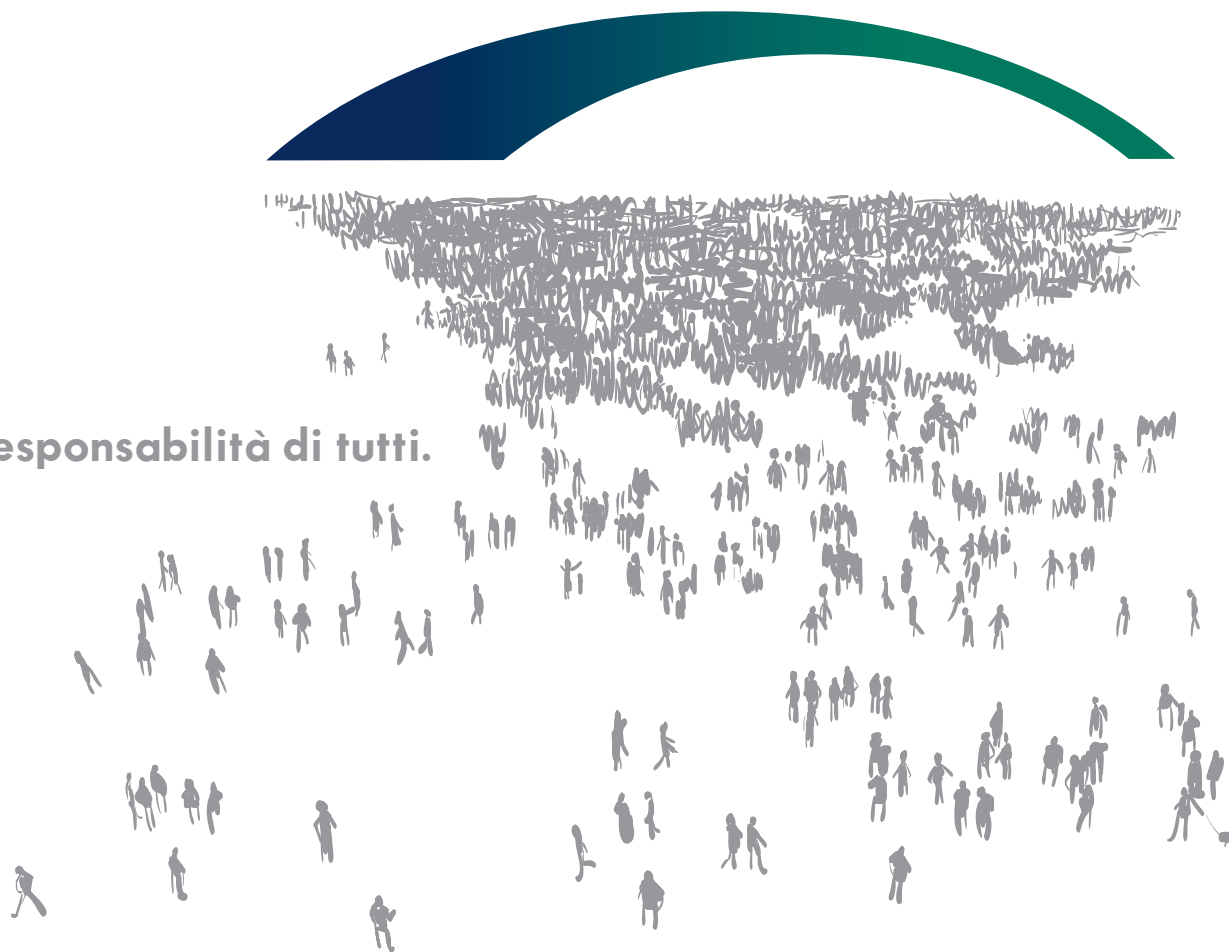



La responsabilità di tutti.



Per agevolare la lettura del documento e approfondirne i contenuti sono presenti alcune parole sottolineate che contengono dei rimandi a determinate sezioni del Report, al glossario, a documenti e siti web del Gruppo Banco BPM. 



VERSO IL FUTURO, INSIEME

Nel 2016 abbiamo finalizzato **un grande progetto**: la nascita del **Gruppo Banco BPM** da due grandi e storiche banche popolari. L'abbiamo voluto e realizzato **insieme** con i nostri Soci, con la comunità dei dipendenti, con le istituzioni e le Autorità di Vigilanza.

È un'operazione che ci consente di proiettare la nostra banca nel futuro, in una logica di sostenibilità volta a dare certezza e sicurezza alla clientela, fiducia e continuità alle nostre attività ed a creare valore per gli azionisti, per le comunità di riferimento, per il Paese.

La **sostenibilità** del sistema creditizio italiano dipende ormai in larga misura dalla capacità di innovarsi e trasformarsi; è con tale consapevolezza che è stata portata a termine la fusione tra due banche che condividono i valori, la storia del credito popolare e l'aspirazione a continuare il proprio percorso pur nella loro nuova veste di S.p.A. ed in un contesto di mercato così complicato e severo.

Abbiamo voluto essere anche protagonisti e testimoni di un **cambiamento positivo per il Paese**, alla cui crescita, per quanto nelle nostre possibilità, vogliamo contribuire, consapevoli dello stretto legame fra il settore in cui operiamo e il benessere economico e sociale. La prudenza ci ha indotto al coraggio e gli sforzi profusi non sono stati vani.

Oggi è **responsabilità di tutti** il pieno successo della fusione, che è solo l'inizio di un percorso impegnativo, ricco di sfide, ma proprio per questo in grado di dare ingresso a grandi opportunità ed a solidi risultati, che rispondano in maniera concreta alle aspettative di tutti gli interlocutori, la cui **fiducia** è indispensabile per la nostra Banca.

La sostenibilità è stata il punto di partenza di tale percorso e continuerà a guidare le scelte del Gruppo Banco BPM nei prossimi anni.

Insieme, abbiamo individuato la strada da percorrere. Insieme, costruiremo, passo dopo passo, il nostro futuro.

Presidente Consiglio di Amministrazione Banco BPM
Carlo Fratta Pasini

Amministratore Delegato Banco BPM
Giuseppe Castagna

GUIDA ALLA LETTURA

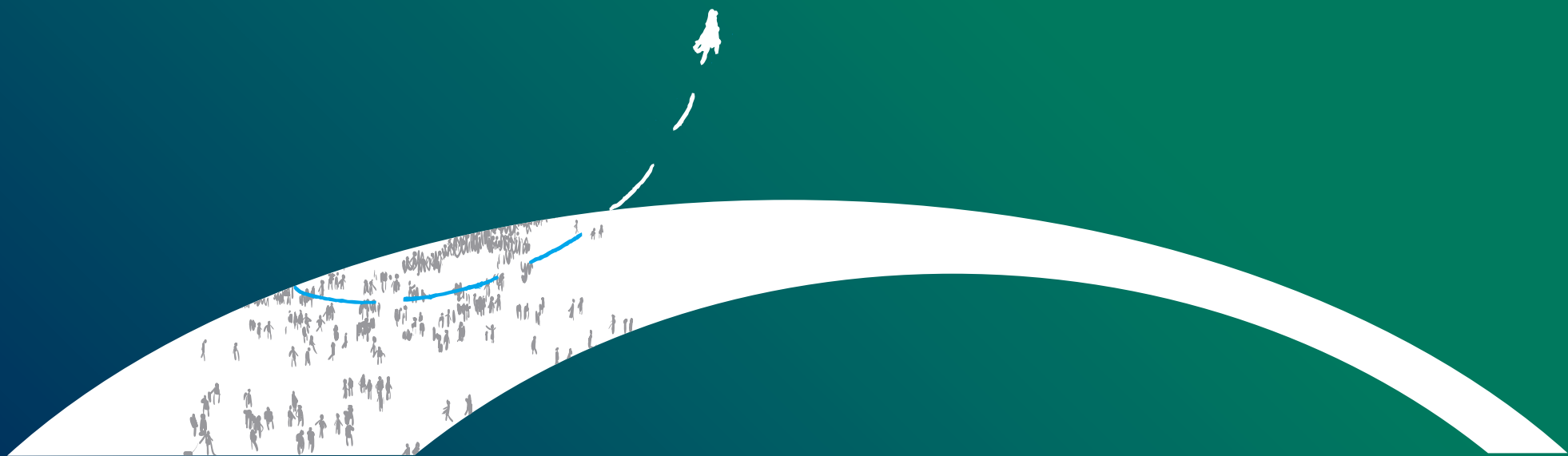
Il Report di Sostenibilità 2016 del Gruppo Bipiemme (Report 2016) rappresenta uno **strumento di rendicontazione integrata** che ha lo scopo di descrivere la gestione dell'impresa in tutte le sue componenti, nella relazione con gli stakeholder, nell'utilizzo dei capitali rilevanti per l'attività aziendale, nella generazione e distribuzione del valore.

Come illustrato nella "Nota metodologica", con efficacia a decorrere dal 1 gennaio 2017 si è perfezionata la fusione di Banca Popolare di Milano S.c.a r.l. con il Banco Popolare Società Cooperativa che ha portato alla costituzione di Banco BPM S.p.A.. La prima sezione del report di sostenibilità "Gruppo Banco BPM – Come creiamo valore sostenibile nel tempo" è finalizzata a presentare il nuovo Gruppo Banco BPM, la seconda sezione "Gruppo BPM: Identità e creazione di valore" e i rimanenti paragrafi sono relativi al Gruppo Bipiemme e alle sue performance al 31 dicembre 2016.

Predisposto secondo le Linee Guida del Global Reporting Initiative (versione G4) e organizzato nei contenuti facendo riferimento ai principi dell'International Integrated Reporting Council, il Report 2016 risponde agli **indirizzi più diffusi a livello internazionale**. I temi materiali, per la rendicontazione 2016, sono stati identificati e condivisi dal top management di Banca Popolare di Milano considerando anche i temi giudicati rilevanti dagli analisti specializzati in Sustainability Investing e gli aspetti del settore bancario maggiormente trattati dai media. Il team Responsabilità Sociale d'Impresa ha curato la redazione del Report e la gestione delle attività necessarie alla sua realizzazione, in collaborazione con le altre funzioni aziendali. Per qualsiasi informazione e approfondimento è possibile scrivere all'indirizzo responsabilitasocialesimpresa@bpm.it.

INDICE

5	Gruppo Banco BPM	
	<i>Come creiamo valore sostenibile nel tempo</i>	
	Il nuovo Gruppo - identità, principali società, modello di governance e organizzativo, numeri chiave	6
	Il nuovo Gruppo - il Piano Industriale 2016-2019	10
	Il nuovo Gruppo - contributo alla comunità	12
13	Gruppo BPM	
	<i>Identità e creazione di valore</i>	
	Contesto operativo	14
	Profilo	16
	Numeri chiave	17
	Governance e integrità aziendale	18
	Gestione dei Rischi	21
	Valore economico 2016	22
	Stakeholder	23
	Analisi di materialità	24
	Capitali	26
	Capitale relazionale	27
	<i>Imprese e persone</i>	28
	<i>Comunità</i>	31
	<i>Fornitori</i>	35
	<i>Media/ Social Community</i>	36
	Capitale finanziario	37
	<i>Redditività</i>	38
	<i>Solidità patrimoniale e stabilità finanziaria</i>	39
	Capitale umano	41
	<i>Personale</i>	42
	Capitale intellettuale	49
	<i>Innovazione</i>	50
	Capitale naturale	53
	<i>Ambiente</i>	54
	Riconoscimenti	56
	Nota metodologica	58
	Prospetto di riconduzione	59
	GRI Content Index	64
	Lettera società di revisione	68
	Glossario	71



Gruppo Banco BPM
Come creiamo valore sostenibile nel tempo

IL NUOVO GRUPPO - IDENTITÀ

Il 15 ottobre 2016 le Assemblee dei Soci di Banca Popolare di Milano S.c.a r.l. e Banco Popolare Società Cooperativa hanno approvato il progetto di fusione tra le due società bancarie che prevede, dal 1° gennaio 2017, la costituzione di una nuova società bancaria denominata Banco BPM S.p.A. con sede legale a Milano e sede amministrativa a Verona*.

NASCE BANCO BPM



Dalla storia di due grandi istituti popolari nasce la terza Banca italiana. Insieme vogliamo creare valore per i clienti, gli azionisti, i territori e il nostro Paese.

Vogliamo innovare nel segno della tradizione, a sostegno dei giovani e del futuro. Vogliamo tutelare le nostre famiglie, le nostre comunità e continuare a sostenere le imprese.

Vogliamo essere all'altezza delle vostre aspettative. Sempre al vostro servizio, con responsabilità. Perché ognuno di voi per noi è importante.

Verso il futuro, insieme.



Orizzonte

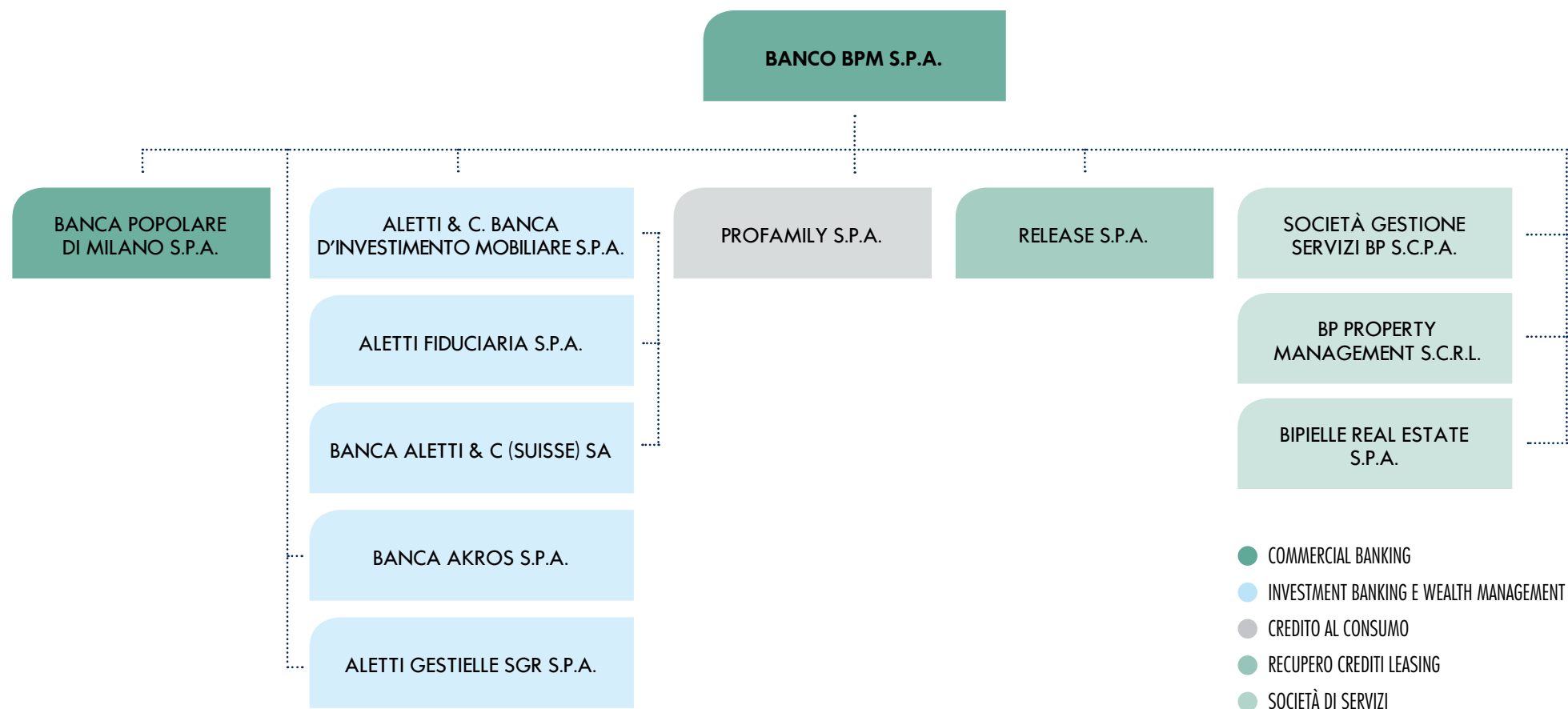
Chi guarda l'orizzonte guarda lontano, guarda al futuro.

È un simbolo di unione, di condivisione: due mondi che si uniscono per una prospettiva comune, congiunti da una linea che rappresenta un "ponte" tra culture diverse, tra il passato ed il futuro, un elemento che parla di collaborazione, della volontà di lavorare per la crescita e lo sviluppo delle persone e delle imprese dei nostri territori.

È un simbolo semplice e moderno. Rappresenta la volontà di affrontare nuove sfide e ristabilire fiducia tra le generazioni, tra la scuola ed il mondo produttivo, tra i vecchi mestieri e le nuove tecnologie, tra tutti noi e le nostre comunità.

* Le informazioni presentate in questa sezione fanno riferimento principalmente allo Statuto di Banco BPM, al Piano Industriale 2016-2019 Banco BPM, al sito web www.bancobpm.it e al comunicato stampa pubblicato il 10/02/2017 sul sito del Gruppo relativo ai risultati al 31/12/2016 del Gruppo Banco BPM.

IL NUOVO GRUPPO - PRINCIPALI SOCIETÀ



* In tale schema sono rappresentate esclusivamente le società del gruppo bancario rilevanti per lo sviluppo del business

IL NUOVO GRUPPO - MODELLO DI GOVERNANCE E ORGANIZZATIVO

Banco BPM S.p.A adotta il modello di governance tradizionale composto da:

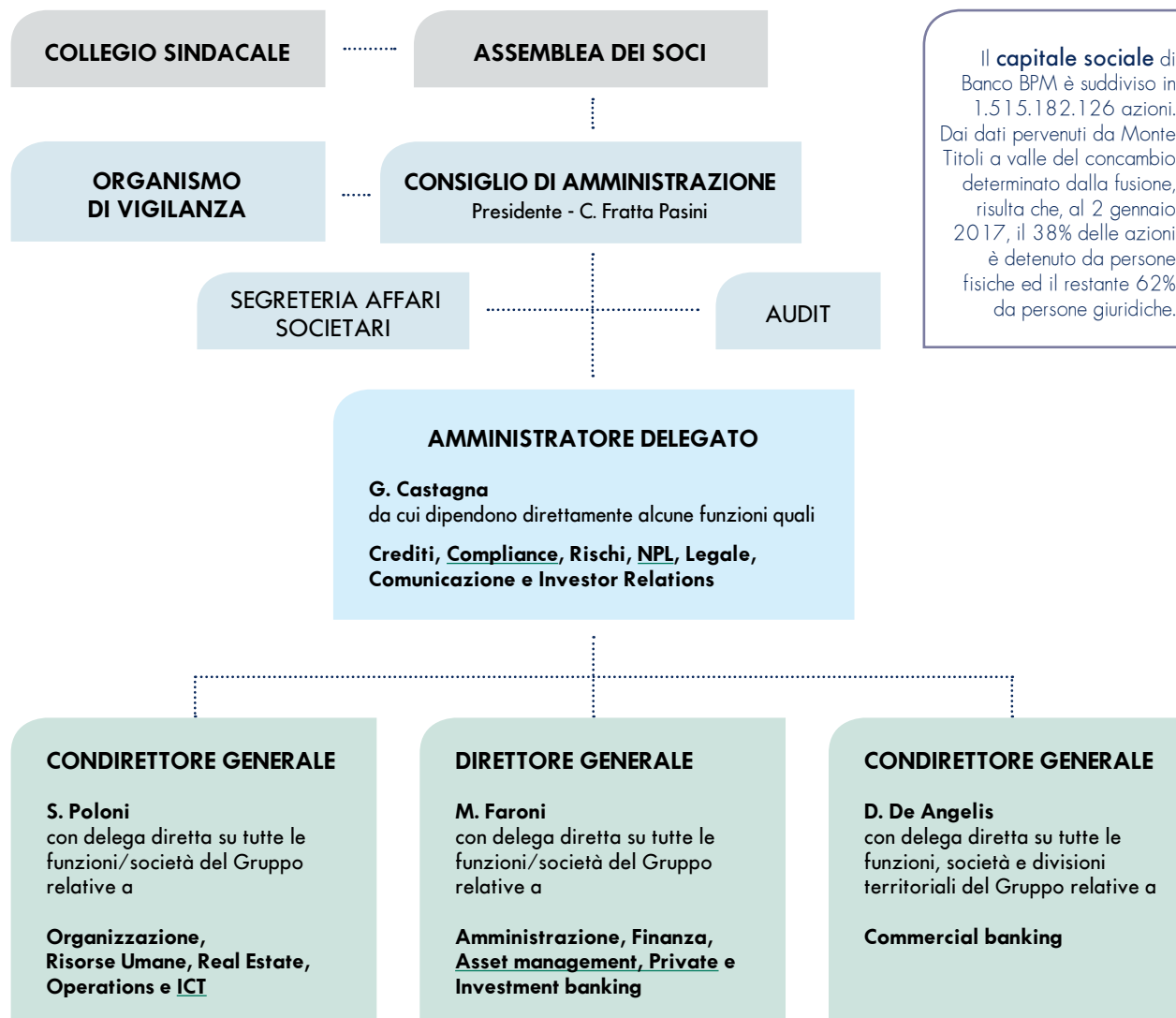
- **Assemblea dei Soci:** elegge il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale determinandone i relativi compensi, viene convocata almeno una volta all'anno e delibera sull'approvazione del bilancio d'esercizio e la destinazione e distribuzione degli utili.
- **Consiglio di Amministrazione:** esercita le funzioni di supervisione strategica e di gestione, è attualmente composto da 19 consiglieri di cui almeno 9 devono possedere i requisiti di indipendenza ai sensi dello Statuto.
- **Collegio sindacale:** esercita la funzione di controllo relativamente all'osservanza della normativa e verifica, tra l'altro, l'adeguatezza dell'assetto organizzativo e amministrativo-contabile della Società.

Il voto dei soci nel nuovo Gruppo

- Viene superato il principio del voto capitarario secondo cui ogni Socio ha un voto a prescindere dal numero di azioni in suo possesso.
- Ogni azione attribuisce un diritto di voto; a partire dal 26/03/2017 non sono previsti limiti quantitativi al diritto di voto (fino a tale data, nessun azionista poteva esercitare, direttamente o indirettamente, il diritto di voto per un quantitativo di azioni superiore al 5% del capitale sociale).

