QUALIFICA FORNITORI				
Fornitori presenti in albo con almeno un sistema di gestione HSEQ certificato	n.	452	430	387
- di cui con certificazione ISO 9001	n.	323	315	279
- di cui con certificazione ISO 14001	n.	67	61	54
- di cui aderenti a SA 8000	n.	18	19	20
- di cui con certificazione OHSAS 18001	n.	44	35	34

TABELLA DI CORRELAZIONE GRI

General standard Disclosures		Pagine	Assurance esterna
Strategia e Analisi			
G4-1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	4, 5	✔
Profilo dell'organizzazione			
G4-3	Nome dell'organizzazione	Copertina, 22	✔
G4-4	Marchi, prodotti e servizi	21, 22,92-115	
G4-5	Ubicazione sede generale	Terza di copertina	✔
G4-6	Paesi di operatività, inclusi gli impatti significativi legati ai prodotti, attività, servizi e alle relazioni	72-74, 92-115	
G4-7	Assetto proprietario	25	✔
G4-8	Mercati serviti	20, 21	
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	72, 73, 80, 81, 120, 121, 177, 178	
G4-10	Dipendenti per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento	120, 121, 189, 190, 191	✔
G4-11	Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	Il 100% dei dipendenti è coperto da CCNL, 198	

General standard Disclosures		Pagine	Assurance esterna
G4-12	Descrizione della supply chain (n. fornitori, volumi e mercati di approvvigionamento)	146, 204	
G4-13	Cambiamenti nel perimetro delle attività inclusa la localizzazione dei fornitori	176	
G4-14	Applicazione dell'approccio precauzionale	51-56	
G4-15	Lista delle carte o principi a cui l'organizzazione aderisce o altre iniziative supportate	92-115, 212	
G4-16	Lista della Associazioni di categoria a cui l'organizzazione aderisce	92-115	
Materialità e perimetro del report			
G4-17	Elenco delle entità consolidate nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nel bilancio di sostenibilità	174-176	✔
G4-18	Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti del bilancio e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi reporting principles	8-12, 174-176	✔
G4-19	Lista degli aspetti materiali identificati	8-12	✔
G4-20	Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro al di fuori dell'organizzazione	175	✔
G4-21	Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro interno all'organizzazione	175	✔
G4-22	Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e relative motivazioni	174-176	
G4-23	Cambiamenti significativi di obiettivo o perimetro	174-176	
Stakeholder engagement			
G4-24	Lista degli stakeholder ingaggiati dall'organizzazione	8-12	✔
G4-25	Processo di identificazione	8-12	
G4-26	Approccio all'engagement, incluso frequenze e tipologie di attività	8-12, 174-176	✔
G4-27	Temi emersi dall'engagement, modalità di gestione anche attraverso il reporting	8-12, 174-176	✔

General standard Disclosures		Pagine	Assurance esterna
Profilo del report			
G4-28	Periodo a cui si riferisce il report	176	✔
G4-29	Ultimo report pubblicato	174	✔
G4-30	Frequenza del reporting	174	✔
G4-31	Contatti	Terza di copertina	✔
G4-32	Scelta dell'opzione "in accordance" e tabella GRI	174-176, 205-211	✔
G4-33	Politiche e pratiche di assurance	174-176	✔
Governance			
G4-34	Struttura di governo inclusi i comitati che dipendono dal massimo organo di governo	48-50	
Etica ed integrità			
G4-56	Principi, valori e norme di condotta	38-39	

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

Aspetti materiali		Pagine	Omissioni	Assurance esterna
Category: Economic				
Performance economiche				
DMA		80-82		
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	82, 177, 178		✔
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico (benefit plan obligations)	135		
Category: Labor practices and decent work				
Occupazione				
DMA		120, 122, 126-127, 129-133, 135-136		
LA1	Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce di età, genere e aree geografiche	127, 191-193		✔
LA2	Benefit previsti per i lavoratori a tempo indeterminato non previsti per i lavoratori a tempo determinato o part-time	135		
LA3	Tasso di rientro dopo congedo parentale suddiviso per genere	130, 194		
Formazione e sviluppo				
DMA		123, 124, 128		
LA9	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per sesso e categorie di lavoratori	124, 194		✔
LA10	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle loro carriere	123, 124, 196		
LA11	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni di performance e sviluppo carriera	128, 197		✔