Il diritto di recesso

Gli azionisti e i soci delle Banche che non avevano concorso all'approvazione della delibera del progetto di fusione sono stati legittimati a esercitare il diritto di recesso nei termini di legge. Al 9 novembre 2016, termine ultimo per valersi di tale facoltà, il diritto di recesso è stato validamente esercitato per circa il 4,07% del capitale sociale di BPM e il 4,56% del capitale sociale di Banco Popolare.



Il **capitale sociale** di Banco BPM è suddiviso in 1.515.182.126 azioni. Dai dati pervenuti da Monte Titoli a valle del concambio determinato dalla fusione, risulta che, al 2 gennaio 2017, il 38% delle azioni è detenuto da persone fisiche ed il restante 62% da persone giuridiche.

IL NUOVO GRUPPO - NUMERI CHIAVE

Il nuovo Gruppo Banco BPM al 1° gennaio 2017 conta circa **25.000 dipendenti**, **4 milioni di clienti** e oltre **2.300 filiali**; rappresenta il terzo gruppo bancario in Italia in termini di crediti netti verso la clientela e numero di sportelli.

NUMERI CHIAVE

STAKEHOLDER

4 milioni di clienti, circa **25.000 dipendenti**, oltre **390.000 azionisti**

BUSINESS

SOLIDITÀ PATRIMONIALE:

CET 1 Ratio 11,42% > 8,15%*

* Minimo fissato da BCE

11,9 miliardi €
Patrimonio Netto

REDDITIVITÀ:

2,3 miliardi €
Margine Finanziario

2,5 miliardi €
Commissioni
e Altri Proventi

QUOTA DI MERCATO**:

Del 15% in Lombardia

Del 14% in Liguria

Del 12% in Piemonte

Del 9% in Veneto

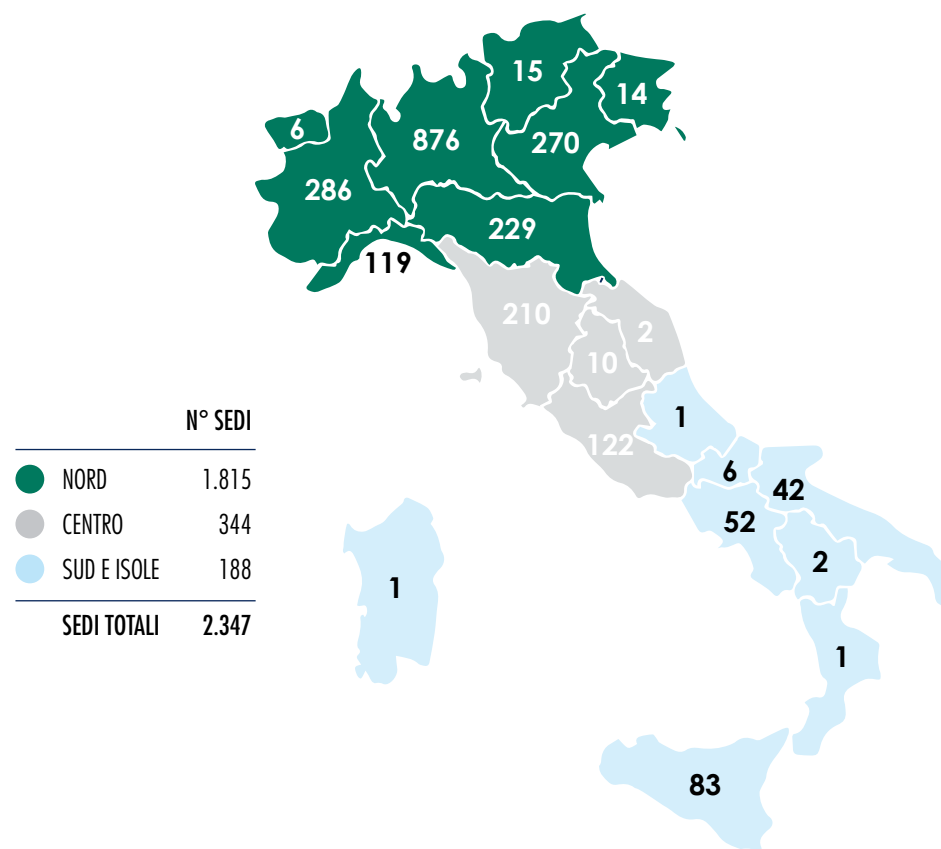
ATTIVITÀ E PASSIVITÀ:

110,6 miliardi €
Impieghi vs Clienti

66%
Crediti vs Clienti / Totale attività

116,8 miliardi €
Raccolta Diretta

SPORTELLI BANCO BPM



La rete di filiali. Lo sviluppo della multicanalità unito ad una redditività in calo ha spinto le banche a razionalizzare il numero di sportelli sul territorio. Nel corso del 2016 è proseguita la razionalizzazione delle filiali avviata negli anni precedenti dal Gruppo BPM e dal Gruppo Banco Popolare, con la chiusura complessiva di 122 sportelli e l'obiettivo di 335 chiusure complessive al 2019. Nonostante le chiusure, il Gruppo mantiene una forte presenza in tutto il territorio e una posizione di leadership in alcune delle aree più ricche del Paese.

** Sportelli al 31/12/2016

IL PIANO INDUSTRIALE 2016-2019 BANCO BPM

Equilibrio fra gli interessi degli Stakeholder ...

COSA CHIEDONO I CLIENTI

- Solidità per la sicurezza dei propri risparmi
- Prodotti e servizi adatti ad ogni esigenza e fase di vita
- Operare comodamente da casa, da mobile o in filiale, e ricevere un servizio trasparente e di qualità
- Effettuare operazioni in tutta sicurezza e con i dispositivi di ultima generazione
- Costi adeguati al servizio ricevuto

COSA CHIEDONO IL PAESE E LA COMUNITÀ

- Banche solide in grado di innovare e competere nel panorama europeo
- Sostegno alle imprese e alle persone
- Capacità di generare valore condiviso e promuovere la crescita anche sociale del Paese



TEMI STRATEGICI PER IL NUOVO GRUPPO

- Solidità patrimoniale e gestione sostenibile del credito
- Attenzione alle esigenze di tutti i segmenti di mercato e modello commerciale multicanale
- Valorizzazione della professionalità e attrazione di giovani talenti
- Focus sull'efficienza e investimenti in digitale
- Incremento della redditività e distribuzione dei dividendi

COSA CHIEDONO GLI INVESTITORI

- Solidità patrimoniale e redditività sostenibile nel tempo
- Un management esperto in grado di affrontare scenari complessi
- Capacità di gestire i rischi

COSA CHIEDONO I DIPENDENTI

- Solidità per garantire occupazione, formazione e crescita professionale
- Meritocrazia, coinvolgimento e parità di genere
- Welfare aziendale e conciliazione vita-lavoro

... e valorizzazione di tutti i capitali

CAPITALI COINVOLTI E OBIETTIVI

	CAPITALE FINANZIARIO	CAPITALE UMANO	CAPITALE RELAZIONALE	CAPITALE INTELLETTUALE	CAPITALE NATURALE
LINEE GUIDA	Solidità patrimoniale <u>Funding mix</u> efficiente Qualità del credito, gestione dei rischi ed efficace gestione dei <u>NPL</u> Gestione sostenibile del credito Economie di costo Incremento della redditività e distribuzione dei dividendi	Nuovi programmi di crescita e nuovi ruoli professionali Sistemi di incentivazione in un'ottica di crescita sostenibile Parità di genere e ricambio generazionale Investimenti in formazione Aumento della flessibilità e miglioramento <u>welfare</u>	Offerta di prodotti/servizi semplificata e differenziata in base alle diverse esigenze Crescita delle PMI sui mercati dei capitali Filiali accoglienti e moderne in grado di fornire una consulenza di valore, relativa a prodotti e servizi complessi Modello distributivo multicanale integrato, razionalizzazione delle filiali e miglioramento della customer experience	Focus sull'efficienza in ambito <u>ICT</u> Investimenti in innovazione digitale e nei <u>Big Data</u> Maggiore utilizzo dei processi digitali che diminuiscono il margine di errore e aumentano l'efficienza operativa Gestione dei talenti	Ottimizzazione degli immobili in un'ottica di miglioramento degli ambienti di lavoro e del loro utilizzo Razionalizzazione/ammodernamento delle filiali
OBIETTIVI AL 2019	Oltre €1 mld di utile netto e <u>ROTE</u> al 9% <u>CET 1 Ratio Fully Phased</u> al 12,9% Cost/ <u>income</u> < 58% Circa €80 mld di depositi <u>Crediti deteriorati/crediti netti</u> al 17,9%	Circa 2.100 uscite volontarie e 400 giovani assunti > 100.000 giorni di formazione all'anno Riduzione del costo del personale annuale dello 0,5%	Circa 4,2 mln di clienti serviti Maggiore sostegno ai consumi e agli investimenti (€110 mld di crediti) Maggiore utilizzo del <u>multichannel banking</u> (> 70% per i privati e > 80% per le imprese)	<u>ICT</u> , maggiore efficienza ed economie di scala (- €29 mln in 4 anni) Investimenti in innovazione digitale (> €90 mln in 4 anni)	Ottimizzazione dei consumi energetici Ambienti di lavoro più sostenibili

IL NUOVO GRUPPO - CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ

Il Gruppo Banco BPM sostiene le iniziative sociali e ambientali dei territori di riferimento, direttamente, attraverso le sponsorizzazioni e le elargizioni liberali e, indirettamente, tramite le proprie fondazioni bancarie.

Lo statuto di Banco BPM prevede la possibilità di destinare una quota dell'utile netto non superiore al 2,5% a finalità di assistenza, beneficenza e pubblico interesse nei territori di maggiore presenza assegnando a ciascun territorio, direttamente o tramite Fondazione, una determinata quota.

TERRITORI SUPPORTATI DALLE FONDAZIONI

Fondazione Banca Popolare di Lodi:

Lodi, Parma, Cremona*, Piacenza, Genova, Toscana e Umbria.

Fondazione Banca Popolare di Novara:

Piemonte, Lazio, Centro Sud.

Fondazione Credito Bergamasco:

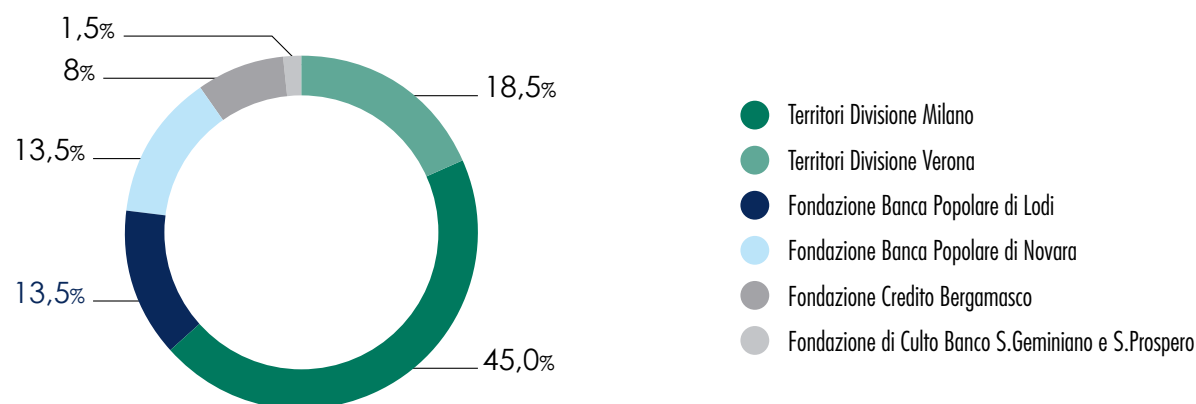
Bergamo, Brescia e Como.

Fondazione di Culto Banco S.Geminiano e S.Prospero:

Emilia Romagna e Pesaro Urbino.

* Per statuto la Fondazione BPL devolve 1/8 della propria quota alla Fondazione BP Cremona e alla Associazione Popolare Crema per il territorio.

Ripartizione ai territori e alle Fondazioni di una quota non superiore al 2,5% dell'utile netto d'esercizio





Gruppo BPM
Identità e creazione di valore

CONTESTO OPERATIVO

Il contesto è importante per ogni impresa. Lo è particolarmente per una banca il cui operato è fortemente condizionato dai cambiamenti del quadro normativo, sociale ed economico.

Anche nel 2016 il **Prodotto Interno Lordo è cresciuto lievemente (+0,9%)¹**, sostenuto dagli effetti delle misure di politica monetaria², in un contesto economico e sociale ancora in difficoltà con un'**inflazione** pressoché nulla e una elevata **disoccupazione**³, in particolare giovanile.

Non sono, tuttavia, mancati segnali positivi come un aumento delle **persone occupate**⁴, una rinnovata vivacità nella **domanda di credito**, sostenuta anche da tassi di interesse ai minimi storici, maggiori **prestiti** da parte del settore bancario⁵; l'aumento dei **consumi**⁶ e degli **investimenti** da parte di famiglie e imprese.

Per le famiglie, il miglioramento del potere di acquisto⁷ ha favorito l'aumento dei consumi e delle richieste di finanziamento per l'acquisto di immobili e alcuni beni durevoli. In particolare, l'ammontare dei **mutui alle famiglie** è aumentato dell'1,9% rispetto a dicembre 2015 e si conferma in ripresa il mercato degli autoveicoli, con un aumento del 13% degli acquisti da parte dei privati⁸.

Per quanto riguarda le imprese, nonostante un indicatore di fiducia in flessione, sono cresciuti **investimenti in macchinari**⁹, **produzione industriale**¹⁰ e numero di **nuove aziende** soprattutto in settori quali commercio, turismo e servizi alle imprese. In particolare, se si fotografa il tessuto imprenditoriale, un rallentamento delle chiusure è stato accompagnato dall'adozione di forme societarie più strutturate¹¹, nonostante il persistere della piccola dimensione, e da una crescita delle aperture di imprese guidate da **giovani**¹².

La vivacità degli "under 35" in ambito imprenditoriale è purtroppo compensata, oltre che da una disoccupazione giovanile in peggioramento¹³, da un **tasso di inattività** ancora molto alto: oltre 1 giovane su 4 con età compresa tra i 15 e i 29 anni non studia e non lavora¹⁴.

Il livello di istruzione giovanile è, comunque, in miglioramento: oltre 1 giovane su 4 tra i 30 e i 34 anni possiede almeno un titolo di istruzione universitaria¹⁵.

Oltre ai giovani, anche le **donne e gli stranieri** occupano un ruolo rilevante nel sistema economico e sociale italiano.

Per quanto riguarda le donne, le **imprese femminili** rappresentano quasi il 22% del totale imprese¹⁶ e aumenta la presenza delle donne nei vertici delle istituzioni pubbliche¹⁷ e delle società quotate¹⁸.

I **cittadini stranieri**, mediamente più giovani degli italiani, rappresentano circa l'8% della popolazione e sono a capo del 4% delle imprese nazionali¹⁹.

Il sistema Italia è ancora fortemente "bancocentrico": una quota rilevante dei debiti delle imprese è concentrata nelle banche²⁰, così come gran parte del risparmio delle famiglie²¹. La salute e la **sostenibilità** del sistema creditizio, che dipende in larga parte da una efficace gestione dei crediti non performanti, dagli interventi di efficientamento, dalle operazioni di consolidamento e dalla revisione dei modelli di business, si confermano di fondamentale importanza per la competitività del Paese.

FENOMENO IMMIGRAZIONE

Un contesto caratterizzato da conflitti e incertezza ha contribuito a rendere **l'immigrazione in Italia e in Europa un fenomeno ormai strutturale**. Nel 2016 in Italia sono stati oltre 181.000 gli arrivi di migranti via mare (più della metà degli sbarchi in Europa), in crescita sia rispetto al 2015 sia al 2014, la quasi totalità dei quali ospitati dal sistema di accoglienza nazionale, frutto della collaborazione pubblico-privato.

"BREXIT"

Nel giugno 2016, con il 51,9% di preferenze, i cittadini britannici si sono espressi a favore dell'**uscita del Regno Unito dall'Unione Europea**. Tuttavia le incertezze sulle modalità e i tempi di rinegoziazione degli accordi tra UK e UE hanno condizionato notevolmente l'andamento dei mercati finanziari e rappresentano un fattore di rischio per la già fragile ripresa economica.

FONDO ATLANTE

Al fine di sostenere gli aumenti di capitale e l'acquisto di crediti deteriorati delle banche italiane, è stato costituito il **fondo mobiliare chiuso cosiddetto "Fondo Atlante"** a cui partecipano principalmente banche, fondazioni bancarie e assicurazioni. L'iniziativa, promossa dal Governo, è stata accolta anche da Banca Popolare di Milano e Banco Popolare con un contributo complessivo di 150 milioni di euro.

LE NUOVE INIZIATIVE IMPRENDITORIALI

A settembre 2016 le startup innovative registrate in Italia erano 6.363. All'interno del tessuto imprenditoriale, **le startup innovative si distinguono per una certa vivacità sia in termini di numero (+35% sull'anno precedente) sia di persone occupate (+69%), valore della produzione medio (+16%) e complessivo (+68%)**. Circa l'80% delle startup innovative sono società a responsabilità limitata. Da un'analisi qualitativa, i soci delle startup innovative sono mediamente 4, in grande maggioranza uomini (solo 18% le donne), con un'età media non elevata (42 anni) e un livello di istruzione elevato (almeno 7 su 10 sono laureati).

- 1 Istat - il PIL è aumentato dello 0,9% nel 2016
- 2 Nel 2015 la Banca Centrale Europea ha avviato il cosiddetto Quantitative Easing, una misura straordinaria di acquisto programmato di titoli finanziari a media e lunga scadenza (prevalentemente obbligazioni), prolungata fino a fine 2017, finalizzata a stimolare l'economia
- 3 Istat - a dicembre 2016 il tasso di disoccupazione si è attestato al 11,9%
- 4 Istat - a dicembre 2016 il numero degli occupati è di 22.826 mila persone, in aumento rispetto allo stesso dato del 2015
- 5 ABI - i prestiti a imprese e famiglie sono aumentati dello 0,9% nel 2016
- 6 Istat - nel 2016 i consumi sono aumentati dell'1,2%
- 7 Istat - nel terzo trimestre 2016 il potere di acquisto delle famiglie consumatrici è aumentato dell'1,8% rispetto allo stesso periodo del 2015
- 8 UNRAE - variazione % vendite gennaio/dicembre 2016/2015 per il segmento privati
- 9 Istat - Investimenti in macchinari ed attrezzature +3,9% nel 2016
- 10 Istat - la produzione industriale è aumentata dell'1,3% in media nel 2016
- 11 Unioncamere - le società di capitale sono aumentate di 56.479 unità nel 2016 rispetto a un calo delle società di persone e delle società individuali
- 12 Unioncamere - la crescita delle imprese guidate da giovani è aumentata del 10,2%

- 13 Istat - Il tasso di disoccupazione giovanile ha sfiorato il 40% a fine 2016
- 14 Istat - nel 2015 la percentuale di NEET è del 25,7%, in leggero calo rispetto al 26,2% dell'anno precedente
- 15 Istat - nel 2015, il 25,3% dei 30-34enni possiede un titolo di istruzione universitaria, in miglioramento rispetto al 23,9% dell'anno precedente
- 16 Unioncamere - dato in miglioramento rispetto al 2015
- 17 Istat - Aumenta la presenza delle donne nel Parlamento europeo, nel Parlamento nazionale e, seppure in misura minore, nei Consigli regionali
- 18 In seguito all'introduzione delle quote rosa all'interno dei consigli di amministrazione delle società quotate in borsa
- 19 Istat e Unioncamere
- 20 Bankitalia - il debito bancario delle imprese italiane nel 2015 è pari a oltre 800 miliardi e costituisce circa i due terzi del debito finanziario
- 21 Secondo le stime di Bankitalia, le attività finanziarie delle famiglie italiane nel 2015 si attestavano a circa €4.000 miliardi, di cui circa un quarto in depositi e obbligazioni bancarie

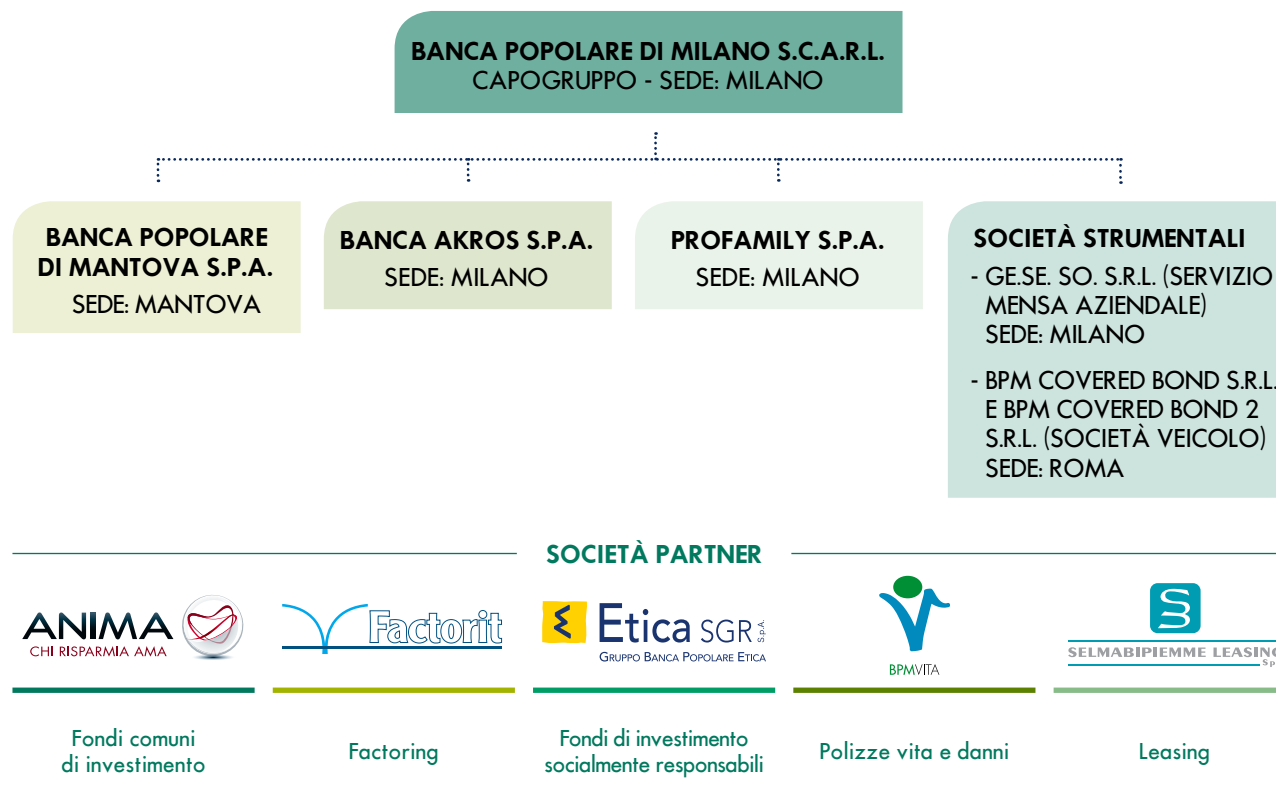
PROFILO

Il Gruppo BPM è attivo nell'intermediazione creditizia e finanziaria ed è impegnato nel sostegno all'economia reale, in particolare nei confronti di **privati e piccole e medie imprese**. Pur con un **forte radicamento territoriale**, in particolare in Lombardia, è presente in tutta Italia grazie ai servizi online Webank. La proposta di valore del Gruppo si concretizza nel valorizzare il risparmio, sostenere il credito e operare sui mercati finanziari in modo responsabile.

La **Capogruppo Banca Popolare di Milano S.c.a.r.l.** è quotata all'indice FTSE MIB della Borsa Italiana, con un capitale diffuso in mano a circa 108.000 azionisti al 31 dicembre 2016.

Mission di BPM è essere la banca di riferimento sul territorio per lo sviluppo di famiglie e imprese, dando pieno valore alla relazione di lungo termine con la clientela:

- centralità del cliente e forte orientamento ad una relazione trasparente e a un miglioramento del servizio;
- performance economica e solidità patrimoniale;
- valorizzazione del patrimonio umano, coinvolgimento e motivazione per raggiungere gli obiettivi;
- atteggiamento attento alla responsabilità sociale e alla crescita sostenibile.



INDICI DI SOSTENIBILITÀ

Anche nel 2016 il titolo BPM è stato confermato in alcuni indici di sostenibilità per i quali la selezione avviene valutando anche criteri sociali, ambientali e di buona governance.



http://www.gruppobpm.it/it-ist/responsabilita-sociale/indici_di_sostenibilita/Vigeo_Eiris.html



http://www.gruppobpm.it/it-ist/responsabilita-sociale/indici_di_sostenibilita/Ethibel.html

NUMERI CHIAVE



Circa 7.700 dipendenti, 1,4 milioni di clienti, 108.000 azionisti e 652 filiali. Numeri di un Gruppo che, anche nel 2016, ha mantenuto un'elevata redditività al netto delle componenti non ricorrenti e una buona solidità patrimoniale.

La principale attività del Gruppo, che raccoglie risorse principalmente attraverso il risparmio della clientela, è dedicata a sostenere i progetti di famiglie e imprese attraverso il credito. Tale attività trova riscontro anche nei ricavi del Gruppo.

Redditività²²:

Utile netto
73 milioni €
ROE
1,7%

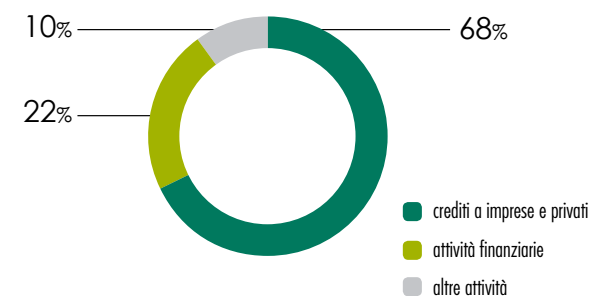
Solidità patrimoniale:

Patrimonio netto
4,4 miliardi €
CET 1 ratio
11,48%

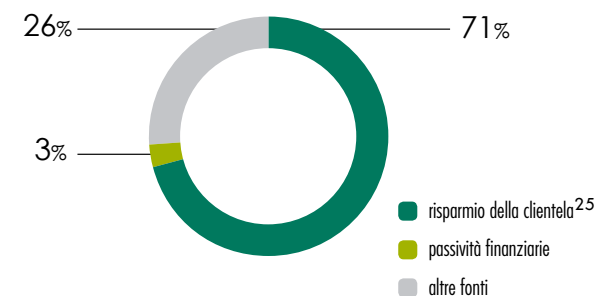
Rischiosità:

Texas Ratio
86,36%²³
Coverage ratio
crediti deteriorati
>130%²⁴

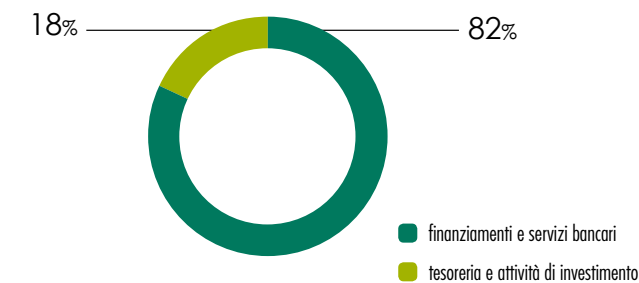
Attività del Gruppo



Passività del Gruppo



Ricavi del Gruppo²⁶



²² Al netto degli elementi non ricorrenti, l'utile netto 2016 si attesta a €195 milioni e il ROE al 4,5%

²³ Il **Texas Ratio** (crediti deteriorati netti/(capitale+riserve+immobilizzazioni immateriali)) misura la capacità di far fronte ai crediti a rischio attraverso il patrimonio tangibile.

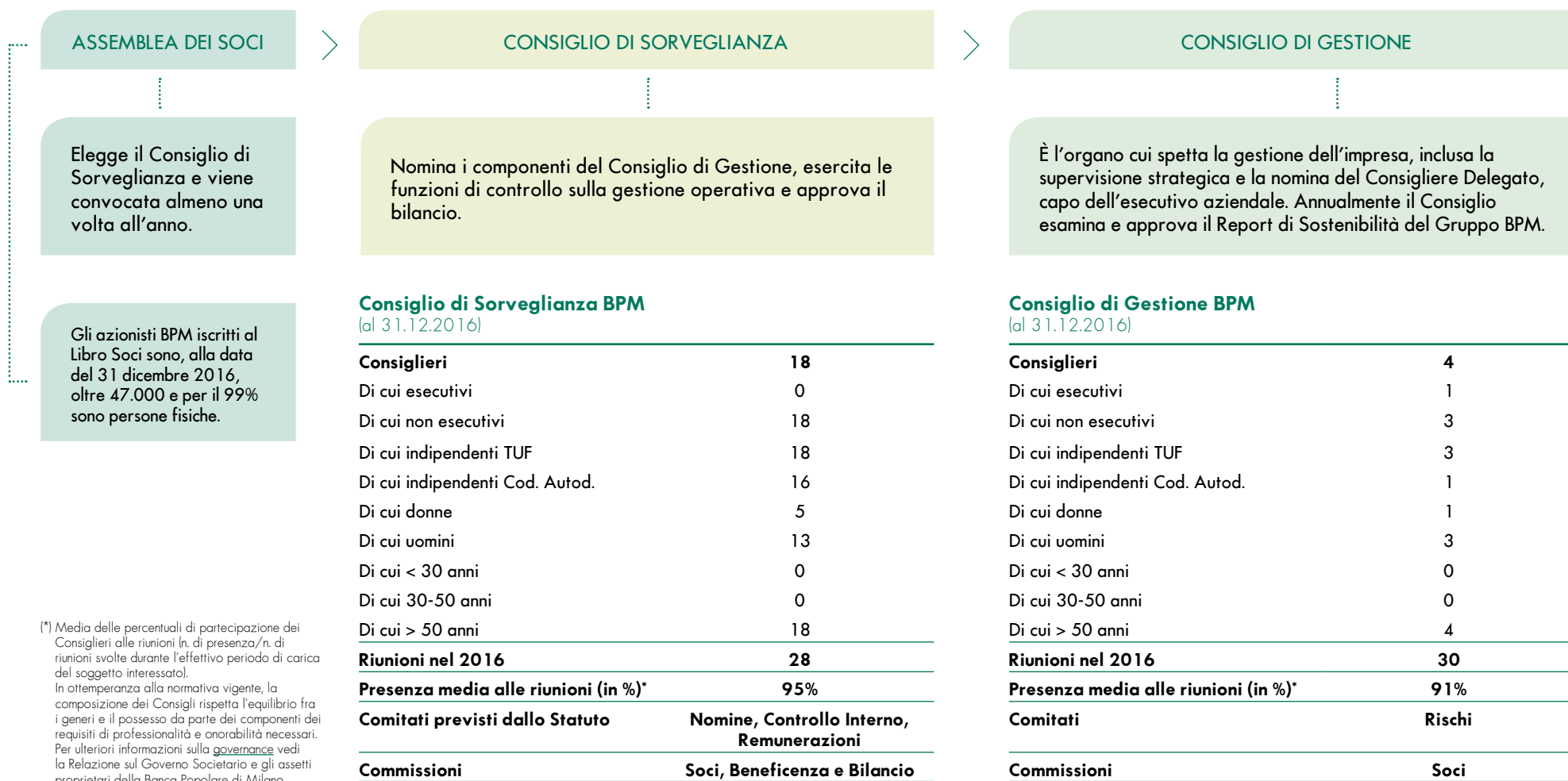
²⁴ La copertura include le garanzie valutate al fair value

²⁵ Il risparmio della clientela comprende i depositi verso clientela (principalmente conti correnti e libretti di risparmio) e i titoli in circolazione (obbligazioni e altri titoli)

²⁶ La categoria "Finanziamenti e servizi bancari" comprende i proventi legati alle attività **Retail Banking** e **Corporate Banking** mentre la categoria "Tesoreria e attività di investimento" comprende i proventi legati alle attività "Treasury & Investment Banking"

GOVERNANCE E INTEGRITÀ AZIENDALE

Dal 2011 Banca Popolare di Milano adotta il modello di governance cosiddetto "dualistico", così organizzato:



(*) Media delle percentuali di partecipazione dei Consiglieri alle riunioni (n. di presenza/n. di riunioni svolte durante l'effettivo periodo di carica del soggetto interessato).
 In ottemperanza alla normativa vigente, la composizione dei Consigli rispetta l'equilibrio fra i generi e il possesso da parte dei componenti dei requisiti di professionalità e onorabilità necessari. Per ulteriori informazioni sulla governance vedi la Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari della Banca Popolare di Milano.

L'integrità aziendale si concretizza anche nella capacità di rendere coerente l'agire con i principi etici dichiarati. Il rapporto con gli stakeholder viene regolamentato attraverso il Codice Etico, che è parte integrante del modello di Organizzazione, Gestione e Controllo. Il controllo del funzionamento e dell'osservanza di tale Modello spetta all'**Organismo di Vigilanza**, a cui possono essere segnalate tutte le informazioni relative alla commissione di reati o di fatti e/o comportamenti non conformi. Uno strumento utile alla segnalazione di eventuali comportamenti dannosi per l'organizzazione, per i dipendenti e in generale per i soggetti che hanno rapporti con il Gruppo è il cosiddetto **Whistleblowing**, che permette a ciascun dipendente di segnalare atti o fatti che possano costituire una violazione delle norme disciplinanti l'attività bancaria, garantendo la riservatezza dei soggetti coinvolti.

Nel corso del 2016 sono pervenute 4 segnalazioni al sistema interno di segnalazione delle violazioni, di cui solamente una rilevante ai fini di una indagine ispettiva che ha condotto all'adozione di una sanzione disciplinare.

Il rispetto della **normativa fiscale** è parte essenziale dell'impegno di correttezza ed onestà. Il Gruppo BPM opera principalmente in Italia e contribuisce al sostenimento delle finanze pubbliche del Paese attraverso un gettito fiscale che nel 2016 è stato pari a circa 140 milioni di euro.

CODICI DI CONDOTTA E PRINCIPI

- Modello di Organizzazione, gestione e controllo e Codice Etico
- Codice di Autodisciplina delle Società Quotate
- Policy Armamenti e Gioco d'Azzardo
- Codice di comportamento Internal Dealing
- Regolamento del processo parti correlate e soggetti connessi
- Sistema Interno di Segnalazione delle VIOLAZIONI (WHISTLEBLOWING)

POLICY ARMAMENTI E GIOCO D'AZZARDO

Il Gruppo BPM ha adottato specifiche policy che disciplinano il coinvolgimento e l'operatività in settori controversi quali quello degli "armamenti" e del cosiddetto "gioco d'azzardo" che, per le loro caratteristiche, presentano elevati rischi da un punto di vista sociale ed ambientale. Pur non escludendo in via assoluta l'operatività in tali settori, il Gruppo BPM valuta le operazioni sulla base di considerazioni relative sia al tipo di operazione sia alle caratteristiche del richiedente.

Le banche hanno un importante ruolo nella **prevenzione della corruzione**, che in Italia rappresenta un fenomeno rilevante. Nonostante l'introduzione nel 2012 di una normativa anticorruzione volta a rafforzare le politiche di prevenzione, il fenomeno viene considerato ancora oggi di notevole importanza.

Nel Gruppo BPM, tutte le attività e tutte le strutture organizzative sono monitorate per i rischi legati alla corruzione e sono previste rigorose procedure interne e presidi per la prevenzione di reati di corruzione e concussione.

ANTICORRUZIONE

Politiche adottate

- Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo adottato da tutte le società del Gruppo al fine di prevenire la commissione di reati previsti dal D.Lgs. 231/2001;
- Codice Etico adottato da tutte le società del Gruppo.

Risultati

- Circa 104.000 ore di formazione erogate con il coinvolgimento di più di 7.000 dipendenti;
- N° licenziamenti relativi ad avvenimenti di corruzione: zero.

ANTIRICICLAGGIO

Politiche adottate

- Politiche di Indirizzo in materia di Adeguata Verifica;
- Regolamento del processo antiriciclaggio;
- Modello Organizzativo e di Governo di Gruppo in materia di Antiriciclaggio.

Risultati

- Circa 37.000 ore di formazione erogate con il coinvolgimento di 6.800 dipendenti;
- Controlli automatici sull'anagrafe dei clienti sia online, a fronte di nuove aperture di rapporto continuativo, sia in batch notturno, come presidio nel continuo.

GESTIONE DEI RISCHI

Per un gruppo bancario, la capacità di gestire correttamente i rischi rappresenta una condizione essenziale per stabilire un rapporto di fiducia con gli stakeholder e garantire una redditività sostenibile nel tempo.

L'anno 2016 è stato caratterizzato, oltre che dalle attività ordinarie relative, fra le altre, al consolidamento dei processi di Risk Appetite Framework, dalle seguenti attività:

- completamento delle valutazioni interne sulle posizioni debitorie al fine di stimare il capitale necessario per coprire la massima perdita che potrebbe registrarsi in un dato periodo di tempo con una certa probabilità (cosiddetti Sistemi Interni di Rating);
- gestione dell'esercizio di Stress Test della Banca Centrale Europea ovvero le analisi volte a testare la resistenza della Banca di fronte a condizioni estremamente negative;
- Supervisory Dialogue tra Banca e Regulator (Banca Centrale Europea e Banca d'Italia) che ha riguardato la gestione di numerose richieste, sia durante le ispezioni on-site sia durante i continui contatti nel corso dell'anno.

Risk Appetite Framework (RAF)



Lo strumento attraverso il quale il Gruppo BPM gestisce i rischi è costruito sul Risk Appetite Framework (RAF), che rappresenta il quadro di riferimento sul rischio che ogni funzione aziendale deve considerare nello svolgimento delle proprie attività. Il RAF contiene gli obiettivi e i limiti di rischio, le relative soglie di tolleranza, i processi di riferimento e gli strumenti necessari per definirli ed attuarli. Tale sistema ha l'obiettivo di allineare il profilo di rischio alla propensione al rischio approvata dal Consiglio di Gestione in coerenza con il Piano Industriale, il modello di business e il sistema di valutazione delle performance.

Tale framework, essendo il principale strumento di gestione integrata dei rischi, favorisce la diffusione della cultura del rischio ai diversi livelli organizzativi e rappresenta uno strumento fondamentale per garantire la sostenibilità del business, favorendo un sistema virtuoso che non permette l'assunzione di rischi eccessivi non compatibili con la propensione al rischio approvata ex ante dal Gruppo.

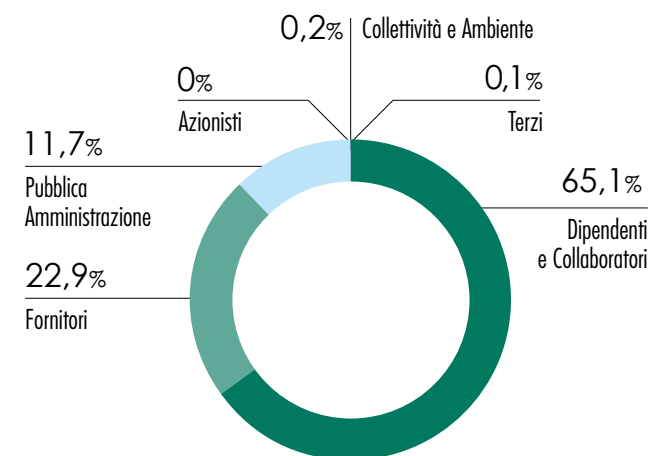
VALORE ECONOMICO 2016

La riclassificazione del Conto Economico 2016 consente di valutare il **valore economico generato** dal Gruppo e la sua **distribuzione agli stakeholder**.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO²⁷

	2016	2015	Variazioni %
Margine di interesse	788.040	806.746	-2%
Commissioni nette	589.001	607.955	-3%
Dividendi e proventi simili	15.714	13.065	20%
Risultato netto delle attività e passività finanziarie	155.308	168.659	-8%
MARGINE DI INTERMEDIAZIONE	1.548.063	1.596.425	-3%
Rettifiche nette su crediti	-411.676	-342.236	20%
RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE FINANZIARIA	1.136.387	1.254.189	-9%
Altri oneri/proventi di gestione	115.789	122.513	-5%
Utili (perdite) da cessione partecipazioni e investimenti	12.518	-1.416	/
VALORE ECONOMICO GENERATO	1.264.694	1.375.286	-8%
Valore economico distribuito a dipendenti e collaboratori	779.043	614.341	27%
Valore economico distribuito ai fornitori	274.403	256.939	7%
Valore economico distribuito a Pubblica Amministrazione	139.557	208.150	-33%
Valore economico distribuito agli azionisti	0	118.578	/
Valore economico distribuito alla collettività e all'ambiente	2.199	1.617	36%
Valore economico distribuito ai terzi	76	1.002	-92%
TOTALE VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	1.195.278	1.200.627	-0,5%
TOTALE VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	69.416	174.659	-60%

Valore economico distribuito



²⁷ Il valore economico distribuito ai dipendenti e collaboratori tiene conto degli accantonamenti relativi al Fondo di Solidarietà riguardante le uscite volontarie anticipate relative al 2016-2019 di alcuni dipendenti del Gruppo. Come nel 2015, il contributo al Fondo di Risoluzione è stato incluso nella voce "Valore economico distribuito alla pubblica amministrazione" in quanto: i) prevale la natura regolamentare del contributo, deciso in forza di legge, ii) la controparte a cui è versato è di natura pubblica iii) nella categoria "valore economico distribuito alla collettività e ambiente" vengono inserite tradizionalmente solo componenti reddituali riconducibili alla beneficenza e alle sponsorizzazioni di natura sociale. Nel 2016, il contributo al Fondo di Risoluzione è stato di circa 43 milioni di euro, di cui quasi 29 milioni di euro di contributo straordinario. Nella voce "Valore economico distribuito ai terzi" figura la frazione, calcolata in base agli "equity ratios", del risultato economico consolidato attribuibile ad azioni o quote dei soci di minoranza.

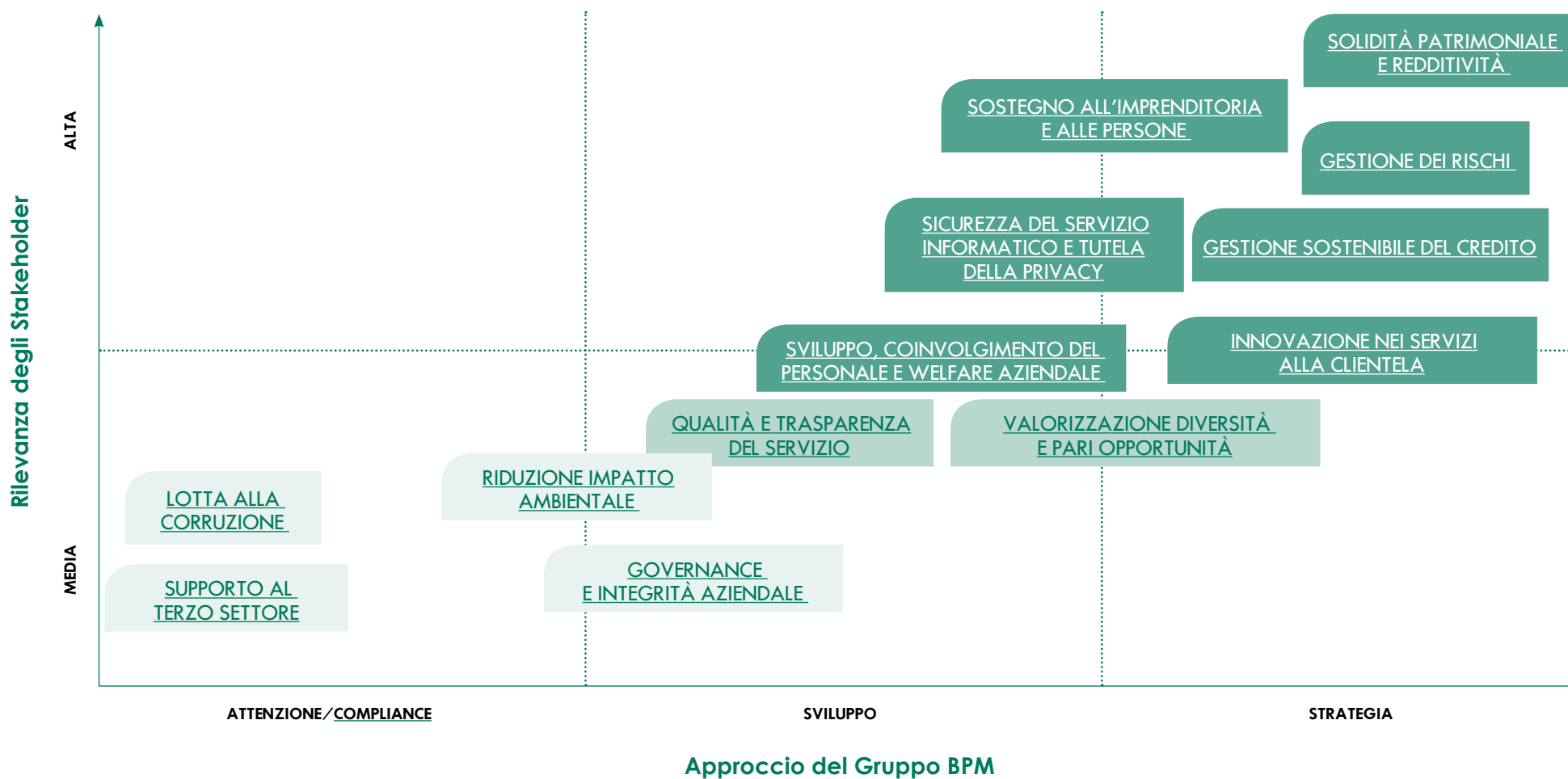
STAKEHOLDER

Sono numerosi i soggetti che hanno un interesse nei confronti dell'attività bancaria: non soltanto i clienti (privati e aziende) e i dipendenti, ma numerose organizzazioni e comunità con cui vengono instaurate relazioni di valore e di lunga durata.