Aspetti materiali		Pagine	Omissioni	Assurance esterna
Diversità e pari opportunità				
DMA		129-131		
LA12	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	190, 193		
Equa retribuzione di genere				
DMA		129-131		
LA13	Rapporto dello stipendio base delle donne rispetto a quello degli uomini a parità di categoria per ciascuna paese significativo	130, 193-194		✔
Category: Society				
Comunità locali				
DMA		92-95, 114-116, 148-156		
SO1	Percentuale di operazioni che hanno implementato programmi di engagement, impact assessment e programmi di sviluppo locale	114-116, 148-156	Sono descritti i programmi di engagement, valutazione di impatto e sviluppo locale, senza riferimento al valore percentuale richiesto dall'indicatore, che la Banca si impegna a rendicontare in futuro.	
FS13	Punti di accesso in zone scarsamente popolate o economicamente svantaggiate	72-74		✔
FS14	Iniziative per migliorare l'accesso ai servizi finanziari per persone svantaggiate	95, 114-116		

Aspetti materiali		Pagine	Omissioni	Assurance esterna
Anti-corruption				
DMA		53-56, 214		
SO4	Comunicazione delle policies e training dei dipendenti su anti-corruzione	54, 196	L'informazione relativa al numero di componenti degli organi di governo e di business partner formati e/o informati su tematiche legate all'anti-corruzione non è al momento disponibile. La Banca si impegna a rendicontare tale dato in futuro.	✔
SO5	Casi confermati di corruzione e azioni intraprese	54, 197		
Product Responsibility				
Comunicazione commerciale				
DMA		55, 86-87, 90-94		
PR6	Vendita prodotti banditi o controversi	87-88		
PR7	Totale casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di comunicazione commerciale	145		
Compliance				
DMA		53-56		
PR9	Ammontare delle sanzioni per violazione norme su fornitura e uso prodotti e servizi	188		

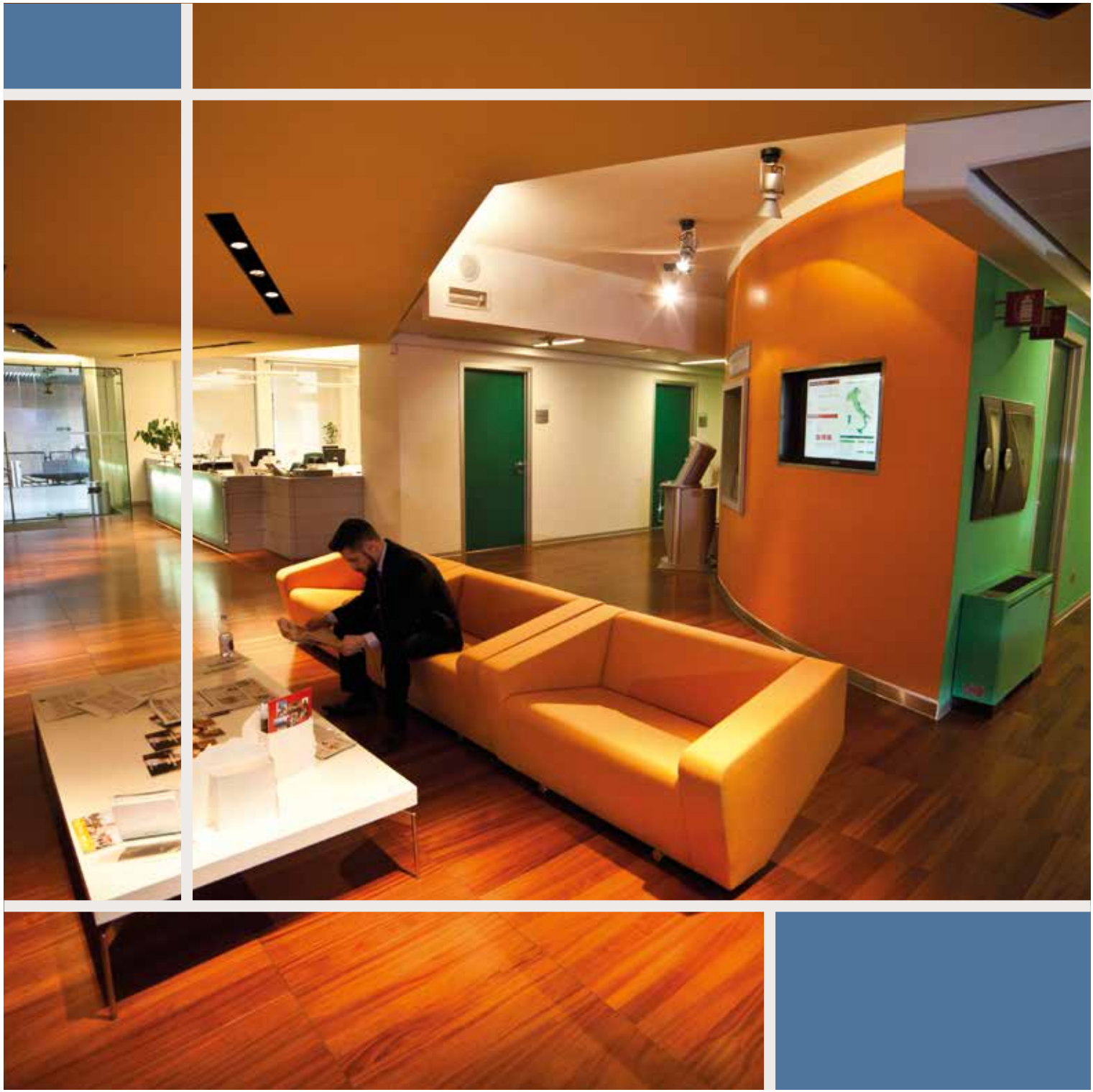
Aspetti materiali		Pagine	Omissioni	Assurance esterna
Portfolio prodotti				
DMA		86-111, 160, 161, 163		
FS6	Percentuale del portafoglio per linee di business, per regione, dimensione e settore	89, 179, 180, 181, 183, 184-186	L'informazione relativa alla suddivisione territoriale del portafoglio imprese non è al momento disponibile. La Banca si impegna a rendicontare tale dato in futuro.	✔
FS7	Valore monetario dei prodotti e servizi disegnati con specifici benefici sociali	92-94, 181		✔
FS8	Valore monetario dei prodotti e servizi disegnati con specifici benefici ambientali	160-163, 182, 183		✔
Labelling di prodotto e servizio				
DMA		90, 91, 142-144, 164		
PR4	Totale casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti info e etichettature di prodotti e servizi	145		
PR5	Risultati relativi a customer satisfaction	142-143, 164		