SOGGETTI CON CUI LA BANCA SI RAPPORTA	ATTIVITÀ DI CONFRONTO E COINVOLGIMENTO	CONTRIBUTO AL BUSINESS	VALORE DELLA RELAZIONE
Organismi di Vigilanza e Pubblica Amministrazione	Incontri e ispezioni Partecipazioni a iniziative locali	Legittimazione ad operare	Il mantenimento di buone relazioni con i soggetti regolatori permette di confrontarsi sulle azioni necessarie a mantenere un buon sistema del credito, che sia da supporto alle politiche pubbliche e al sistema economico
Azionisti, analisti e agenzie di rating	Assemblea dei Soci e Club Soci <u>Road show</u> nelle principali piazze italiane e internazionali Sezione del sito e indirizzo mail dedicato	Consentono alla Banca di reperire risorse sui mercati finanziari	Un rapporto basato sulla trasparenza contribuisce al buon funzionamento dei mercati finanziari e alla corretta allocazione del risparmio, particolarmente importante nel contesto italiano
Clienti	Rete di filiali con personale specializzato Canale online e contact center Portale online "La Banca che vorrei" <u>Customer satisfaction</u> Confronto con Associazioni di Consumatori	Sono la principale fonte di valore per la Banca	Fiducia reciproca e condivisione di obiettivi contribuiscono a creare una relazione di lunga durata
Dipendenti e collaboratori	<u>Intranet</u> aziendale, eventi e <u>team building</u> Fusione: portale dedicato per domande/risposte; incontri con il management nelle principali sedi Confronti con le Organizzazioni Sindacali Servizio psicologico di ascolto	Indispensabili nel raggiungimento degli obiettivi aziendali, sono determinanti per il successo del business	I dipendenti e collaboratori sono tra i principali ambasciatori del <u>brand</u> e sono in grado di valorizzare in prima persona l'azienda
Partner commerciali	Esponenti BPM nei board delle società partner Incontri a livello commerciale e condivisione di informazioni ed esperienze	Contribuiscono alla relazione con la clientela grazie alla possibilità di arricchire l'offerta di prodotti e servizi	La creazione di partnership con organizzazioni di valore contribuisce alla valorizzazione della reputazione aziendale
Comunità	Sponsorizzazioni, beneficenza, volontariato aziendale, iniziative sociali e spazi gratuiti per convegni di interesse sociale e ambientale	Il settore no-profit rappresenta una delle poche realtà in crescita e di conseguenza una buona opportunità di business	Lo sviluppo della comunità contribuisce alla creazione di un contesto sociale di valore e di una buona reputazione aziendale
Media/Social Community	Relazioni con i media, comunicati e conferenze stampa canali social e sito internet	La comunicazione esterna contribuisce al valore che stakeholder esterni quali clienti, azionisti, ecc. attribuiscono alla Banca	La trasparenza e la corretta comunicazione contribuiscono a valorizzare l'attività e l'immagine aziendale

ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità è stata condivisa dal top management BPM anche considerando i temi giudicati rilevanti dagli analisti specializzati in Sustainability Investing e gli aspetti del settore bancario maggiormente trattati dai media. All'interno del grafico i temi materiali sono stati posizionati considerando la rilevanza che ricoprono per gli stakeholder e per il Gruppo BPM.



TEMA RILEVANTE	CAPITALI	PERFORMANCE
Solidità patrimoniale e redditività	Capitale finanziario	ROE: 1,7% - CET 1: Ratio 11,48% - Tasso di copertura <u>crediti deteriorati</u> : 41,9%
Sostegno all'imprenditoria e alle persone	Capitale relazionale Capitale finanziario	Crediti verso clientela + 1,7% nel 2016 (VS. + 0,7% di sistema) - crediti rinegoziati: €2,8 miliardi Supporto a persone e imprese privi dei requisiti di bancabilità e in difficoltà: €243 milioni
Sviluppo, coinvolgimento del personale e <u>welfare</u> aziendale	Capitale umano Capitale finanziario	Investimento in formazione: €2,5 milioni - Dipendenti formati e valutati: > 7.200 Dipendenti coinvolti in diverse iniziative: 6.000
Sicurezza del servizio informatico e tutela della privacy	Capitale intellettuale Capitale relazionale	Casi rilevanti di perdite dati: 0 - Ricorsi al Garante della Privacy: 0 - Investimenti in sicurezza informatica: oltre €2,5 milioni
Qualità e trasparenza del servizio	Capitale relazionale	Clienti con anzianità di rapporto >10 anni: 54% - Indice di soddisfazione clienti: in crescita Reclami 2016: -20% (al netto di contestazioni cessione quinto gestite da esterni ²⁸) - Reclami evasi: 99%
Valorizzazione diversità e pari opportunità	Capitale umano	Dirigenti e quadri direttivi donne: +1% nel 2016 (rispetto a variazione nulla uomini) Promozioni: 740 (9% delle donne; 10% degli uomini; 10% delle persone diversamente abili)
Riduzione impatto ambientale	Capitale naturale Capitale finanziario	Emissioni <u>CO2</u> evitate: circa 16.000 tonnellate Consumi: carta -4%; cartucce -10%; toner -14%
Lotta alla corruzione	Capitale umano Capitale relazionale	Licenziamenti per corruzione: 0 - Dipendenti formati sull'anticorruzione: > 7.000 Dipendenti formati sull'antiriciclaggio: 6.800 - segnalazioni <u>whistleblowing</u> : 4 (di cui 1 rilevante)
Supporto al Terzo Settore	Capitale relazionale	Erogazioni in beneficenza e sponsorizzazioni: €2,1 milioni Associazioni supportate: 226 - Ore di volontariato aziendale: 1.183

28 Per ulteriori informazioni si rimanda a pagina 30.

Capitali

Le risorse impiegate nel business
e che si trasformano attraverso le
attività e i processi aziendali



**Capitale
Relazionale**



**Capitale
Finanziario**



**Capitale
Umano**



**Capitale
Intellettuale**



**Capitale
Naturale**



1,4 mln
di clienti

226
organizzazioni
no-profit
sostenute

2.200
aziende
fornitrici

94.000
fan/follower
sui social

Capitale Relazionale

Comprende il valore della relazione con imprese, persone e comunità e la reputazione che nel tempo il Gruppo ha saputo sviluppare.

IMPRESE E PERSONE

Il Gruppo BPM lavora ogni giorno con **1,4 milioni** di clienti, persone e imprese, con l'obiettivo di valorizzarne i risparmi e le attività imprenditoriali. La Lombardia, tra le regioni più dinamiche e produttive d'Europa, è il territorio con il maggior numero di clienti e di sportelli nonché la più grande area di business in termini di impieghi.

La clientela privata si compone di oltre 1,2 milioni di persone, metà delle quali donne, con un'età media di 47 anni e un'elevata propensione all'utilizzo delle nuove tecnologie e dell'online banking.

Il 55% è cliente del Gruppo da oltre 10 anni; le persone con cittadinanza straniera rappresentano il 5% mentre gli under 45 il 34%.

Tra la clientela imprese, il 91% è di piccola e media dimensione e lavora principalmente in ambito "industria e artigianato", settori in cui l'Italia è leader a livello europeo, ma anche nei "servizi" che negli ultimi anni hanno registrato una forte crescita in termini di occupazione e contributo al PIL. Grazie al **multichannel banking**, i clienti hanno la possibilità di scegliere il canale più adeguato alle proprie esigenze. Nonostante la filiale sia ancora un luogo di relazione fondamentale, oltre il 40% delle persone e il 67% delle imprese utilizza abitualmente i canali digitali, anche per l'acquisto di prodotti e servizi finanziari. Con l'introduzione della nuova APP, si è registrato un forte sviluppo del "mobile" rispetto al 2015, con un aumento dei clienti attivi di oltre il 24%, dei clienti dispositivi del 38% e del numero di disposizioni del 63%²⁹.

CLIENTI GRUPPO BPM	2016	2015
Clienti totali	ca. 1,4 mln	ca. 1,4 mln
di cui con elevata anzianità di rapporto (> 10 anni)	54%	55%
di cui privati	90%	90%
di cui in Lombardia	61%	62%
di cui nel Lazio	10%	10%
di cui in Piemonte	8%	8%
di cui in Puglia	7%	7%

Clienti internet banking

ABILITATI



>60%
+ 5% rispetto
al 2015

UTILIZZATORI



>40%
+ 5% rispetto
al 2015

Rapporto clienti dispositivi / attivi

MOBILE



2014
43,41%

2015
47,33%

2016
52,40%

WEB

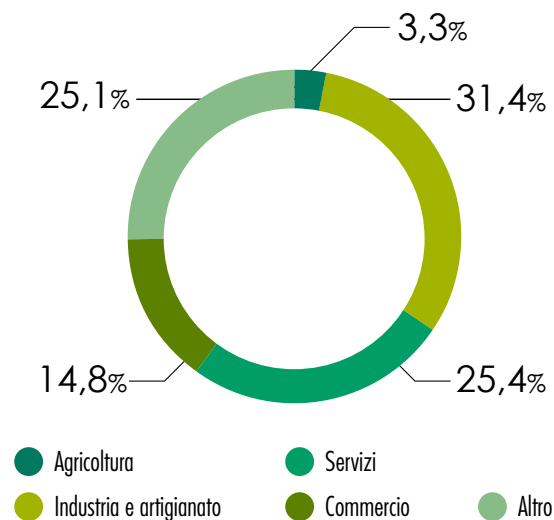


2014
69,58%

2015
71,03%

2016
72,90%

Distribuzione aziende per attività economica



²⁹ Dati *mobile* relativi a BPM e Webank. I clienti attivi sono i clienti che hanno effettuato almeno un accesso; i clienti dispositivi coloro che hanno effettuato almeno una disposizione.

L'offerta commerciale del Gruppo è indirizzata a soddisfare le diverse esigenze della clientela, con particolare attenzione all'aspetto "educational": oltre alla possibilità di ricevere informazioni in filiale, in chat e al telefono, sul sito web è presente una sezione dedicata alle principali caratteristiche dei prodotti e servizi.

Nel 2016 gli impieghi totali verso clientela sono aumentati dell'1,7% rispetto al 2015, a fronte di una crescita dello 0,7% di sistema³⁰.

Relativamente alle imprese, l'andamento degli impegni ha risentito positivamente del **nuovo approccio commerciale** che prevede soluzioni su misura in base alle caratteristiche del cliente (dimensione, settore e mercato di riferimento).

In ambito privati, si segnala che a fine anno è stato introdotto il mutuo **"Chibencomincia"**, una soluzione per l'acquisto della prima casa riservata ai giovani con meno di 40 anni caratterizzata dalla sospensione delle rate per i primi due anni.

Relativamente alla clientela **in temporanea difficoltà o che non ha i requisiti per accedere al "credito ordinario"**, il Gruppo prevede iniziative, prodotti e servizi ad hoc.

La **rinegoziazione del debito** è finalizzata a preservare la continuità del rapporto con la Banca per persone e imprese in difficoltà che, grazie a un alleggerimento e dilazione degli impegni, hanno la possibilità di prevenire il default. Nel 2016, i clienti del Gruppo che hanno beneficiato di una misura di rinegoziazione sono stati oltre 8.300, di cui circa l'80% imprese, per un totale di 2,8 miliardi di euro di crediti rinegoziati.

CONDIZIONI	INIZIATIVE	CLIENTI COINVOLTI	IMPORTI
In temporanea difficoltà	Moratorie commerciali Moratorie di legge fallimentare Rinegoziazioni volontarie Rinegoziazione legge fallimentare	6.500 imprese e 1.800 privati	€2,8 miliardi
Privi dei requisiti di bancabilità	Fondo Centrale di Garanzia e <u>Microcredito</u> , Fondo Nasko, Cresco e Sostegno	900 imprese e 2.400 privati	€202 milioni

Inoltre, in caso di eventi straordinari (terremoti, alluvioni etc.) il Gruppo supporta la clientela in difficoltà attraverso la sospensione dei debiti, che nel 2016 hanno raggiunto un valore di oltre 41 milioni di euro.

Sono proseguite le iniziative di microcredito e di finanziamento agevolato grazie al Fondo Centrale di Garanzia e ai finanziamenti a fondo perduto della Regione Lombardia tramite i Fondi Nasko, Cresco e Sostegno.

Alla clientela del Gruppo vengono offerte, grazie alla collaborazione commerciale con società di gestione del risparmio qualificate, **opportunità di investimento** che tengono conto dei cosiddetti **criteri ESG (economici, sociali, ambientali e di buona governance)**. Nel 2016 i clienti sottoscrittori sono diminuiti del 4% rispetto al 2015, tuttavia il patrimonio dei clienti del Gruppo BPM relativamente ai fondi con criteri ESG è aumentato del 5%.

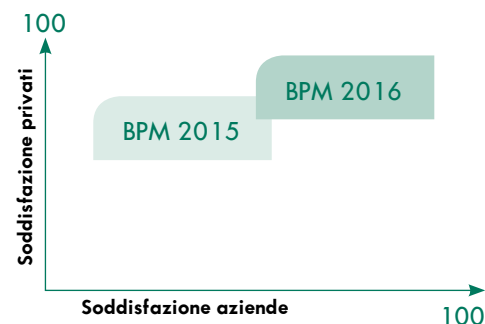
Fondi di investimento ESG Eurizon ed Etica SGR commercializzati dal Gruppo BPM



³⁰ ABI outlook - A gennaio 2017 il totale prestiti a residenti in Italia è aumentato dello 0,7% rispetto all'anno precedente.

La **qualità della relazione con la clientela** viene monitorata grazie anche a indicatori quali i valori espressi dalla **customer satisfaction** e i **reclami** da parte della clientela. Relativamente all'andamento di questi ultimi, nel 2016 si rileva un aumento delle contestazioni del comparto credito principalmente a causa di irregolarità contestate alla Banca ma relative a pratiche di estinzione anticipata di contratti di finanziamento con cessione del quinto gestite da società esterne al Gruppo. Al netto di tali contestazioni (circa 600) si rileva una diminuzione dei reclami di circa il 20% rispetto al 2015.

Customer Satisfaction



RECLAMI GRUPPO BPM	2016	2015
Reclami pervenuti	2.723	2.623
di cui conti correnti e servizi	1.242	1.317
di cui credito	991	686
di cui risparmio	355	449
di cui altro	135	171
Reclami evasi	99%	99%
Giorni medi di lavorazione pratica	20,2	17,7

OBIETTIVO

CREARE E MANTENERE UNA RELAZIONE DI VALORE CON LA CLIENTELA

AZIONI

VERIFICA

Attività >

Indicatori >

CREDITO	COINVOLGIMENTO E SOCIAL COMMUNITY*	INDAGINI DI SODDISFAZIONE	GESTIONE DELLE CONTESTAZIONI
Crediti a imprese e persone: 35 miliardi di euro, +1,7% a.a.	Facebook Oltre 51.000 fan e 622 post pubblicati	Soddisfazione privati in aumento	Reclami evasi: > 99%
Mutui a imprese e persone: 1,9 miliardi di euro di nuovi mutui nel 2016	Twitter Oltre 11.000 follower e 1.348 tweet	Soddisfazione aziende in aumento	Tempi medi di risposta: 20 giorni
Impieghi ad aziende: in aumento in quasi tutti i settori	LinkedIn Oltre 31.000 follower e 90 post	Anzianità di rapporto: - privati 14 anni - aziende 11 anni	
	Webank La banca che vorrei 1.996 clienti iscritti 3.362 idee raccolte		

* I dati sui fan/follower comprendono sia BPM sia Webank.

COMUNICAZIONE FINANZIARIA A 360°

Webank ha avviato nel 2016 un progetto per coinvolgere la clientela nel mondo della finanza attraverso modalità e linguaggi semplici, partendo dai bisogni espressi dalle persone attraverso il web. Grazie a una piattaforma online le persone possono accedere ad eventi e corsi formativi sui temi finanziari organizzati dalla Scuola di Formazione Webank (oltre 600 eventi e webinar dal 2010), usufruire di letture e approfondimenti (8 rubriche tematiche all'interno della sezione Magazine), accedere a uno dei glossari più completi del web italiano (oltre 500 voci afferenti a diverse aree tematiche) e a numerosi video su youtube (267 video informativi e tutorial per un totale di 48 ore di contenuti video gratuiti).

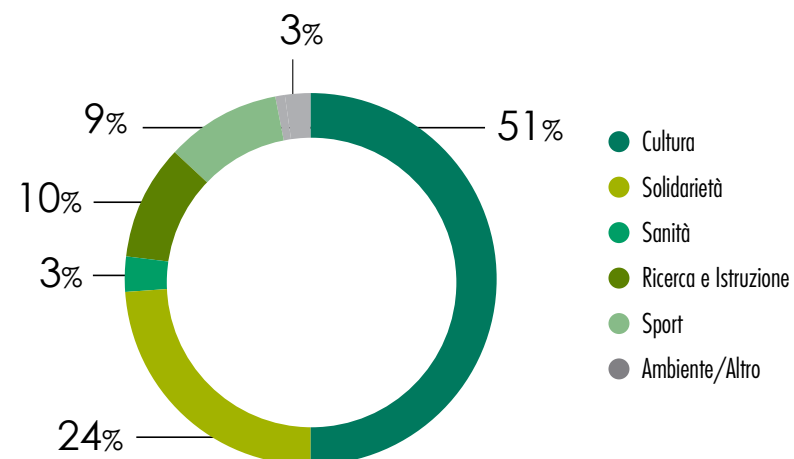
COMUNITÀ






Le organizzazioni no-profit producono un valore economico e sociale rilevante nel nostro Paese e il Gruppo BPM contribuisce alla creazione di tale valore tramite donazioni, sponsorizzazioni, attività di volontariato e condivisione di competenze e spazi aziendali.

Nel 2016, il Gruppo ha erogato **2,1 milioni di euro** distribuiti equamente fra sponsorizzazioni di iniziative a scopo sociale e beneficenza, quest'ultima aumentata del 21% rispetto al 2015.

Anche nel 2016 alle iniziative culturali è stata destinata la maggior parte dei contributi (51% del totale erogato) mentre alle iniziative di solidarietà, alla ricerca e all'istruzione sono state destinate quote crescenti di risorse passate rispettivamente dal 18% al 24% e dal 4% al 10%.

Suddivisione sponsorizzazioni e beneficenza per ambito



Ambito	Cultura	Solidarietà	Sanità	Ricerca e Istruzione	Sport
					
Principali iniziative/ no-profit	<ul style="list-style-type: none"> - Fuoricinema - Strane coppie - La Milaneseana - Festival della letteratura di Mantova 	<ul style="list-style-type: none"> - Casa Chiaravalle - Amici di Edoardo - Casa delle Donne Maltrattate - Tazzinetta benefica 	<ul style="list-style-type: none"> - Lega Italiana Lotta contro i Tumori - Associazione per il Bimbo in Ospedale - Una breccia nel muro oltre l'autismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Istituto Scientifico Internazionale Paolo VI 	<ul style="list-style-type: none"> - Progetto Acquario - Federazione Italiana Nuoto Paralimpico

Diverse sono state le iniziative a **carattere culturale** sostenute nel 2016, tra le quali si segnala la collaborazione con **Fuoricinema**, maratona cinematografica benefica, in cui il pubblico ha modo di incontrare attori e registi e partecipare a un'asta di beneficenza. È stata sostenuta anche la rassegna di incontri letterari internazionali **Strane coppie**, in cui coppie di autori, attraverso letture e performance, narrano ai lettori grandi coppie di classici mondiali della letteratura. Anche grazie al contributo di Banca Popolare di Milano, milanesi e turisti hanno potuto godere dell'**apertura di Palazzo Marino**, sede del Comune di Milano, attraverso un percorso culturale che si snoda attraverso 12 sale ricche di storia, affreschi, decorazioni e tele. È inoltre proseguito il sostegno all'**orchestra La Verdi** e alla rassegna di letteratura, musica, cinema e scienza **La Milanese**.

Mantova è stata nominata **Capitale Italiana della Cultura 2016** e per questo in tutto il territorio sono stati organizzati numerosi eventi ed iniziative. Nel contesto di questo fermento culturale, Banca Popolare di Mantova ha sostenuto numerose iniziative, tra le quali si ricordano le mostre **"Quadri da una esposizione"** che si è tenuta a Palazzo Te e il **concerto "Trame sonore"** organizzato dall'Orchestra da Camera di Mantova. Anche nel 2016, inoltre, è proseguito il sostegno al **Festival della Letteratura**.

Tra le iniziative di **solidarietà**, si segnala il sostegno al progetto per il recupero di **Casa Chiaravalle**, il più grande immobile confiscato alla mafia e dalla cui ristrutturazione si ricaveranno alloggi e opportunità lavorative per persone in difficoltà.

Per fornire assistenza alle persone colpite dal **terremoto** nella comunità di Arquata del Tronto, Banca Popolare di Milano, in collaborazione con Actionaid, ha contribuito a fornire **supporto**

scolastico diretto a 80 bambini e alle loro famiglie. In tema di **disagio giovanile e inclusione sociale**, sono stati sostenuti diversi progetti caratterizzati dall'obiettivo comune di fornire un aiuto concreto a raggiungere l'**autonomia lavorativa**. Tra questi si evidenzia il progetto "Mani in Pasta" realizzato in collaborazione con il Comune di Milano per percorsi di formazione professionale a giovani **NEET**, il progetto "Quattro vie" dell'associazione Amici di Edoardo, per giovani in situazione di disagio a cui vengono forniti corsi di **coaching** d'impresa e di formazione permanente e l'iniziativa della Fondazione CAM "Bed & Breakfast protetto", rivolto a ragazzi tra i 17 e 21 anni, non ancora in grado di gestirsi in autonomia, che hanno affrontato un percorso di comunità.