TABELLA DI RACCORDO DEL GLOBAL COMPACT

I dieci Principi	Pagine	Descrizione dei principi
Diritti umani		
1. Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza	38-39 120-121	I valori etici fondamentali del Gruppo Cariparma Crédit Agricole sono formalizzati nel Codice Etico, che fa esplicito riferimento al rispetto dei principi del Global Compact: il codice etico si applica a tutte le società controllate e risulta vincolante per tutti i collaboratori, a prescindere dalla tipologia di rapporto contrattuale. Più in particolare, l'ambito in cui l'attività del gruppo esprime una potenziale area di sovrapposizione con il tema dei diritti umani è legato al finanziamento al settore della difesa. Il Gruppo Cariparma Crédit Agricole da una specifica Policy settoriale che tiene conto sia delle linee guida della Capogruppo sia delle specificità della normativa e del contesto nazionale; tale Policy è ripresa all'interno delle Politiche del Credito. La Banca è dotata di procedure più rigorose e restrittive rispetto a quanto stabilito dalla normativa italiana (Legge 185/90); ogni operazione viene valutata singolarmente dalla funzione Compliance sulla base dell'oggetto dell'operazione, della tipologia di controparte e del rischio politico del Paese di destinazione. Infine, la Banca rispetta i diritti fondamentali delle persone che operano per conto di essa, tutelandone l'integrità morale e garantendo eguali opportunità.
2. Alle imprese è richiesto di assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani	87	