Banca Popolare di Mantova ha supportato la Diocesi di Mantova per l'**accoglienza di profughi** nel territorio mantovano. Profamily ha sostenuto l'Associazione Tazzinetta Benefica, che opera a **sostegno di fasce di popolazione**

in povertà o solitudine, come gli anziani indigenti e coloro che vivono ai margini della società. Particolare attenzione è stata dedicata al tema della **tutela delle donne** con il sostegno al progetto "Uscire dal deserto" di CADMI (Casa delle Donne Maltrattate) e a un progetto della cooperativa I sei Petali per la ricollocazione lavorativa delle donne che hanno subito violenza.

In **ambito sportivo**, nel 2016 è proseguito il sostegno al progetto "Acquario", un percorso finalizzato alla **preparazione di alcuni atleti in vista delle Paralimpiadi di Rio** e dei campionati europei e, contemporaneamente, a supportare la crescita **nell'offerta sportiva milanese per persone diversamente abili**. Inoltre è stata sostenuta la FINP (Federazione Italiana Nuoto Paralimpico) con l'obiettivo di affiancare i giovani atleti nell'appuntamento più significativo per la carriera agonistica. A questi si aggiungono le consuete collaborazioni con Stramilano e l'Associazione Sportiva Rugby Milano.

"MANI IN PASTA" formazione professionale per i **NEET**

Banca Popolare di Milano collabora con il Comune di Milano all'iniziativa "Mani in pasta" per dare l'opportunità a ragazzi che non studiano e che non lavorano di inserirsi nel mondo del lavoro attraverso un corso di formazione professionale. In particolare, la Banca oltre a sostenere parte dei costi dell'iniziativa, collabora attivamente alla formazione professionale mettendo a disposizione le competenze dei propri formatori presso il Centro di Formazione BPM. L'edizione 2016 ha visto la partecipazione di 11 ragazzi fra i 17 e i 20 anni ad un corso per diventare pizzaiolo, di cui 10 con un inserimento lavorativo positivo.



Nell'**ambito sanitario** il contributo del Gruppo è stato vario e diversificato. All'ospedale **Niguarda**, nel reparto di pediatria, si è contribuito al progetto "Ti presento l'ospedale" dell'Associazione Spina Bifida e Idrocefalo Niguarda; sempre al Niguarda è stato realizzato un parco giochi accessibile tramite il sostegno ad ASBIN. Diversi sono stati i progetti sostenuti, per assistenza medico-psicologica di varia natura: il centro di Aiuto alla Vita dell'Ospedale Buzzi, per le donne a cui vengono diagnosticati problemi al feto, Attivecomeprima, per le donne colpite dal cancro. Si segnala inoltre la campagna "Nastro Rosa" promossa dalla LILT per la prevenzione dei tumori femminili e Una Breccia nel Muro, per il sostegno alle famiglie con figli autistici. Banca Akros ha sostenuto VIDAS, Croce Rossa Italiana e Medici Senza Frontiere.

Allo scopo di **promuovere, diffondere e condividere** la cultura su diversi temi di particolare rilevanza per la comunità, nel corso del 2016 sono stati ospitati a titolo gratuito **22 convegni** organizzati da esterni nelle sedi del Gruppo, coinvolgendo quasi 2.300 partecipanti.

Tra gli altri sono stati ospitati:

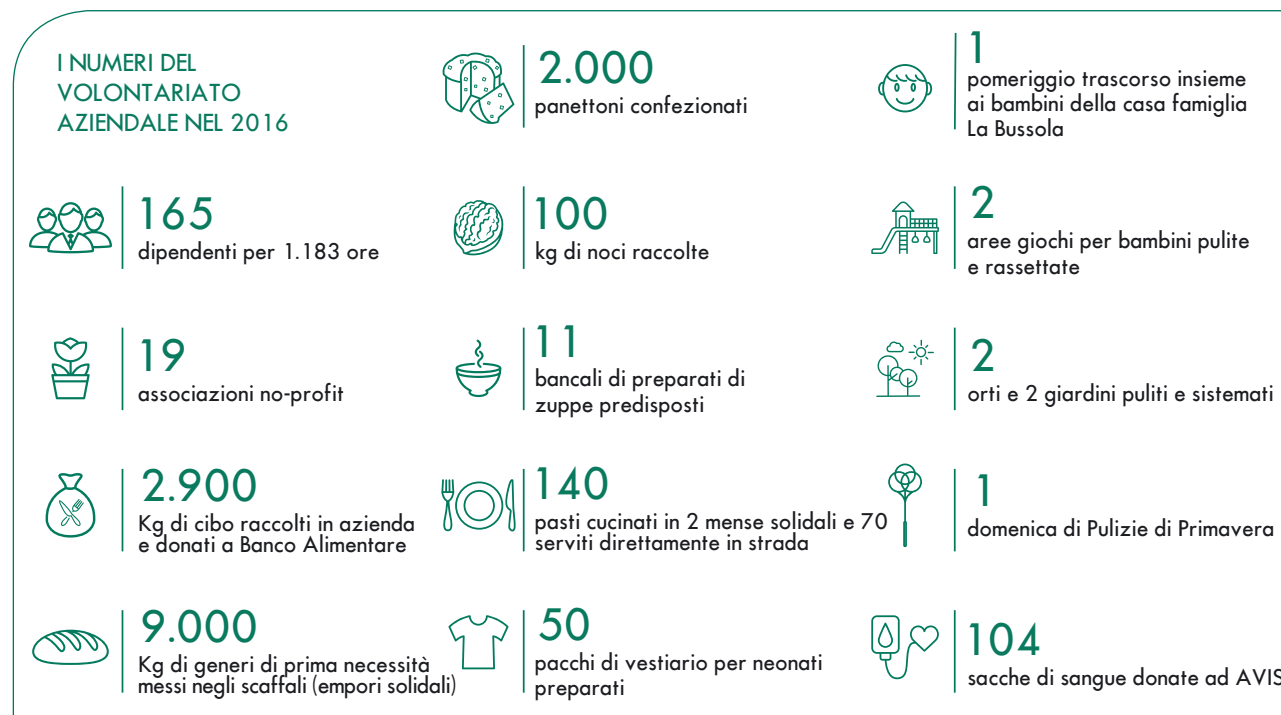
- il convegno svolto in occasione della "Giornata internazionale della Sindrome di Lennox - Gastaut". L'evento ha coinvolto medici, la comunità di pazienti e familiari e le istituzioni, coinvolti nelle problematiche relative a questa rara sindrome caratterizzata da una forma grave di epilessia.
- Il convegno organizzato da CADMI, in occasione del trentennale delle attività. L'associazione ha presentato il lavoro di accompagnamento e sostegno alle donne vittime di violenza. CADMI è il più importante centro anti violenza

del Paese e negli anni ha saputo mettere in rete risorse istituzionali e private a vantaggio delle donne, divenendo nel tempo un riferimento nazionale per competenze e best practice messe in atto.

- A Mantova è stata ospitata l'iniziativa "Maratona del Cuore", realizzata dall'Associazione Cuore Amico. L'evento, aperto alla cittadinanza, ha offerto a chiunque la possibilità di effettuare visite mediche gratuite per la prevenzione delle malattie cardiovascolari.

Volontariato aziendale

Anche nel 2016 sono proseguite le iniziative volte a coinvolgere i dipendenti in attività di volontariato durante l'orario di lavoro, allo scopo di promuovere una cultura del servizio volontario, creando opportunità di collaborazione tra i dipendenti e le organizzazioni no-profit.



Inoltre, nelle principali sedi milanesi sono state organizzate raccolte di sangue, in collaborazione con Avis, finalizzate a dare sostegno agli ospedali di Milano, a cui hanno aderito **160 dipendenti** donando oltre **100 sacche di sangue**.

Grazie al progetto di volontariato aziendale, Banca Popolare di Milano si è aggiudicata il primo posto nella prima edizione del concorso **“Volontariato & Impresa”**, promosso dal Centro di Servizi al Volontariato di Foggia il 17 marzo 2016.

Quote associative

Le società del Gruppo BPM sono associate a organizzazioni senza scopo di lucro, fondazioni e organizzazioni non governative che contribuiscono, in diverse forme, alla creazione di valore condiviso.

Nel 2016 127.500 euro sono stati destinati a organizzazioni quali Aspen Institute Italia, FAI – Fondo Ambiente Italiano, Fondazione Sodalitas, Valore D, Fondazione Artistica Poldi Pezzoli Onlus.

Porte aperte alle scolaresche

Banca Popolare di Milano ospita all'interno della propria sede centrale di Piazza Meda, a Milano, scolaresche di ogni ordine e grado interessate a visitare l'istituto. Nel 2016 sono stati accolti 4 gruppi di studenti accompagnati dai docenti, per un totale di circa 200 persone. I visitatori hanno potuto ammirare la riproduzione del Cenacolo di Leonardo Da Vinci (realizzata in dimensioni reali prima del restauro) e la scultura “Movimento” di Arnaldo Pomodoro posta al centro del salone, nonché conoscere l'archivio storico della Banca (visionando foto e documenti unici). Inoltre, gli studenti hanno avuto modo di visitare il caveau della Banca (conoscendone la storia e il particolare meccanismo di apertura e di chiusura della porta) e, in alcuni periodi, visitare le mostre ospitate nel salone (come quella dedicata al concorso fotografico Obiettivo Terra 2016 Il Mare Polmone Blu del Pianeta).

In relazione a particolari percorsi formativi, inoltre, sono stati anche ospitati gruppi di studenti interessati a conoscere da vicino le attività e gli sviluppi professionali previsti in ambito bancario.



FORNITORI

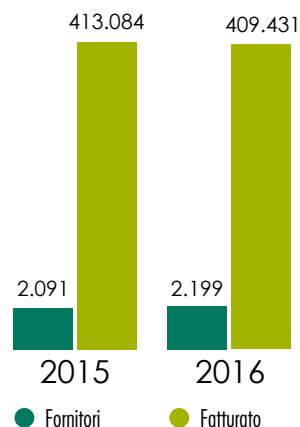
I fornitori di prodotti e servizi del Gruppo BPM sono circa 2.200 aziende, quasi tutte residenti in Italia, per la metà clienti del Gruppo e per il 13% con rapporti di fornitura superiori a 10 anni. Nel 2016 il fatturato è pari a circa 410 milioni di euro e riguarda principalmente servizi e ICT.

I fornitori sono parte fondamentale della catena del valore e i rapporti sono improntati su trasparenza ed equità, principi contenuti nel Codice Etico che tutti i fornitori devono obbligatoriamente accettare, con particolare riguardo alle normative relative alla sicurezza ambientale, all'anticiclaggio e alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. Il 9% delle imprese fornitrici è in possesso di almeno una certificazione sociale e/o ambientale (es. ISO 14001).

In linea con la presenza geografica delle società del Gruppo, il 72% dei fornitori è residente nei territori del Nord Italia, a cui è destinato il 77% del fatturato.

Gli investimenti in tecnologie assumono un ruolo rilevante: sono cresciuti del 33% in tre anni, rappresentano circa il 20% in termini di numerosità dei fornitori e il 40% in termini di fatturato complessivo.

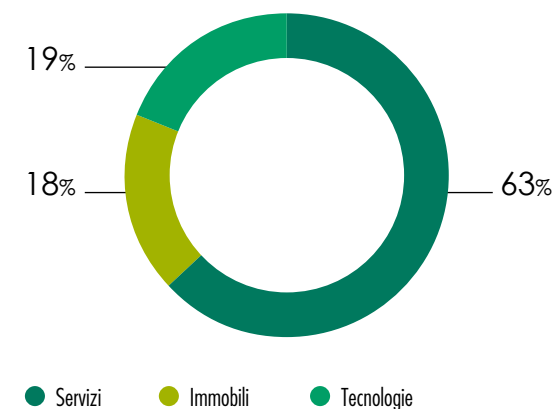
Fornitori e fatturato per anno



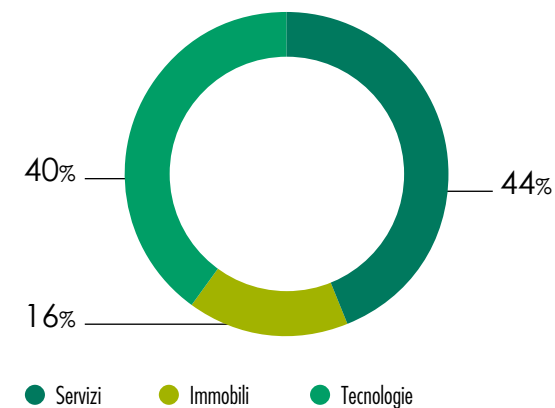
Segmentazione geografica

	Fornitori (numero)	Fatturato (in mgl €)
Italia nord ovest	1.425	282.271
Italia nord est	167	32.464
Italia centrale	326	45.702
Italia meridionale	90	4.592
Italia insulare	13	2.600
Estero	178	41.802
Totale	2.199	409.431

Suddivisione numero fornitori per settore



Suddivisione fatturato per settore



MEDIA/SOCIAL COMMUNITY

La comunicazione contribuisce alla creazione di una relazione trasparente e di valore con la comunità. Per tale motivo, il Gruppo promuove una comunicazione chiara e tempestiva con gli stakeholder, mantenendo un dialogo costante con i media (nazionali, locali, specializzati, stranieri) e favorendo la condivisione e lo scambio di informazioni anche attraverso i canali social e web.

Fra gli oltre 120 comunicati stampa diffusi, molta rilevanza è stata attribuita al progetto di fusione tra Banca Popolare di Milano e Banco Popolare, in tutti i suoi step, allo scopo di illustrare le differenti fasi del progetto e agevolarne la corretta comprensione. Il confronto e il dialogo sono stati favoriti da conferenze stampa ad hoc soprattutto nelle fasi rilevanti quali, ad esempio, l'Assemblea Societaria del 15 ottobre.

I **social network** occupano un ruolo importante non solo come strumenti di comunicazione, ma soprattutto di coinvolgimento, con l'obiettivo di creare una community all'interno della quale è possibile condividere informazioni e/o opinioni non solamente di natura commerciale, ma anche culturale e in generale di comune interesse.

Nel 2016 la comunicazione di Banca Popolare di Milano attraverso i social è stata improntata allo storytelling, in particolare tramite **Facebook** e **Instagram** che meglio si prestano al racconto e alla descrizione delle iniziative sostenute e realizzate.




Nel corso dell'anno sono stati pubblicati oltre 1.300 post coinvolgendo diversi follower, in particolare su temi quali sport, cultura, solidarietà e ambiente.

Nell'ambito della solidarietà, particolare enfasi è stata data al progetto di volontariato d'impresa per dare visibilità a molte organizzazioni e alla loro attività e promuovere l'importanza dell'impegno a favore della collettività.

LinkedIn si conferma un canale social fondamentale per l'incontro tra domanda e offerta di lavoro e utile per la

condivisione di notizie, informazioni ed eventi di interesse per potenziali candidati e in generale per la comunità dei dipendenti iscritti. Nel 2016, sono stati oltre 1.800 i nuovi fan sulla pagina Facebook e circa 8.000 i nuovi follower acquisiti su LinkedIn.

Infine, attraverso **Twitter**, che ha coinvolto 653 nuovi follower, sono state condivise notizie relative a startup e PMI, temi a cui è rivolta particolare sensibilità sia da parte del Gruppo sia da parte dei follower.

SOCIAL*	FAN/FOLLOWER 2016	POST/TWEET 2016
	4.110	210
	26.025	53
	1.793	1.028

* Dati riferiti ai profili social Banca Popolare di Milano.



1,7%
ROE

11,48%
CET 1

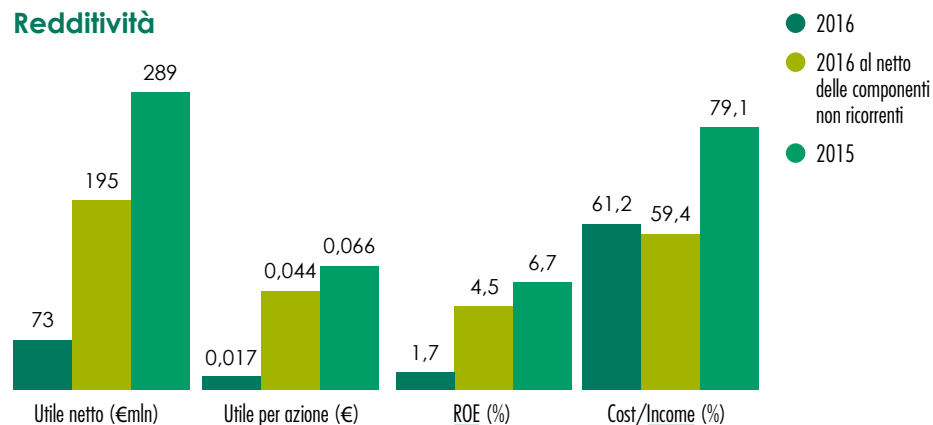
51 mld €
Totale
attivo

54,7%
Tasso di
copertura
crediti in
sofferenza

Capitale Finanziario

Comprende il valore della relazione con imprese, persone e comunità. Include le risorse finanziarie raccolte (depositi dei risparmiatori, indebitamento, equity) e generate dall'attività operativa o dagli investimenti del Gruppo. Tali risorse vengono utilizzate a supporto del credito ai clienti e nelle operazioni della Banca nel medio-lungo termine.

Redditività



Banca Popolare di Milano ha chiuso il 2016 con un utile netto di 73 milioni di euro, nonostante la contabilizzazione di oneri non ricorrenti, principalmente legati all'anticipazione di gran parte dei costi di integrazione con Banco Popolare previsti nel Piano Strategico 2016-2019, oltre ad oneri sistemici e alla rettifica di valore del contributo al Fondo Atlante.

ANDAMENTO TITOLO BPM

Nel 2016 tutto il settore bancario europeo è stato caratterizzato da una elevata volatilità e ha risentito sensibilmente di uno scenario di crescita economica ancora debole, di bassi tassi e di alti livelli di crediti deteriorati, quale eredità della crisi che ha investito l'Europa e in particolare l'Italia negli ultimi anni. Questi fattori hanno condizionato negativamente soprattutto i titoli delle banche italiane.

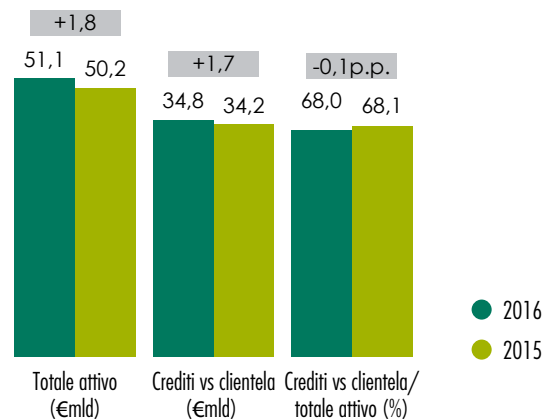
L'indice del comparto europeo (Euro Stoxx Banks) ha registrato una perdita dell' 8% a fronte della perdita di quello italiano (FTSE Italia All Share Banks) del 38,2%. Il titolo BPM ha registrato una flessione del 61,1%.

I contatti, sia one-to-one sia in meeting e conference call, con analisti, agenzie di rating e azionisti sono stati 863 nel 2016 (rispetto a 663 del 2015). Includendo anche i partecipanti alle presentazioni al mercato (conference call), i soggetti coinvolti risultano in totale 2.268 (rispetto a 1.023 del 2015).

ANALISTI CHE COPRONO IL TITOLO BPM

AUTONOMOUS	BERENBERG	EQUITA	GOLDMAN SACHS	HSBC
BANCA IMI	CITI	EXANE	KBW	INTERMONTE
BANK OF AMERICA MERRILL LYNCH	DEUTSCHE BANK	FIDENTIIS	KEPLER CHEUVREUX	MEDIOBANCA
BARCLAYS				MORGAN STANLEY

Solidità patrimoniale

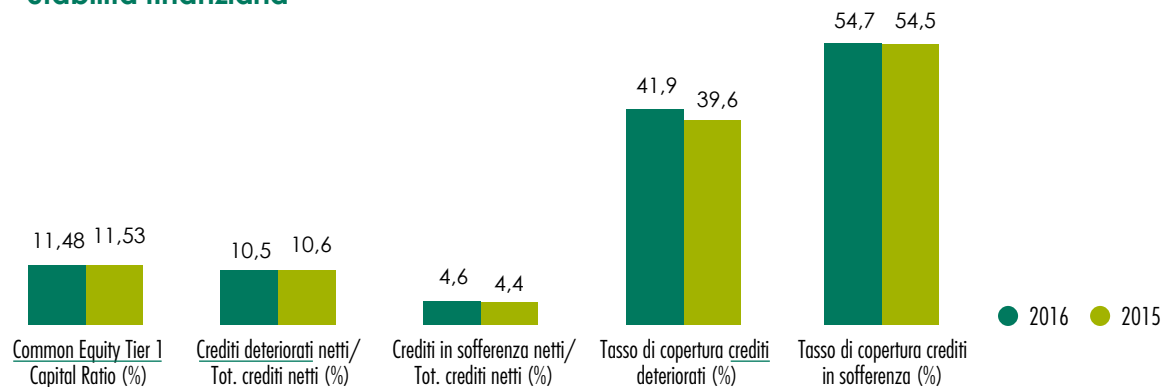


CREDITO

I crediti verso clienti costituiscono gran parte dell'attivo e rendono **la gestione e le politiche del credito** elementi fondamentali per la solidità patrimoniale. La Banca monitora costantemente il portafoglio creditizio con l'obiettivo di migliorare il **profilo Rischio/Rendimento** attraverso:

- il mantenimento del profilo di rischio all'interno della propensione al rischio definita;
- lo sviluppo sostenibile della relazione con la clientela, che tenga conto sia dell'equilibrio patrimoniale della Banca sia delle esigenze finanziarie dei clienti;
- la diversificazione del portafoglio crediti, contenendone i livelli di concentrazione.

Stabilità finanziaria



UNA BANCA SOLIDA

BPM al 2016 presenta una posizione patrimoniale solida, con un CET 1 pari a 11,48%, ampiamente superiore al ratio patrimoniale minimo indicato dalla BCE per il 2016 (SREP 9%), pur non beneficiando ancora degli effetti derivanti dall'adozione di modelli interni AIRB.