I dieci Principi	Pagine	Descrizione dei principi
Lavoro		
3. Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di Associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva	137-138 129-130	Il rispetto e la valorizzazione delle persone rappresentano il cuore dell'azione del Gruppo, che mantiene sempre aperti il dialogo e il confronto con i dipendenti. Costruire un ambiente di lavoro di qualità è una sfida essenziale nel contesto attuale, soprattutto per migliorare il benessere di tutti i collaboratori: con questo fine, l'organizzazione e la gestione delle risorse del Gruppo mira a raggiungere una sempre maggiore qualità del servizio e una soddisfazione crescente del singolo dipendente. I dipendenti della Banca sono coperti da CCNL. Nel corso del 2015 è stato mantenuto un costante dialogo con le organizzazioni sindacali, nonostante la tensione determinata a livello di settore dal rinnovo del contratto collettivo nazionale di lavoro, risoltasi positivamente nel corso dell'anno. Grazie ad un rapporto corretto, trasparente e nel pieno rispetto delle parti, la Banca ha realizzato con il contributo delle organizzazioni sindacali numerosi progetti orientati a migliorare l'efficienza e la qualità dell'occupazione. Nel corso dell'anno sono proseguiti i lavori della Commissione Paritetica Responsabilità Sociale d'Impresa, che si occupa di implementazione di pratiche partecipative per favorire il dialogo e la qualità della comunicazione interna, di politiche di conciliazione tempi di lavoro e famiglia, di politiche a favore della conciliazione fra sostenibilità ambientale e mobilità. Il Gruppo ha continuato a sostenere e promuovere una cultura basata sul Diversity Management per rafforzare la valorizzazione del singolo e mettere a fattor comune le differenze e potenzialità di ciascuno, implementando diverse ampie progettualità sul tema.
4. Alle imprese è richiesto di sostenere l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio		
5. Alle imprese è richiesto di sostenere l'effettiva eliminazione del lavoro minorile		
6. Alle imprese è richiesto di sostenere l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione		

I dieci Principi	Pagine	Descrizione dei principi
Ambiente		
7. Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali	160-164 167-170	Il Gruppo prosegue nel suo intento di gestire in maniera sempre più organizzata ed efficiente gli impatti ambientali diretti ed indiretti della propria operatività. Per quanto riguarda gli impatti diretti, l'obiettivo è quello di ridurre le emissioni, il consumo di carta, di acqua e di energia, nonchè migliorare la gestione dei rifiuti per un corretto recupero dei rifiuti. Tra le attività del Gruppo volte a ridurre la propria impronta ecologica rientrano in particolar modo programmi e progetti finalizzati al risparmio energetico e alla riduzione della carta. I processi di digitalizzazione dei servizi attualmente in corso si muovono anche in questa direzione (dematerializzazione). Per quanto riguarda gli impatti indiretti, la Banca promuove finanziamenti dedicati allo sviluppo della green economy e più in generale supporta le imprese in finanziamenti a medio/lungo termine per la realizzazione di impianti alimentati da fonti rinnovabili e per interventi di efficienza energetica.
8. Alle imprese è richiesto di intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale		
9. Alle imprese è richiesto di incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente		
Lotta alla corruzione		
10. Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti	48-56	La Banca garantisce un presidio solido e permanente delle tematiche di compliance, tra le quali è annoverato il tema della corruzione. La funzione di Conformità alle norme ha come missione il presidio e la gestione del rischio di compliance identificando nel continuo le norme applicabili al gruppo, nonché misurando e valutando l'impatto delle stesse sui processi e sulle procedure aziendali e definendo le politiche di prevenzione e di controllo. In particolare, ha l'obiettivo di assicurare la centralità dell'interesse del cliente, la prevenzione dei reati ai sensi del D.Lgs. 231/01, la prevenzione del riciclaggio e degli abusi di mercato, la tutela delle Società del gruppo, dei dipendenti e dei vertici aziendali contro i rischi di sanzioni, perdite finanziarie e danni reputazionali anche attraverso l'attività di consulenza e assistenza.



Reconta Ernst & Young S.p.A.
Via della Chiusa, 2
20123 Milano

Tel: +39 02 722121
Fax: +39 02 72212037
ey.com

Building a better working world

Relazione della società di revisione indipendente sul "Rapporto di Sostenibilità 2015"

Al Consiglio di Amministrazione
della Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A.

Abbiamo svolto un esame limitato ("*limited assurance engagement*") del "Rapporto di Sostenibilità 2015" (di seguito il "Rapporto di Sostenibilità") della Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A. e sue controllate (di seguito "Gruppo Cariparma Crédit Agricole") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015.

Responsabilità degli Amministratori per il Rapporto di Sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Rapporto di Sostenibilità in conformità alle linee guida "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*" e "*Financial Services Sector Disclosures*" definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "Nota Metodologica" del Rapporto di Sostenibilità, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un Rapporto di Sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Cariparma Crédit Agricole in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Responsabilità del revisore

È nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "*International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" ("*ISAE 3000*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il Rapporto di Sostenibilità non contenga errori significativi. Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Rapporto di Sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte sul Rapporto di Sostenibilità hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del Rapporto di Sostenibilità, nei quali si articolano le "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*", e sono riepilogate di seguito:

a. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Rapporto di Sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo Cariparma Crédit Agricole al 31 dicembre 2015, sul quale abbiamo emesso la nostra relazione di revisione ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.Lgs. 27.1.2010, n. 39, in data 25 marzo 2016;
b. analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l'operatività del Gruppo Cariparma Crédit Agricole;