Rating BPM al 31.12.2016

Agenzia di Rating	Ultimi aggiornamenti	Debito a lungo termine	Debito a breve termine	Outlook
Fitch Ratings	23 dicembre 2016	BB-	B	Stabile
Moody's	20 ottobre 2016	Ba1	N-P	Stabile



7.673
dipendenti

99%
delle persone
a tempo
indeterminato

44.500
giornate di
formazione

6.000
persone
coinvolte in
eventi e iniziative
aziendali

Capitale Umano

È costituito dalle competenze, capacità ed esperienze delle persone che operano all'interno dell'organizzazione. Sviluppo, formazione, coinvolgimento e welfare sono le leve di gestione utilizzate nel Gruppo unitamente al rispetto per le persone e la valorizzazione delle diversità.

PERSONALE

Il personale è fondamentale all'interno di qualsiasi organizzazione, in particolare per il settore bancario dove è rilevante la capacità di **creare relazioni di lungo periodo**. Per tale motivo, il Gruppo BPM investe nei propri collaboratori instaurando con loro una relazione di lungo termine e mettendo in campo gli strumenti necessari per rafforzare il senso di appartenenza, arricchire e sviluppare competenze e attitudini e assicurare una buona qualità della vita all'interno e all'esterno dell'azienda.

	2016	2015
DIPENDENTI DEL GRUPPO (numero)	7.673	7.736
Suddivisione per contratto (in %)		
Tempo indeterminato	99,2	99,1
Tempo determinato	0,1	0,1
Apprendistato	0,7	0,8
Suddivisione per genere (in %)		
Donne	48	48
Uomini	52	52



PROMOZIONI



740 persone
nel 2016

9% delle donne
10% degli uomini
10% delle persone
diversamente abili

ETÀ MEDIA



45
Donne

47
Uomini

POSSESSO LAUREA



1 su 3
34% delle donne
29% degli uomini

ORE FORMAZIONE



333.000 ore
47,9% a donne
52,1% a uomini

La **rilevazione delle competenze** è il punto di partenza per lo sviluppo organizzativo e la pianificazione dei programmi di crescita delle persone. A integrazione di quelle rilevate nel 2015 relativamente alle strutture di rete, nel corso del 2016 è stata effettuata la mappatura delle attività delle funzioni centrali, coinvolgendo in interviste di approfondimento circa 150 responsabili, al fine di arricchire il patrimonio informativo aziendale.

L'acquisizione delle competenze necessarie al raggiungimento degli obiettivi aziendali avviene sia tramite **nuove assunzioni** sia attraverso la **formazione delle persone**.

Selezione e Sviluppo

Nel 2016 si è concluso il piano di assunzione triennale di oltre 400 persone, tutte relativamente giovani e residenti nelle aree di maggior presenza (principalmente in Lombardia). In particolare, a livello di Gruppo, nel 2016 sono state assunte 13 persone e ne sono uscite 76, la maggior parte delle quali a motivo di dimissioni volontarie.

La maggior parte dei giovani neo-assunti proviene dal mondo universitario e spesso svolge un'esperienza in azienda prima dell'assunzione. Le società del Gruppo, infatti, accolgono studenti e neolaureati in stage al fine di "contaminare" positivamente l'azienda grazie a giovani professionalità orientate al futuro. Per i giovani coinvolti in tale esperienza, lo stage è un'occasione per mettere alla prova le conoscenze acquisite durante il corso di studi, affinare le proprie capacità organizzative, ma soprattutto orientarsi verso una scelta professionale consapevole. Nel 2016 sono stati inseriti 15 giovani in esperienze di tirocinio all'interno di alcune funzioni maggiormente coinvolte nel cambiamento come Finanza, Crediti, Corporate, Comunicazione, Contabilità e Bilancio e Risk Management. Oltre agli stage, gli studenti che stanno concludendo il proprio percorso universitario hanno la possibilità di ricevere supporto per la stesura della tesi di laurea riguardante argomenti sviluppati nelle funzioni e società del Gruppo. Nel corso dell'anno 5 studenti hanno concluso la propria tesi di laurea e altri 3 sono in fase di conclusione.

	2016	2015
ASSUNZIONI (numero)	13	218
Suddivisione per genere (in %)		
Uomini	77	55
Donne	23	45
Suddivisione per età (in %)		
Meno di 30 anni	46	52
da 30 a 50 anni	46	42
oltre 50 anni	8	6

	2016	2015
CESSAZIONI (numero)	76	219
Suddivisione per genere (in %)		
Uomini	63	63
Donne	37	37
Suddivisione per età (in %)		
Meno di 30 anni	11	6
da 30 a 50 anni	54	21
oltre 50 anni	35	73

Formazione

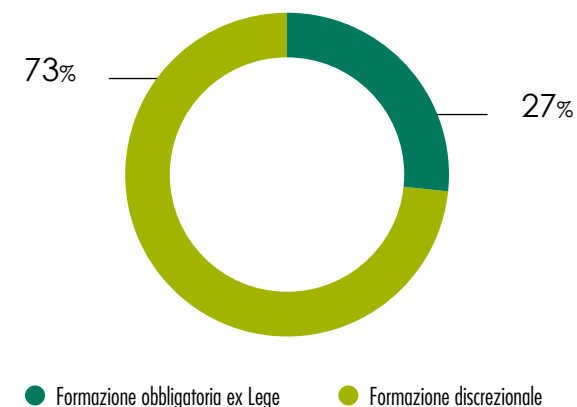


Il piano **formativo 2016** ha tenuto conto di un contesto caratterizzato da complessità e cambiamento. Nel 2016 sono stati coinvolti oltre 7.300 colleghi in circa 44.500 giornate di formazione a livello di Gruppo, con un investimento economico di circa 2,5 milioni di euro. **La quasi totalità dei dipendenti ha partecipato ad almeno un corso di formazione** con una media pro-capite di circa 46 ore (circa 6 giornate lavorative). La gran parte della formazione è stata erogata su base volontaria e circa 2/3 della formazione è stata finalizzata allo sviluppo dei ruoli professionali e commerciali.

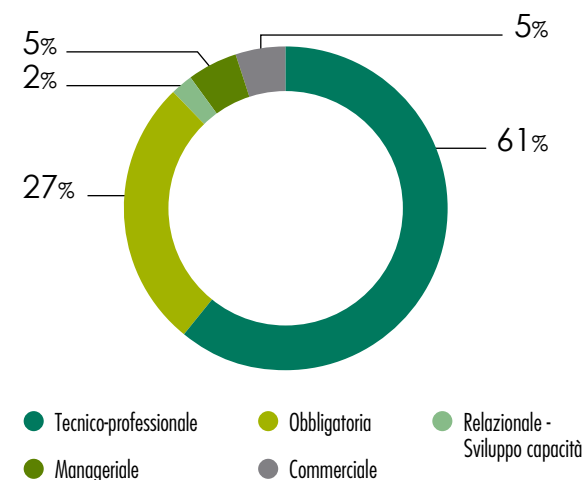
I percorsi formativi sono stati indirizzati verso tematiche di sviluppo differenti e hanno toccato diversi ambiti e settori contribuendo ad incrementare le leve di sviluppo delle competenze. In particolare, l'attività formativa 2016 ha sostenuto:

1. Il possesso delle competenze per lo sviluppo professionale lungo tutto il ciclo di vita.
2. La valorizzazione delle differenze e la cultura del global inclusion e del talent management come principi guida di alcune importanti iniziative, finalizzate a riconoscere il valore determinante del talento umano:
 - il valore di un approccio inclusivo, una riflessione che ha permesso di concentrare l'attenzione sulla persona e il suo talento piuttosto che sulla sua diversità;
 - junior talent management, un percorso per coinvolgere i giovani nell'individuazione e nello sviluppo delle competenze necessarie per vincere le sfide del prossimo futuro all'interno di contesti complessi, aiutandoli a sviluppare consapevolezza dei propri talenti e fornendo loro strumenti semplici e innovativi per migliorare le

Formazione per tipologia



Formazione per contenuto



proprie performance in ambito lavorativo ed extra-lavorativo;

- *senior talent management*, un'iniziativa volta a riconoscere e valorizzare il talento e le competenze possedute dalle persone presenti in azienda da diverso tempo attraverso percorsi rivolti a trasferire il patrimonio di expertise accumulato;
 - percorso pilota di accompagnamento alla genitorialità, prima e dopo il congedo maternità e parentale, con l'obiettivo di garantire la continuità del rapporto con l'azienda nelle fasi pre, durante e post rientro, al fine di sostenere le professionalità maturate e di valorizzare le nuove competenze acquisite nel "ruolo" di genitore.
3. La diffusione di una cultura professionale di consulenza, al fine di orientare i colleghi verso un approccio consulenziale qualificato e *customer oriented*.
 4. Una maggiore attenzione al presidio e al contenimento del rischio di credito e dei relativi impatti economico-patrimoniali.
 5. Un approccio culturale aperto al cambiamento continuo, rivolto in particolare al management aziendale e finalizzato a renderlo capace di anticipare, capire, affrontare e gestire il cambiamento.
 6. Lo sviluppo di un approccio digital, che ha coinvolto in primis alcuni dipendenti di Comunicazione, Marketing e Organizzazione ma rivolto in prospettiva a tutti i dipendenti, al fine di sviluppare le competenze digitali necessarie ad affrontare i cambiamenti.

Sistema di Welfare integrato



LA CURA DELLE PERSONE

Anche nel 2016 il filone della salute e dei corretti stili di vita è stato oggetto di iniziative rivolte ai dipendenti e, in alcuni casi, alla clientela. In particolare, si è consolidata la collaborazione con la LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori) attraverso conferenze sui temi della prevenzione presso le sedi centrali di Milano e visite gratuite di diagnosi precoce alla cute per i dipendenti presso le infermerie aziendali e senologiche tramite il Centro Mobile LILT nell'ambito di un'iniziativa rivolta alla a tutta la comunità.

L'attenzione alle esigenze delle persone si concretizza anche attraverso una serie di **servizi volti a migliorare il benessere professionale, fisico e personale delle persone** all'interno e all'esterno dell'azienda. Tali servizi rientrano nell'ambito di un sistema di welfare integrato che riguarda tutti i dipendenti: i benefit sono concessi a tutti i lavoratori e, in alcuni casi, parametrati in base alle ore lavorate (ad esempio il Premio Sociale). In ambito di conciliazione vita lavorativa e professionale, i dipendenti possono usufruire di una flessibilità oraria in entrata e in uscita e, su richiesta, di contratti di lavoro part-time. Nel 2016, le persone con contratto part-time sono state 1.139 (per il 93% donne). Inoltre, sono previsti anche servizi per la famiglia (prodotti e servizi a prezzi agevolati, nido d'infanzia, campus estivi e borse di studio per i figli ecc.), per la cura della salute (Cassa Mutua Assistenza, a supporto anche dei familiari a carico) e per la previdenza (Fondo Pensione a cui la Banca contribuisce con un contributo mensile).

Il Gruppo tutela e promuove la **salute e sicurezza** dei propri stakeholder negli ambienti di lavoro. Nel 2016, a beneficio dei dipendenti e della comunità, oltre alla prosecuzione delle indagini per rischio radon e amianto, sono stati installati 5 defibrillatori automatici esterni nelle sedi milanesi di Meda e Bezzi ed è stato erogato un programma formativo per i dipendenti addetti alle attività di soccorso. I defibrillatori sono inseriti all'interno della rete regionale della Lombardia da cui qualsiasi soccorritore (anche esterno alla Banca) può attingere per individuare e utilizzare le apparecchiature in casi di emergenza.

Per i dipendenti che si trovano in difficoltà lavorativa, la Banca mette a disposizione anche un servizio di **supporto psicologico** di cui hanno beneficiato 45 persone nel 2016. Nel corso dell'anno, inoltre, è stato fornito supporto anche a 28 persone diversamente abili, seguite attraverso un programma individuale, e a 15 responsabili per richieste di consulenza nella gestione dei collaboratori.

Relativamente agli **infortuni**, nel 2016 se ne sono verificati 68 in itinere e 23 in orario di lavoro (di cui 6 con assenza superiore a 30 giorni). Per questi ultimi, non si rilevano episodi di rilevante gravità che hanno determinato domanda per il riconoscimento di malattia professionale.

SICUREZZA SUL LAVORO	2016	2015
Tasso infortuni ³¹	7,24	6,85
Indice di gravità ³²	0,2	0,2

Coinvolgimento

La promozione di una forte cultura di impresa e il coinvolgimento dei dipendenti sono attività fondamentali nel raggiungimento degli obiettivi aziendali, in particolar modo nelle fasi di cambiamento. Nel 2016 il tema del **cambiamento**, riguardante in particolare la trasformazione in S.p.A. e il progetto di fusione con Banco Popolare, è stato particolarmente rilevante. Nel corso dell'anno, attraverso la intranet aziendale, sono state veicolate ai dipendenti tutte le informazioni e le novità sul progetto di fusione, dirette audio, video interviste e presentazioni, favorendo il dialogo e il confronto grazie a iniziative come "Conoscere per Decidere", un'occasione di interazione tra i colleghi e il top management.

Il Gruppo contribuisce a rafforzare lo spirito di squadra e il senso di appartenenza aziendale anche attraverso iniziative di **volontariato aziendale**, che coinvolgono i dipendenti in progetti sociali in collaborazione con istituzioni e organizzazioni no-profit. Nel 2016 165 colleghi hanno partecipato a 28 giornate di volontariato organizzate con 19 organizzazioni no-profit per un totale di 1.183 ore.

I numeri dell'engagement

INTRANET

2.435.142

Totale visualizzazioni sui contenuti principali

8

Video Interviste pubblicate

24

Video pubblicati

INIZIATIVE ED EVENTI

50 persone

Breakfast con il Consigliere Delegato

2.250 persone

Eventi aziendali

3.500 persone

Road Show in 5 tappe

³¹ numero di infortuni/ore lavorabili totali*1.000.000.

³² *giorni di lavoro persi per infortunio/ore lavorabili totali*1.000.

Relazioni industriali

Le relazioni con le Organizzazioni Sindacali sono improntate **al dialogo e al confronto**. La prima parte del 2016 è stata caratterizzata da una intensa attività di confronto finalizzata alla sottoscrizione del contratto di secondo livello del Gruppo BPM. Successive specifiche intese sono state finalizzate, nell'ambito della cornice normativa definita dal contratto di secondo livello, alla valorizzazione del welfare, con particolare riferimento al trattamento previdenziale integrativo.

Relativamente alla formazione aziendale, si è raggiunto l'accordo sul Fondo Paritetico Interprofessionale FBA per l'integrazione, la riqualificazione e l'acquisizione di competenze necessarie per sostenere lo sviluppo professionale delle persone in azienda, con particolare riferimento alla valorizzazione delle diversità, dei talenti e della genitorialità. Sono stati avviati, inoltre, i confronti contrattuali per il sistema di valutazione delle prestazioni e per il sistema incentivante, nell'ottica, già perseguita nel 2015, di premiare le competenze, la responsabilità ed il merito dei collaboratori.

Nella seconda parte dell'anno, l'attività di confronto con le Organizzazioni Sindacali ha avuto come oggetto principale la fusione col Gruppo Banco Popolare. A tale riguardo, a fronte dei 2.100 esuberanti fra le due compagini societarie, è stata raggiunta un'intesa per l'accesso su base volontaria al Fondo di Solidarietà di settore di 585 persone nel Gruppo BPM.

Infine, relativamente alle controversie giudiziarie tra azienda e dipendenti o ex dipendenti, il numero di cause in essere a fine 2016 ammonta a 18, rispetto alle 14 di fine 2015.

Valorizzazione delle persone e delle diversità

In un'ottica di valorizzazione delle persone e del loro contributo, **la totalità dei dipendenti viene valutata regolarmente** nell'ambito delle attività svolte e degli obiettivi raggiunti ad eccezione di coloro che non possiedono i requisiti minimi di accesso al sistema di valutazione, come ad esempio la presenza di almeno 6 mesi in azienda. Il sistema di incentivazione delle persone prevede l'attribuzione di una valutazione e un'eventuale promozione e/o erogazione di un compenso variabile.

Le persone che nel 2016 hanno beneficiato di una promozione, monetaria e/o di inquadramento, sono state 740.

Le donne rappresentano circa la metà delle persone che lavorano nel Gruppo e presentano un livello di istruzione relativamente più elevato. Tuttavia, come in altre realtà, la loro presenza risulta decrescente all'aumentare dell'inquadramento: all'interno della fascia direttiva (Dirigenti e Quadri), solo 1 dipendente su 3 è donna. Anche per questo motivo, l'azienda ha promosso negli ultimi anni

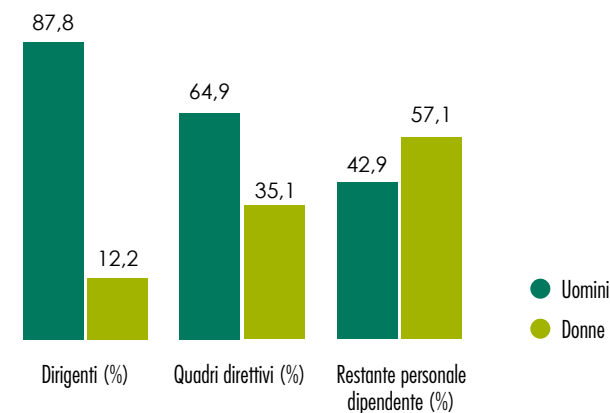
alcune iniziative per valorizzarne il talento, sia all'interno sia all'esterno, come ad esempio il progetto DNA Donne nell'Azienda e il plafond dedicato all'imprenditoria femminile.

Relativamente al **trattamento economico**, il CCNL e la contrattazione di secondo livello applicata in azienda non prevedono alcuna differenza tra uomini e donne. Dalle evidenze si rileva che nelle fasce "Quadri Direttivi e Aree Professionali", rappresentativi del 98% delle persone che lavorano nel Gruppo, non vi sono differenze significative che al contrario emergono nella fascia "Dirigenti" dove

RAPPORTO TRA LE REMUNERAZIONI UOMO/DONNA (ESCLUSI I PART-TIME)	2016	2015
Dirigenti	1,25	1,28
Quadri direttivi	1,06	1,06
Restante personale dipendente	0,98	0,99

mediamente l'uomo guadagna il 25% in più, principalmente per il minor numero di donne nei ruoli dirigenziali più elevati.

Distribuzione dipendenti uomini e donne per inquadramento



Relativamente ai **giovani in azienda**, le persone con meno di 30 anni rappresentano il 4% del personale di Gruppo e hanno nella quasi totalità dei casi un livello di istruzione elevato (laurea, master o dottorato). Negli ultimi anni, il Gruppo ha investito nei giovani sia attraverso un piano di assunzioni con contratti a tempo indeterminato, sia attraverso dei programmi formativi ad hoc come il percorso junior talent management rivolto a riconoscere e promuovere il talento giovanile.

Nell'ambito della **diversity**, da alcuni anni BPM è partner di "Diversitalavoro", un'iniziativa promossa da UNAR, Fondazione Sodalitas, Fondazione Adecco per le Pari Opportunità e People, riconosciuta come best practice di riferimento internazionale in tema di Diversity & Inclusion e volta a facilitare l'inserimento lavorativo delle persone con **disabilità, origine straniera e transgender**.

Le aziende partecipanti possono accedere ad una piattaforma con i curricula dei candidati e incontrare le persone per un colloquio di selezione. Dal 2012 BPM ospita l'evento, ottenendo anche il riconoscimento Diversity&Inclusion Award per gli stage attivati (10 in totale) di cui 4 hanno dato luogo ad assunzioni.

All'interno del Gruppo lavorano 471 persone diversamente abili, di cui l'82% con un titolo di studio medio-alto (diploma o laurea). Il 10% delle persone diversamente abili ha beneficiato di promozioni nel 2016. Inoltre, 28 persone sono seguite con un progetto personalizzato dalle psicologhe aziendali. Relativamente alle discriminazioni, nel 2016 si rileva 1 richiesta di intervento al numero verde antidiscriminazione.

SEGMENTAZIONE DI GENERE PER INQUADRAMENTO (in %)	Uomini	Donne
Dirigenti	3,2	0,5
Quadri direttivi	45,9	26,8
Restante personale dipendente	50,9	72,7
Totale	100	100

SEGMENTAZIONE PER ETÀ E INQUADRAMENTO (in %)	< 30 anni	30-50 anni	>50 anni
Dirigenti	0	0,9	4,3
Quadri direttivi	0	28,5	57,5
Restante personale dipendente	100	70,6	38,2
Totale	100	100	100





Capitale Intellettuale

Include le risorse materiali e immateriali in grado di innovare processi, organizzazione, prodotti e servizi e di conseguenza in grado di generare maggiori benefici per il cliente interno ed esterno.

3.000 idee
proposte tramite
la social community
“La Banca che
vorrei”

800
proposte
innovative
realizzate

-60%
di costi e
consumi
energetici sul
“Progetto Agile”

€ 2,5 milioni
Investimenti
in sicurezza
informatica

INNOVAZIONE

Oggi le imprese sono chiamate ad essere parte dello sviluppo economico e sociale anche attraverso l'innovazione, uno degli obiettivi individuati dall'ONU per creare una società inclusiva e sostenibile.

Il Gruppo BPM negli ultimi anni ha orientato i processi di innovazione con lo scopo, non solo di incrementare la produttività e il profitto, ma di creare un valore condiviso, immaginando nuovi lavori e opportunità di business e promuovendo nuovi strumenti di ingaggio.



In particolare, negli ultimi anni sono stati studiati e attuati diversi interventi negli ambiti Real Estate e ICT al fine di migliorare il servizio alla clientela e il tempo ad essa dedicato, la qualità e gli ambienti di lavoro, la gestione dei rischi e la sicurezza informatica.

Il "core" di questi interventi è stato lo sviluppo della **multicanalità integrata**, attraverso l'integrazione dei canali di contatto fisici e virtuali e l'utilizzo di nuovi strumenti digitali come la piattaforma NSR per la vendita di prodotti sia in filiale sia online, la firma grafometrica per la sottoscrizione di contratti in filiale e la firma digitale per i contratti firmati direttamente online.

Gli investimenti in **ICT** hanno consentito di adottare soluzioni per risparmiare il tempo impiegato in lavori amministrativi e negli spostamenti fisici, disporre di un'unica piattaforma per la gestione online della clientela e utilizzare con maggiore efficacia i dati raccolti. Tramite il sistema "Lync Skipe" è possibile lavorare in team anche con persone che si trovano in luoghi diversi. Inoltre sono stati introdotti strumenti per analizzare la semantica delle operazioni finanziarie effettuate tramite bonifico per tradurle in informazioni utili a fornire le migliori soluzioni a persone e imprese, nel rispetto della privacy. In un contesto caratterizzato da attacchi informatici crescenti, il Gruppo BPM, ritenendo fondamentale la tutela dei dati personali della clientela, dei dipendenti ed in generale delle informazioni aziendali, ha continuato a investire in sicurezza informatica.

Nel 2016 sono stati oltre 2,5 milioni di euro gli investimenti in nuove soluzioni tecnologiche e organizzative per la protezione delle informazioni aziendali. In particolare, le iniziative più rilevanti hanno riguardato:

- il miglioramento di presidi tecnologici e organizzativi di sicurezza, con la creazione di presidi specialistici per la mitigazione delle frodi e degli attacchi informatici e con la partecipazione al CertFin³³ del settore bancario;
- l'introduzione di strumenti di "strong authentication" per la clientela che opera da dispositivi mobile;
- un'attività formativa e informativa sulla cultura del rischio e della sicurezza per una maggiore consapevolezza in ambito lavorativo e personale.

Relativamente alla privacy, la raccolta e trattamento dei dati nel Gruppo avvengono nel rispetto delle disposizioni di legge e nella massima tutela del patrimonio di conoscenze riguardanti la vita privata delle persone. Tutte le richieste di accesso ai propri dati vengono gestite con tempestività e ogni interessato può trovare sul sito del Gruppo BPM tutte le informazioni sul **trattamento dei dati personali**. Nel 2016 non si sono verificate gravi violazioni idonee a creare danni rilevanti e non sono pervenute richieste, lamenti e ricorsi al Garante della Privacy relativi a perdite dei dati personali.

Relativamente al **Real Estate**, il Gruppo negli ultimi anni ha investito sull'organizzazione efficace del lavoro e degli spazi con l'obiettivo di migliorare gli ambienti di lavoro, ridurre costi, consumi energetici e impatto ambientale. Nel Centro Servizi Bezzi a Milano sono stati ripensati completamente gli spazi allo scopo di creare luoghi con caratteristiche rispondenti alle diverse esigenze (spazi condivisi per favorire il networking, aree riservate per lavori che richiedono la concentrazione e riunioni, aree di ristoro per le pause e la socializzazione). Finora gli interventi realizzati hanno consentito un risparmio energetico in termini di costi e consumi di circa il 60%.

IL NUOVO CUSTOMER CENTER

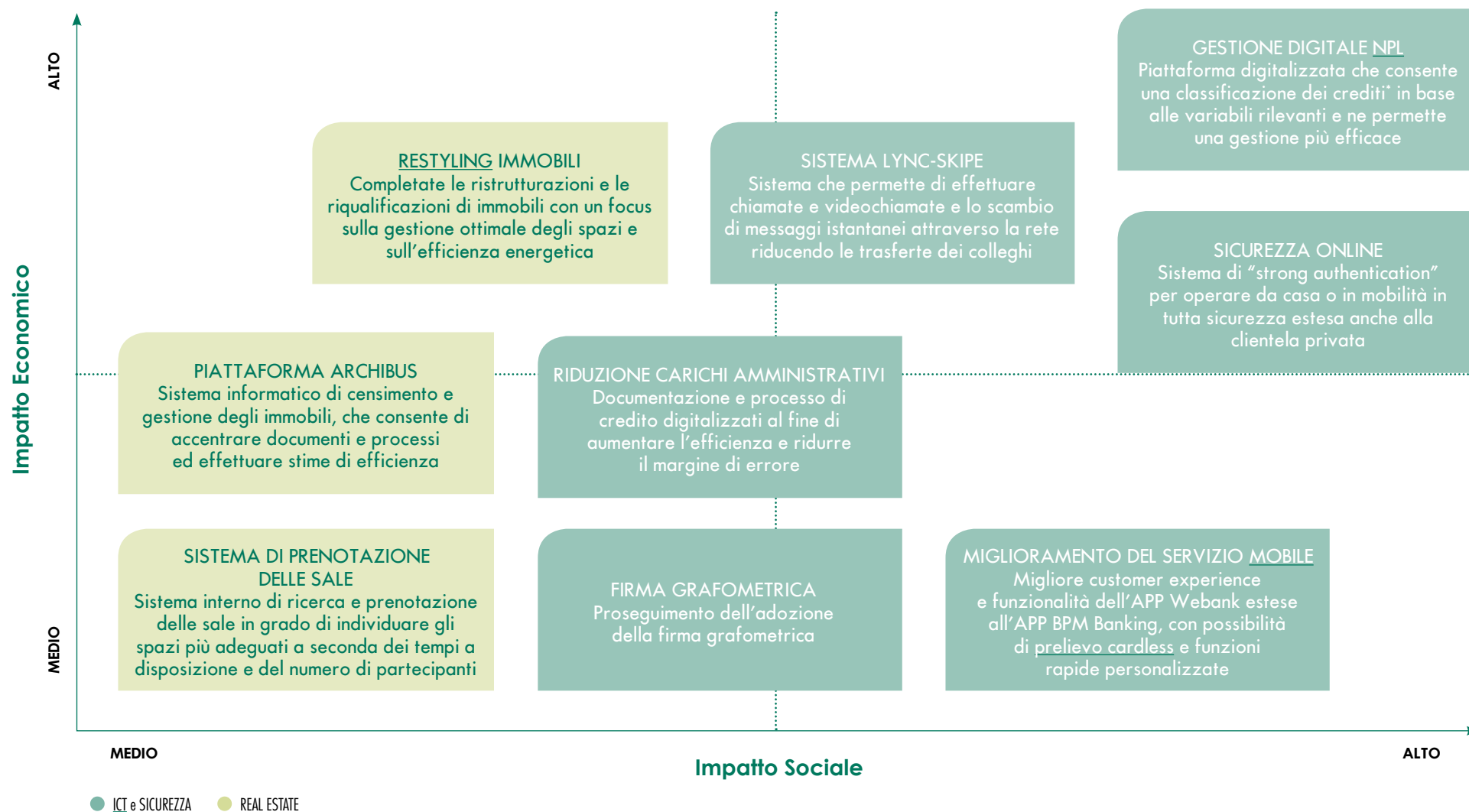
Il Customer Center, avviato nel 2015, è stato sviluppato nel 2016 con l'integrazione di tutti i canali di contatto della clientela online (comprese email e chat). Relativamente alle performance, si rileva una maggiore efficienza del canale telefonico (63% le chiamate risposte entro 20 secondi) ed una maggiore efficacia commerciale (con le proposte commerciali più che raddoppiate). Il Customer Center conta oltre 150 persone inserite con percorsi formativi dedicati e abilitate alla vendita online di alcuni prodotti e servizi.

L'INNOVAZIONE ATTRAVERSO L'ENGAGEMENT

Dal 2010 è attiva "la Banca che vorrei", la community online di Webank per creare innovazione attraverso l'engagement, che consente ai clienti di suggerire idee (quasi 3.400), votarle e vederle realizzate (oltre 800).

³³ CertFin è il nuovo organismo specializzato nella cybersecurity del settore bancario e finanziario, con l'obiettivo di prevenire e contrastare le minacce informatiche legate allo sviluppo delle nuove tecnologie e dell'economia digitale. Tale organismo nasce dall'accordo tra Banca d'Italia, ABI e Consorzio ABI Lab e prevede la realizzazione di un Cert (Computer emergency response team), ossia di una struttura altamente specializzata, dedicata al settore finanziario italiano, che avrà l'obiettivo di prevenire e contrastare le minacce informatiche legate allo sviluppo delle nuove tecnologie e dell'economia digitale.

Principali innovazioni 2015-2016 posizionate in base a impatto economico e sociale



* L'efficace gestione dei crediti deteriorati è uno dei temi più importanti per il nuovo Gruppo Banco BPM.



16.000
tonnellate
CO2
non immesse
in atmosfera

-4%
consumi
di carta

-10%
consumi
di cartucce

-14%
consumi
di toner

Capitale Naturale

Le risorse naturali impiegate nelle attività aziendali e su cui possono impattare le attività del Gruppo.

AMBIENTE

Il Gruppo BPM da diversi anni ha avviato iniziative per ridurre la propria impronta ambientale sia tramite la ricerca continua di soluzioni efficienti negli ambienti di lavoro sia attraverso finanziamenti alla clientela dedicati alla riqualificazione ed efficienza energetica.

Energia

I **consumi elettrici** si mantengono sostanzialmente invariati, rispetto all'anno precedente, grazie alla costante attenzione all'efficienza energetica che consente di contenere il progressivo aumento dei consumi ascrivibile alla crescente digitalizzazione di processi e attività bancarie. La scelta perseguita da anni di utilizzare energia elettrica proveniente esclusivamente da fonte rinnovabile rende i consumi sostenibili.

L'**energia termica**, gas e gasolio per il riscaldamento, è aumentata del 2% rispetto al 2015 risentendo dell'andamento delle temperature esterne.

Materiale consumato

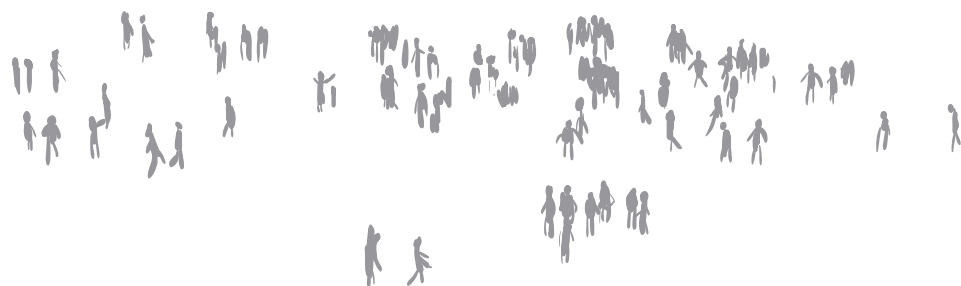
Il progressivo utilizzo dei canali digitali ha consentito di limitare il consumo di carta, cartucce e toner. I consumi complessivi di **carta**, 881 tonnellate, nonostante l'aumento della documentazione obbligatoria inviata alla clientela a motivo della fusione, sono diminuiti di oltre il 4% rispetto al 2015 grazie anche all'utilizzo della firma digitale e alla modalità di stampa fronte-retro automatica (-7% la carta formato A4 normalmente utilizzata per la stampa).

L'utilizzo di **toner e cartucce** è diminuito rispettivamente del 14% e del 10% rispetto al 2015.

ENERGIA ED EMISSIONI	2016	2015	Variazioni
<u>Elettrica da fonti rinnovabili (in GJ)</u>	174.262	172.655	+0,9%
<u>Emissioni da energia elettrica non immesse (in tonnellate CO2)</u>	15.684	16.340	-4%
<u>Termica da fonti non rinnovabili (in GJ)</u>	99.564	97.179	+2,5%
<u>Emissioni dirette da energia termica SCOPE 1 (in tonnellate CO2)</u>	5.730	5.595	+2,4%

CONSUMI DI CARTA (tonnellate)	2016	2015	Variazioni
<u>Consumi totali di carta</u>	881	920	-4,2%
<u>Carta formato A4</u>	414	447	-7,4%
<u>Tabulati</u>	185	182	+1,6%
<u>Comunicazioni cartacee alla clientela</u>	137	128	+7,0%
<u>Altri consumi</u>	145	163	-11%

CONSUMI DI MATERIALE PER LA STAMPA (tonnellate)	2016	2015	Variazioni
<u>Toner originali</u>	17,5	20,3	-13,8%
<u>di cui toner rigenerati</u>	1,8	3,9	-53,8%
<u>Cartucce originali</u>	755	841	-10,2%
<u>di cui cartucce rigenerate</u>	31	47	-34,0%



Politica commerciale

Il Gruppo BPM, oltre a effettuare interventi di riqualificazione energetica presso le proprie sedi che tengano conto di qualità del lavoro e sostenibilità ambientale, promuove verso i propri clienti **prodotti dedicati all'efficienza energetica degli immobili, all'installazione di pannelli fotovoltaici e di altre soluzioni ecologiche e sostenibili.**

Nel 2016 sono stati erogati circa 30 milioni di euro, in forte diminuzione rispetto al 2015 principalmente a motivo del venir meno degli incentivi fiscali.

Mobilità sostenibile

Sono state rinnovate le convenzioni con le società di trasporto pubblico e privato e con società di car sharing per incentivare l'utilizzo sostenibile di mezzi di trasporto da parte dei dipendenti del Gruppo, il cui parco auto aziendale è dotato anche di auto ibride ed elettriche.

Anche nel 2016 è stata rinnovata la collaborazione con il Comune di Milano per l'iniziativa "Lavoro Agile" che ha consentito a 150 dipendenti di lavorare in sedi vicine a casa, con un beneficio personale e ambientale.

Prodotti "green" dati in euro/000	2016	2015	Variazioni
Fotovoltaico	3.996	21.857	-81,7%
Pacchetto Ecologia	3.789	6.254	-39,4%
Prodotti Condomini	21.234	29.266	-27,4%
Totale	29.019	57.377	-49,4%



CLIMATE CHANGE

A ottobre 2016, in seguito all'approvazione da parte di Camera e Senato, è stato ratificato l'Accordo di Parigi sulla lotta al riscaldamento globale, entrato in vigore a livello internazionale a novembre. L'Accordo prevede che i paesi firmatari si impegnino a contenere il riscaldamento globale entro 2 gradi dal livello pre-industriale (e possibilmente entro 1,5 gradi).

I paesi più ricchi si sono impegnati a finanziare quelli più poveri per raggiungere tale obiettivo. In particolare l'Italia si è impegnata a contribuire con 50 milioni di euro all'anno al Fondo Verde per il Clima.

RICONOSCIMENTI OTTENUTI NEL 2016

25 FEBBRAIO 2016

LEGALCOMMUNITY AWARDS - SETTORE FINANCE

Banca Popolare di Milano è stata tra le banche premiate nell'ambito dei **Legalcommunity Awards** per l'operazione di finanziamento ad Autogrill, uno dei deal più importanti dell'anno. I Legalcommunity Awards, giunti alla loro XIV edizione, si propongono l'obiettivo di far emergere le eccellenze del mercato legale nel settore *finance*.



22 MARZO 2016

ABILAB INNOVARE ATTRAVERSO I CANALI "LA BANCA SMART"

In occasione del Forum ABI Lab dal titolo **"Innovare attraverso i canali"** organizzato a Milano il 22 marzo 2016, Banca Popolare di Milano ha ricevuto la menzione speciale nella categoria "La banca smart" - Premio "Innovare attraverso i canali" con il progetto **"LA NUOVA FRONTIERA DEL MOBILE BANKING"** per *"la capacità di cogliere l'evoluzione della frontiera tecnologica dei servizi di Mobile Banking, introducendo nuove funzionalità a disposizione della clientela (...)".*



MILANO FINANZA GLOBAL AWARDS

Nell'ambito degli MF Global Awards 2016, Banca Popolare di Milano si è aggiudicata due importanti riconoscimenti:

- il **Premio Guido Carli/Lombard**, conferito al Consigliere Delegato di BPM Giuseppe Castagna e all'Amministratore Delegato di Banco Popolare Pier Francesco Saviotti, premiati 'Banchieri dell'anno' per aver avviato la prima grande fusione dopo la riforma delle banche popolari.
- il **Premio MF Innovation Award** nella categoria Servizi Digitali Finanziari, grazie alla nuova App Webank.



18 MAGGIO 2016

POSITIVE BUSINESS AWARD

Si è svolta a Milano la serata di premiazione dei **Positive Business Awards**, premio creato dalla Scuola di Palo Alto per aziende, organizzazioni, imprenditori e manager che costruiscono il loro successo partendo dalla felicità delle persone. Banca Popolare di Milano, oltre al **Premio Assoluto POSITIVE BUSINESS AWARDS 2016**, si aggiudica 5 riconoscimenti (POSITIVE BUSINESS HISTORY, POSITIVE BUSINESS SUSTAINABILITY, POSITIVE BUSINESS IMAGE, POSITIVE BUSINESS VISION, POSITIVE BUSINESS PEOPLE) per aver "da sempre contribuito allo sviluppo dei propri territori attraverso numerose iniziative, non solo economiche ma anche sociali, culturali e sportive (...)".

26 MAGGIO 2016





ARETÈ "CATEGORIA COMUNICAZIONE FINANZIARIA"

Durante il Salone della CSR presso l'Università Bocconi, si è svolta la 13ª edizione del **"Premio Aretè alla comunicazione responsabile - responsabili anche extra media"**, dedicato alle organizzazioni che si sono distinte per l'efficacia della comunicazione responsabile. In quest'occasione, Banca Popolare di Milano ha vinto il premio nella categoria **"Comunicazione Finanziaria"**, per la realizzazione di un piano di comunicazione volto alla diffusione di un video che, in pochi minuti, racconta il modo di fare business utilizzando un linguaggio semplice e innovativo, completamente diverso da quello economico.

9 GIUGNO 2016

DIVERSITY & INCLUSION AWARD

Banca Popolare di Milano ha ricevuto il **Diversity & Inclusion Award** in qualità di impresa che, nel corso del 2015, ha fatto della diversità un'opportunità, inserendo nel proprio organico candidati incontrati attraverso Diversitalavoro, il Career Forum delle pari opportunità che dal 2007, su iniziativa di UNAR (Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali), Fondazione Sodalitas, People e Fondazione Adecco per le Pari Opportunità, favorisce l'incontro tra le aziende e le persone diversamente abili, appartenenti alle categorie protette, di origine straniera e transgender.



4 OTTOBRE 2016

AIFIN BANCA E TERRITORIO

"INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE RSI"

Banca Popolare di Milano ha ricevuto la menzione di merito per il progetto "Report di Sostenibilità 2015 - Un cambio di rotta nella Corporate Communication" nella categoria "Iniziativa di Comunicazione RSI e Bilancio Sociale" nell'ambito del premio **"Banca e Territorio"** promosso dall'**Associazione Italiana Financial Innovation**.



PREMIO
BANCA E TERRITORIO

6 OTTOBRE 2016

TEAM COMUNICAZIONE DELL'ANNO PER IL SETTORE BANKING

Si è svolta presso Palazzo Mezzanotte a Milano la sesta edizione dei **Le Fonti Awards**, con il patrocinio di **Commissione Europea** e la media partnership di **Corriere Economia**. La manifestazione ha avuto l'**innovazione e leadership digitale** come tema conduttore. Banca Popolare di Milano ha vinto il premio **Team Comunicazione dell'Anno nel settore Banking** "per aver puntato su una strategia di comunicazione innovativa e multicanale in un contesto di fusione e di necessità di confrontarsi quotidianamente con i media e con la clientela. Per l'attenzione posta all'educazione finanziaria senza dimenticare la promozione artistica, sportiva e del territorio".

15 NOVEMBRE 2016

FINANCECOMMUNITY AWARDS - DEAL DELL'ANNO

Presso il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano si è svolta la seconda edizione dei **Financecommunity Awards**, un evento ideato con l'obiettivo di conferire un riconoscimento alle eccellenze del comparto finanziario. In questa occasione, Banca Popolare di Milano ha ricevuto il premio **Deal dell'Anno** per l'operazione di fusione tra Banca Popolare di Milano e Banco Popolare.



24 NOVEMBRE 2016



NOTA METODOLOGICA

Il Report di Sostenibilità 2016 (di seguito anche "Report" o "Report 2016") del Gruppo Bipiemme (di seguito anche "Gruppo" o "Gruppo BPM"), costituisce lo strumento fondamentale per comunicare e rendicontare agli stakeholder i risultati conseguiti nella gestione delle proprie attività in un'ottica di sostenibilità e di creazione di valore nel lungo termine, nonché i relativi obiettivi per il futuro.

Come più ampiamente illustrato nella Relazione e Bilancio Consolidato del Gruppo Bipiemme al 31 dicembre 2016, con efficacia a decorrere dal 1 gennaio 2017 si è perfezionata la fusione di Banca Popolare di Milano S.c.a.r.l. con il Banco Popolare Società Cooperativa che ha portato alla costituzione di Banco BPM S.p.A.

La prima sezione del Report di sostenibilità 2016 "Gruppo Banco BPM – Come creiamo valore sostenibile nel tempo" è finalizzata a presentare il nuovo Gruppo Banco BPM, la seconda sezione "Gruppo BPM: Identità e creazione di valore" e i rimanenti paragrafi sono relativi al Gruppo Bipiemme e alle sue performance al 31 dicembre 2016. Il Report 2016, redatto e pubblicato con periodicità annuale (il precedente Report è stato pubblicato a luglio 2016 sul sito internet www.gruppobpm.it), si riferisce al periodo compreso tra il 1° gennaio 2016 e il 31 dicembre 2016 e, ove possibile, al fine di consentire la comparabilità nel tempo delle performance conseguite in ambito sociale e ambientale viene fornita una rappresentazione dei trend dell'ultimo biennio. Possono tuttavia essere riportati alcuni risultati, eventi e attività significativi riferiti all'inizio dell'anno 2017.

Il Report è stato redatto in conformità con l'opzione core delle "G4 Sustainability Reporting Guidelines" emanate dal Global

Reporting Initiative (GRI) nel 2013 e contiene alcuni indicatori del "G4 Sector Disclosures" relativo ai "Financial Services"; è organizzato, inoltre, nei contenuti facendo riferimento ai principi dell'International Integrated Reporting Council.

Il processo di definizione dei contenuti del Report si è basato sui principi previsti dalle "G4 Sustainability Reporting Guidelines" (materialità, inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità, completezza, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza, affidabilità ed equilibrio).

Il processo di raccolta e rielaborazione dei temi, dei dati e delle informazioni rendicontati nel Report è stato portato a termine dal team di Responsabilità Sociale d'Impresa, in collaborazione con i referenti delle strutture e società del Gruppo competenti nei vari ambiti e coinvolte nel processo di redazione del documento.

L'individuazione dei temi rilevanti per il Gruppo e gli stakeholder, per la rendicontazione 2016, è avvenuta coinvolgendo interlocutori esterni e strutture aziendali del Gruppo (per maggiori dettagli si faccia riferimento alle pagine 24 e 25).

Per agevolare il lettore nell'individuazione delle informazioni e dei dati previsti dalle "G4 Sustainability Reporting Guidelines" e rendicontati nel Report di Sostenibilità è stato predisposto il "GRI Content Index" riportato alle pagine 64, 65, 66 e 67.

I dati economico-finanziari riportati all'interno del Report derivano da Relazione e Bilancio Consolidato del Gruppo Bipiemme al 31 dicembre 2016.

Come riferimento per la predisposizione del prospetto di determinazione del valore economico generato e distribuito si sono considerate le Linee guida ABI.