Reconta Ernst & Young S.p.A.
Sede Legale: Via Po, 32 - 00198 Roma
Capitale Sociale € 1.402.500,00 i.v.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. di Roma
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. 250904
P.IVA 00891231003
Iscritta all'Albo Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998
Iscritta all'Albo Speciale delle società di revisione
Consob al progressivo n. 2 delibera n.10831 del 16/7/1997

A member firm of Ernst & Young Global Limited

EY
Building a better working world

c. analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Rapporto di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
d. analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Rapporto di Sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto:

- interviste e discussioni con il personale della Direzione della Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A. e della controllata Crédit Agricole Leasing Italia S.r.l., al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Rapporto di Sostenibilità, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Rapporto di Sostenibilità;

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Rapporto di Sostenibilità, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Rapporto di Sostenibilità;

e. analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Rapporto di Sostenibilità rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Rapporto di Sostenibilità" della presente relazione;

f. analisi del processo di coinvolgimento degli *stakeholder*, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;

g. ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A., sulla conformità del Rapporto di Sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Rapporto di Sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

I dati e le informazioni oggetto dell'esame limitato sono riportati, come previsto dalle "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*", nella "Tabella di correlazione *GRI*" del Rapporto di Sostenibilità.

Il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'ISAE 3000 ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il "Rapporto di Sostenibilità 2015" del Gruppo Cariparma Crédit Agricole al 31 dicembre 2015 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "G4 *Sustainability Reporting Guidelines*" e "*Financial Services Sector Disclosures*" definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, come descritto nel paragrafo "Nota Metodologica" del Rapporto di Sostenibilità.

2

EY
Building a better working world

Altri aspetti

Gli Amministratori hanno riesposto alcuni dati comparativi relativi agli esercizi precedenti, rispetto ai dati precedentemente presentati e da noi assoggettati a revisione limitata, sui quali avevamo emesso le nostre relazioni in data 28 marzo 2014 e 2 aprile 2015. Le modalità di rideterminazione dei dati comparativi e la relativa informativa sono state da noi esaminate ai fini dell'emissione della presente relazione.

Milano, 12 aprile 2016

Reconta Ernst & Young S.p.A.

Massimiliano Bonfiglio
(Socio)

3

Si ringrazia la Professoressa Chiara Mio, Docente Ordinario presso il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia e Presidente di FriulAdria, per il contributo alla realizzazione del Rapporto di Sostenibilità 2015.

Grazie a tutti i colleghi di Cariparma, FriulAdria, Carispezia, Crédit Agricole Group Solutions e Calit che ne hanno permesso la realizzazione fotografica:

Daniela Aleotti
Marco Amadasi
Lidia Amato
Pietro Amoretti
Oriana Andreani
Clara Anselmi
Caterina Antola
Giovanni Avella
Loredana Baldacchino
Chiara Barani
Marco Barani
Mara Barbieri
Francesca Barbuio
Maristella Bartolini
Alessio Beghi
Luca Beltrame
Simona Bernardini
Gianni Bertani Pecorari
Viola Bonomini
Damiano Borella
Francesca Borroni
Cristina Bortolussi
Giampiero Bottero
Paolo Brugnoli
Stefano Bruni
Gianluca Bucchioni
Mario Buquicchio
Elena Caccialanza
Paolo Callo
Maria Carla Cappelli
Martina Cappelli
Stefania Carraro
Marco Carrer
Paola Cassanmagnago
Michela Cattabiani
Mirko Cattani
Silvia Cavalli
Marcella Caviola
Chiara Centofanti
Alessia Chiera
Anna Ciacciariello
Giovanni Ciardiello
Deni Cicuttin
Claudio Clivio
Francesca Coppola
Manlio Cozzani
Valentina Crestan
Jessica Crivello
Roberto Croco
Cesare Cucci
Barbara Curione
Naomi Damato
Gianfranco Danelin
Francesco David
Alessandra De Gregorio
Massimiliano De Santis
Paola Del Bel Belluz
Mara Del Puppo
Davide Deste
Marco Di Noto
Cecilia Di Sanza
Maria Teresa Donnanno
Adil Eddal
Vilma Esposito
Fabio Favaro
Pietro Favaron
Carlo Favot
Alessio Ferraioli
Fulvio Ferrari
Fabrizio Fietta
Mara Flaiban
Alessandro Folloni
Stefano Francavilla
Claudia Funel
Sandra Furlanetto
Claudio Fusi
Silvia Gandolfi
Marta Gatti
Paolo Gavini
Marco Giannarelli
Federico Giordani
Annalisa Giuliani
Davide Goldoni
Santino Gottardi
Aldo Graniero
Nicola Graziuso
Federico Hoffmann
Roberto Imparato
Giampietro Iob
Sandra Ius
Giulia Laurenzana
Mario Lenarduzzi
Ylenia Locardi
Barbara Lot
Marco Lucchini
Monica Luciani
Stefania Maddalena
Serena Maestrini
Alessandro Maini
Alessandra Maiolino
Antonella Maiorano
Simona Mancini
Sabrina Mangiavacca
Giulio Marandola
Giorgio Marangon
Emanuela Marelli
Flavio Mariuzzo
Roberta Masat
Michele Mascis
Andrea Massari
Manuela Massari
Michela Mentisi
Francesca Migli
Chiara Mio
Domenica Mitidieri
Samantha Moras
Luciana Morelli
Francesca Moreno
Luca Moretti
Giulia Moro
Maria Chiara Muraca
Luca Narduzzi
Rossana Negri
Katia Nichele
Paola Nicoli
Valentina Nicoli
Valeria Nocera
Petra Nodale
Erika Nodari
Carlotta Notari
Paolo Nova
Michela Paganin
Flavia Palmieri
Massimiliano Palmieri
Carmine Paolantonio
Martina Pascolo
Virginia Pasquali
Ylenia Pavanello
Federica Paviera
Melania Pellegrini
Christian Peraga
Annalisa Perlì
Chiara Petrone
Mario Petrone
Gabriella Pirro
Simona Piscina
Franco Piva
Paolo Polo
Fabrizio Prevarin
Maura Privati
Andrea Raffo
Alessandro Ranieri
Stefania Re
Benedetto Renato
Anna Riso
Giulia Romanini
Marco Rondano
Laura Ros
Beatrice Rossetti
Maurizio Rossi
Nathalie Roudier
Felice Rovitto
Ilaria Sanguinetti
Mattia Sciarrotta
Andrea Silvano
Alberto Silvestro
Ilaria Stella
Elisa Strocchia
Chiara Taliani
Paolo Tautonico
Monica Toffoli
Claudia Tomba
Alessandra Tonarelli
Tiziana Toso
Livia Trevissoi
Luana Turano
Claudia Urbani
Giuliana Valenti
Federico Valerio
Franco Vallebona
Virginio Vegnuti
Giusy Vergara
Vincenzo Verzino
Alessio Villano
Francesca Vincini
Roberto Vitali
Elisa Voli
Ilaria Zappelli
Emanuela Zinno
Simone Zubani
Federica Zucchetti

Un ringraziamento particolare a tutti gli stakeholder esterni intervistati:

Paolo Andrei, Massimiliano Atelli, Sabrina Canese, Claudia Carli, Gianfranco Carli, Carlo Ghisoni, Riccardo Illy, Matteo Melley, Paola De Micheli, Danilo Piroli, Lucrezia Ricchiuti, Luigi Scordamaglia, Giulio Cesare Sottanelli, Gianni Vernocchi, Anna Vizzari, Davide Zoggia, i Soci Ambasciatori di FriulAdria e le rappresentanze di nomina sindacale della Commissione Paritetica RSI.

Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A.
Sede Legale: Via Università, 1 - 43121 Parma
Telefono 0521.912111
Capitale Sociale € 876.761.620,00 i.v.
Iscritta al Registro Imprese di Parma, Codice Fiscale e Partita IVA n. 0211353045
Aderente al Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi e al Fondo Nazionale di Garanzia
Iscritta all'Albo delle Banche al n. 5435
Capogruppo all'attività di direzione e coordinamento di Crédit Agricole S.A.

Contatti:
csr@cariparma.it

Aprile 2016

Questo Bilancio Sociale è consultabile anche sul
sito web www.gruppocariparma.it

Progettazione grafica, concept fotografico e impaginazione

REDPOINT COMMUNICATION

Fotografie di Laura Scatena

FSC www.fsc.org MISTO Carta da fonti gestite in maniera responsabile FSC® C007287

ECF ELEMENTAL Chlorine FREE

100% Recyclable

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2015