Il perimetro di rendicontazione dei dati socio-ambientali include le società che hanno rilevanza ai fini della sostenibilità e coincide con quello definito in Relazione e Bilancio Consolidato del Gruppo Bipiemme al 31 dicembre 2016. Le eventuali eccezioni rispetto a tale perimetro di rendicontazione sono opportunamente indicate all'interno del documento.

Nel corso dell'anno di rendicontazione, inoltre, non si segnalano cambiamenti significativi tali da influenzare la comparabilità dei dati presentati nel precedente Report. I dati contenuti nel presente Report si riferiscono a grandezze misurabili. Il ricorso a stime, laddove necessario, è stato opportunamente indicato nel documento.

Il Report di Sostenibilità 2016 è stato sottoposto all'esame limitato da parte di una società di revisione indipendente (KPMG S.p.A.) la cui relazione, che descrive le attività svolte e le conclusioni, è riportata alle pagine 68, 69 e 70.



Per informazioni sul Report si può scrivere all'indirizzo responsabilitasocialeimpresa@bpm.it.



PROSPETTO DI RICONDUZIONE

TEMA MATERIALE	DEFINIZIONE E RILEVANZA PER BPM	DOVE VIENE TRATTATO	ASPECT DI RIFERIMENTO GRI G4	INDICATORI GRI G4	IMPATTI INTERNI	IMPATTI ESTERNI
Gestione dei rischi	In tale ambito riguarda la capacità di un'impresa di utilizzare la gestione dei rischi per garantire la sostenibilità nel tempo del business. Una corretta gestione dei rischi è fondamentale per ogni impresa, in particolare per le imprese bancarie la cui attività si basa sulla fiducia.	Identità - Gestione dei rischi	/	G4-14	Gruppo BPM ¹	Tutti gli <u>stakeholder</u>
Governance e integrità aziendale	Riguarda l'insieme di regole che disciplinano la gestione e la direzione della Banca al fine di raggiungere gli obiettivi aziendali. Assetti organizzativi e di governo societario efficaci costituiscono una condizione essenziale per il perseguimento degli obiettivi aziendali e per il mantenimento del giusto equilibrio tra gli <u>stakeholder</u> .	Identità - Governance e integrità aziendale	/	G4-34	Gruppo BPM	Tutti gli <u>stakeholder</u>
Sicurezza del servizio informatico e tutela della privacy	Fa riferimento all'affidabilità dei sistemi informativi e delle operazioni svolte tramite supporti informatici in ottica di business continuity e di tutela dei dati relativi alla vita privata delle persone nell'ambito del rapporto con la Banca. Nell'ambito dell'attività bancaria si viene spesso in contatto con i dati personali delle persone con cui la Banca si rapporta, di conseguenza la gestione di tali dati deve avvenire nel rispetto della legge e della privacy delle persone.	Capitale Intellettuale - Innovazione	Customer Privacy	G4-PR8	Gruppo BPM	Clienti

¹ Include i dipendenti quali stakeholder interni del Gruppo.

TEMA MATERIALE	DEFINIZIONE E RILEVANZA PER BPM	DOVE VIENE TRATTATO	ASPECT DI RIFERIMENTO GRI G4	INDICATORI GRI G4	IMPATTI INTERNI	IMPATTI ESTERNI
Sviluppo, coinvolgimento del personale e welfare aziendale	<p>Riguarda crescita, coinvolgimento e valorizzazione dei dipendenti attraverso attività formative, opportunità professionali, interventi e iniziative finalizzati a incrementare il benessere organizzativo, individuale e familiare dei lavoratori.</p> <p>La gestione sostenibile delle risorse umane si manifesta principalmente come attenzione alle esigenze delle persone lungo tutto il ciclo di vita aziendale. Far coincidere gli obiettivi e i valori aziendali con le aspirazioni professionali e le aspettative dei lavoratori costituisce un fattore di successo e di contenimento dei rischi, in particolare per un'impresa di servizi in cui il capitale umano costituisce un asset fondamentale.</p>	Capitale Umano - Personale	<p>Employment</p> <p>Equal remuneration for women and man</p> <p>Occupational Health and Safety</p> <p>Training and Education</p>	<p>G4-LA 1</p> <p>G4-LA2</p> <p>G4-LA6</p> <p>G4-LA9</p>	<p>Gruppo BPM</p> <p>Gruppo BPM</p>	Clienti
Valorizzazione diversità e pari opportunità	<p>Si riferisce alla creazione di un ambiente di lavoro in grado di conciliare e valorizzare persone con caratteristiche e talenti differenti e di offrire loro pari opportunità di crescita all'interno dell'organizzazione. Valorizzazione delle persone e inclusione contribuiscono a creare un rapporto basato sulla fiducia sia tra colleghi sia tra dipendente e organizzazione, inoltre politiche di pari opportunità contribuiscono a diffondere una cultura del merito e del risultato.</p>	Capitale Umano - Personale	<p>Diversity and Equal Opportunity</p> <p>Non-discrimination</p>	<p>G4-LA 12</p> <p>G4-LA 13</p> <p>G4-HR3</p>	Gruppo BPM	

TEMA MATERIALE	DEFINIZIONE E RILEVANZA PER BPM	DOVE VIENE TRATTATO	ASPECT DI RIFERIMENTO GRI G4	INDICATORI GRI G4	IMPATTI INTERNI	IMPATTI ESTERNI
Sostegno all'imprenditoria e alle persone	Fa riferimento a politiche, azioni e iniziative commerciali rivolte a valorizzare il risparmio e sostenere l'economia reale. Il sostegno all'economia reale è uno dei temi più delicati degli ultimi anni, caratterizzati da una crisi di liquidità ed economica che ha messo in discussione il modello di sviluppo economico e sociale.	Capitale Relazionale - Imprese e persone	Product Portfolio	G4-FS6 G4-FS7 G4-FS8	Gruppo BPM	Clienti
Gestione sostenibile del credito	Si riferisce alla concessione del credito a persone e imprese in maniera sostenibile, ossia in un'ottica di reciproco vantaggio. L'allocazione del credito a soggetti meritevoli, ossia solidi dal punto di vista patrimoniale e finanziario e con una capacità prospettica di produrre reddito, tenendo conto della coerenza tra l'affidamento concesso e le effettive esigenze del cliente, è un requisito fondamentale per supportare in maniera sostenibile l'economia reale da una parte e garantire redditività ed equilibrio patrimoniale alla Banca dall'altro.	Capitale relazionale - Imprese e persone Capitale finanziario	/	2	Gruppo BPM	Clienti
Qualità e trasparenza del servizio	Si intende un servizio che risponda alle esigenze della clientela in maniera trasparente, ossia trasferendo al cliente una serie di informazioni rivolte a renderlo consapevole delle proprie scelte. Qualità e trasparenza sono requisiti fondamentali di una relazione soddisfacente per le parti e duratura nel tempo.	Capitale Relazionale - Imprese e persone	Product and service labelling	G4-PR5	Gruppo BPM	Clienti

² Riguardo alla tematica in oggetto (non direttamente collegata ad un aspect previsto dalle linee guida GRI G4), BPM riporta nel documento l'approccio di gestione e i relativi indicatori.

TEMA MATERIALE	DEFINIZIONE E RILEVANZA PER BPM	DOVE VIENE TRATTATO	ASPECT DI RIFERIMENTO GRI G4	INDICATORI GRI G4	IMPATTI INTERNI	IMPATTI ESTERNI
Innovazione nei servizi alla clientela	In tale ambito l'innovazione è considerata una leva di <u>sostenibilità</u> , in relazione alla capacità sia di adattarsi alle nuove esigenze e ai cambiamenti sociali e culturali sia di sfruttare la tecnologiche per rendere il servizio più efficiente ed efficace. È un tema di value proposition dell'azienda bancaria che si misura anche nella capacità di aggiungere continuamente valore a servizi tradizionali.	Capitale intellettuale - Innovazione	/	3	Gruppo BPM	Clienti
Solidità patrimoniale e redditività	Si fa riferimento agli indicatori di solidità patrimoniale e di redditività del Gruppo. Una patrimonializzazione e una redditività adeguata è fondamentale per svolgere con efficacia l'attività bancaria e remunerare i principali <u>stakeholder</u> nel medio-lungo periodo.	Identità - Profilo del Gruppo, Brand e numeri chiave Capitale finanziario	Economic Performance	G4-EC1	Gruppo BPM	Azionisti e altri investitori
Riduzione impatto ambientale	Si intende la riduzione del consumo di risorse impiegate nelle attività aziendali. Le attività svolte della Banca possono avere un impatto diretto e indiretto sulle risorse naturali e i cambiamenti climatici possono costituire elementi di rischio sia per la Banca sia per la sostenibilità del sistema nel complesso.	Capitale naturale - Ambiente	Energy Emissions	G4-EN2 G4-EN3 G4-EN19	Gruppo BPM	Comunità Ambiente

³ Riguardo alla tematica in oggetto (non direttamente collegata ad un aspect previsto dalle linee guida GRI G4), BPM riporta nel documento l'approccio di gestione e i relativi indicatori.

TEMA MATERIALE	DEFINIZIONE E RILEVANZA PER BPM	DOVE VIENE TRATTATO	ASPECT DI RIFERIMENTO GRI G4	INDICATORI GRI G4	IMPATTI INTERNI	IMPATTI ESTERNI
Supporto al Terzo Settore	<p>Riguarda il sostegno ad organizzazioni no-profit tramite sponsorizzazioni a scopo sociale, elargizioni benefiche e la concessione di beni aziendali (quali ad esempio gli spazi nelle sedi). Le organizzazioni senza scopo di lucro costituiscono una componente fondamentale della società, in quanto da una parte svolgono attività di forte rilevanza sociale e dall'altra rappresentano una realtà in forte crescita sul territorio nazionale e un'opportunità per la Banca.</p>	Capitale relazionale - Comunità	<p>Indirect economic impacts Economic performance</p>	G4-EC7	Gruppo BPM	Comunità
Lotta alla corruzione	<p>Si riferisce al contrasto della corruzione in ogni sua forma e delle attività illecite ad essa legate. La corruzione, oltre ad essere uno dei principali reati presupposto al riciclaggio di denaro, rappresenta un grande ostacolo allo sviluppo sostenibile delle imprese e dei Paesi, in quanto rallenta la crescita economica, ostacola i soggetti meritevoli, distorce la concorrenza fra le imprese e può causare rischi legali e reputazionali per le aziende.</p>	Identità - <u>Governance</u> e integrità aziendale	Anti-corruption	G4-SO4	Gruppo BPM	Tutti gli <u>stakeholder</u>

GRI CONTENT INDEX

KPMG S.p.A. ha svolto un esame limitato ("limited assurance engagement") sul Report di Sostenibilità 2016 del Gruppo BPM esprimendo le sue conclusioni sul Report di Sostenibilità nel suo complesso. Per quanto riguarda lo scope delle attività svolte si rimanda alla Relazione della Società di revisione indipendente sul Report di Sostenibilità riportata alle pagine 68, 69 e 70.

GRI CONTENT INDEX

Standard Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Numero di pagina (o riferimento diretto)	Omissioni	Assurance Esterna pag. 68
GENERAL STANDARD DISCLOSURES				
STRATEGIA E ANALISI				
G4-1	Dichiarazione del Presidente e dell'Amministratore Delegato	"Verso il futuro insieme"		✓
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE				
G4-3	Nome dell'organizzazione	16, 58		✓
G4-4	Principali marchi, prodotti e/o servizi	16		✓
G4-5	Sede principale	16; STAT: 6		✓
G4-6	Paesi di operatività	17		✓
G4-7	Assetto proprietario e forma legale	16-18; STAT: 6-9		✓
G4-8	Mercati serviti	17		✓
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	17		✓
G4-10	Numero di dipendenti per tipo di contratto, regione e genere	42-48; Numero dipendenti per tipologia di contratto: tempo indeterminato 7.615 (Uomini: 3.956, Donne: 3.659), tempo determinato 9 (Uomini: 4, Donne: 5) e apprendistato 49 (Uomini: 17, Donne: 32); Numero dipendenti a tempo indeterminato per inquadramento: Dirigenti 145 (Uomini: 127, Donne: 18), Quadri 2.814 (Uomini: 1.825, Donne: 989) e Altro personale 4.538 (Uomini: 1.950, Donne: 2.588)		✓
G4-11	Percentuale dei dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	Tutti i dipendenti delle Banche del Gruppo sono coperti dal Contratto Collettivo Nazionale del Credito sottoscritto con le Organizzazioni Sindacali		✓
G4-12	Descrizione della catena di fornitura (attività, prodotti, numero dei fornitori, fornitori suddivisi per area geografica, valore dell'ordinato)	35		✓
G4-13	Modifiche significative durante il periodo di rendicontazione riguardanti le dimensioni del Gruppo, la struttura, la proprietà, o la catena dei fornitori	58		✓
G4-14	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	19-21		✓
G4-15	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	20		✓
G4-16	Appartenenza ad associazioni e organizzazioni di sostegno nazionale o internazionale	29, 48, 51		✓
TEMI MATERIALI IDENTIFICATI E PERIMETRO DEL REPORT				
G4-17	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nel bilancio di sostenibilità	16, 58; BC16: 37-38		✓
G4-18	Processo per la definizione dei contenuti	"Guida alla lettura", 24, 58		✓

CE: Codice Etico del Gruppo BPM; BC16: Relazioni e Bilancio 2016 del Gruppo BPM e della Banca Popolare di Milano; STAT: Statuto aggiornato con le modifiche approvate dal Consiglio di Gestione del 6 agosto 2015.

Standard Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Numero di pagina (o riferimento diretto)	Omissioni	Assurance Esterna pag. 68
G4-19	Aspetti materiali identificati	24-25, 59-63		✓
G4-20	Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro interno all'organizzazione	59-63		✓
G4-21	Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro al di fuori dell'organizzazione	59-63		✓
G4-22	Spiegazione degli effetti di cambiamenti di informazioni inserite nei precedenti bilanci e relative motivazioni	58		✓
G4-23	Cambiamenti significativi rispetto al precedente bilancio	58		✓
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER				
G4-24	Elenco degli stakeholder coinvolti	23		✓
G4-25	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	23		✓
G4-26	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	23-25, 30, 36, 46		✓
G4-27	Aspetti chiave e critiche emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni (stakeholder engagement)	23-25, 30, 36, 46		✓
PARAMETRI DEL REPORT				
G4-28	Periodo di rendicontazione	58		✓
G4-29	Data di pubblicazione del precedente bilancio	58		✓
G4-30	Periodicità di rendicontazione	58		✓
G4-31	Contatti e indirizzi per informazioni sul bilancio	"Guida alla lettura", 58		✓
G4-32	GRI content index e scelta dell'opzione "in accordance"	58		✓
G4-33	Attestazione esterna	68-70		✓
GOVERNANCE				
G4-34	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati del più alto organo di governo. Presenza di altri comitati responsabili delle scelte su tematiche socio-ambientali	18		✓
ETICA E INTEGRITÀ				
G4-56	Valori, principi, standard, codici di condotta e codici etici	19		✓
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
CATEGORIA: PERFORMANCE ECONOMICA				
ASPETTO: PERFORMANCE ECONOMICA				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	22, 62		✓
G4-EC1	Valore economico diretto generato e distribuito	22		✓
ASPETTO: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	31-34, 63		✓
G4-EC7	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità"	31-34		✓
ASPETTO: PRATICHE DEGLI ACQUISTI				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	35		✓



Standard Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Numero di pagina (o riferimento diretto)	Omissioni	Assurance Esterna pag. 68
G4-EC9	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	35		✓
CATEGORIA: PERFORMANCE AMBIENTALE				
ASPETTO: MATERIALI				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	54, 62		✓
G4-EN1	Materiali utilizzati suddivisi per peso e volume	54		✓
G4-EN2	Percentuale di materiali utilizzati che provengono da riciclaggio	54		✓
ASPETTO: ENERGIA				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	54, 62		✓
G4-EN3	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	54		✓
ASPETTO: EMISSIONI				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	54, 62		✓
G4-EN15	Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)	54		✓
G4-EN16	Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (Scope 2)	Le emissioni derivanti dai consumi indiretti di energia (Scope 2) sono considerate pari a zero in quanto l'energia acquistata da terzi deriva da <u>fonti rinnovabili</u>		✓
G4-EN19	Riduzione delle emissioni di gas serra	54		✓
CATEGORIA: PERFORMANCE SOCIALE				
SOTTOCATEGORIA: PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE				
ASPETTO: OCCUPAZIONE				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	43, 60		✓
G4-LA1	Numeri totali e tassi di nuove assunzioni e di turnover del personale per età, genere e area geografica	43; Totale assunzioni per genere: 10 uomini, 3 donne; per fasce di età: <30 (6), 30<x<50 (6), >50 (1); Totale cessazioni per genere: 48 uomini, 28 donne; per fasce di età: <30 (8), 30<x<50 (41), >50 (27); Tasso di assunzione: 0,17; Tasso di cessazione 0,98		✓
G4-LA2	Benefit forniti ai dipendenti a tempo pieno che non sono forniti ai dipendenti part-time, per attività principali	45		✓
ASPETTO: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	45-46, 60		✓
G4-LA6	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per regione e per genere	46; Totale infortuni: 91 (Uomini: 49, Donne: 42); Giornate di lavoro perse: 2.818 (Uomini: 1.828, Donne: 990)		✓
ASPETTO: FORMAZIONE E ISTRUZIONE				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	44-45, 60		✓
G4-LA9	Ore di formazione medie per dipendente per genere e per categoria di dipendente	44; Ore medie di formazione procapite: uomini 43,6, donne 43,2; Ore medie di formazione per inquadramento: Dirigenti 61,2, Quadri 43,0 e Altro personale 43,1		✓
ASPETTO: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	48, 60		✓



Standard Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Numero di pagina (o riferimento diretto)	Omissioni	Assurance Esterna pag. 68
G4-LA 12	Composizione degli organi di governo e suddivisione dei dipendenti per categoria rispetto al genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	18, 48		✓
ASPETTO: EQUA REMUNERAZIONE PER DONNE E UOMINI				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	47, 60		✓
G4-LA 13	Rapporto dello stipendio base e della remunerazione delle donne rispetto a quello degli uomini	47		✓
SOTTOCATEGORIA: DIRITTI UMANI				
ASPETTO: NON DISCRIMINAZIONE				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	48, 60		✓
G4-HR3	Episodi di discriminazione e azioni intraprese	48		✓
SOTTOCATEGORIA: SOCIETÀ				
ASPETTO: ANTI-CORRUZIONE				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	63		✓
G4-SO4	Comunicazione e formazione sulle procedure e politiche anti-corruzione	20		✓
SOTTOCATEGORIA: RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO				
ASPETTO: ETICHETTATURA DEI PRODOTTI E SERVIZI				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	30, 61		✓
G4-PR5	Risultati delle indagini di soddisfazione dei clienti	30		✓
ASPETTO: PRIVACY DEI CONSUMATORI				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	51, 59		✓
G4-PR8	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	51		✓
INDICATORI DEL "G4 SECTOR DISCLOSURES" RELATIVO AI "FINANCIAL SERVICES"				
ASPETTO: PORTAFOGLIO PRODOTTI				
G4-DMA	Modalità di gestione dell'aspetto	61		✓
G4-FS6	Portafoglio clienti	28		✓
G4-FS7	Prodotti e servizi con finalità sociali	29		✓
G4-FS8	Prodotti e servizi con finalità ambientali	55		✓



KPMG S.p.A.
 Revisione e organizzazione contabile
 Via Vittor Pisani, 25
 20124 MILANO MI
 Telefono +39 02 6763.1
 Email it-fraudtally@kpmg.it
 PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sul report di sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione di
 Banco BPM S.p.A.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato ("limited assurance engagement") del report di sostenibilità del Gruppo Bipiemme (di seguito "il Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016.

Responsabilità degli amministratori per il report di sostenibilità

Gli amministratori di Banco BPM S.p.A. sono responsabili della redazione del report di sostenibilità in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative, indicate nel paragrafo "Nota metodologica" del report di sostenibilità, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un report di sostenibilità che non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli amministratori di Banco BPM S.p.A. sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Abbiamo rispettato i principi sull'indipendenza e gli altri principi etici del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere una conclusione sul report di sostenibilità sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised)* - *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial*

KPMG S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano e fa parte del network KPMG di entità indipendenti affiliate a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), entità di diritto svizzero.

Ancona Aosta Bari Bergamo
 Bologna Bolzano Brescia
 Catania Como Firenze Genova
 Lecce Milano Napoli Novara
 Padova Palermo Parma Perugia
 Pescara Roma Torino Treviso
 Trieste Varese Verona

Società per azioni
 Capitale sociale:
 Euro 9.525.650,00 i.v.
 Registro Imprese Milano e
 Codice Fiscale N. 00709600159
 R.E.A. Milano N. 512867
 Partita IVA 00709600159
 VAT number IT00709600159
 Sede legale: Via Vittor Pisani, 25
 20124 Milano MI ITALIA



Gruppo Bipiemme
Relazione della società di revisione indipendente sul report di sostenibilità
31 dicembre 2016

Information (ISAE 3000 Revised), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il report di sostenibilità non contenga errori significativi.

Le procedure svolte si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione del report di sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli, riscontri e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Tali procedure hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del report di sostenibilità, nei quali si articolano le *G4 Sustainability Reporting Guidelines*. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Valore economico 2016" del report di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2016, sul quale altro revisore ha emesso la relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del D. Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39, in data 15 marzo 2017;
- 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;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel report 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;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel report di sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con il personale della Direzione di Banca Popolare di Milano S.c.a.r.l. e con il personale di Banca Akros S.p.A., ProFamily S.p.A., al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del report 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 report di sostenibilità;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del report 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 report di sostenibilità;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel report di sostenibilità rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli amministratori per il report di sostenibilità" della presente relazione;
- 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;



Gruppo Bipiemme
Relazione della società di revisione indipendente sul report di sostenibilità
31 dicembre 2016

— ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Banco BPM S.p.A. sulla conformità del report di sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo "Responsabilità degli amministratori per il report di sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

GRUPPO 

I dati e le informazioni oggetto dell'esame limitato sono riportati, come previsto dalle *G4 Sustainability Reporting Guidelines*, nella tabella del *GRI Content Index* del report di sostenibilità.

Il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("*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.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il report di sostenibilità del Gruppo Bipiemme al 31 dicembre 2016 non sia stata redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del report di sostenibilità.

Richiamo di informativa

Senza modificare le nostre conclusioni, segnaliamo che, come illustrato nella "Nota metodologica", con efficacia a decorrere dal 1° gennaio 2017 si è perfezionata la fusione di Banca Popolare di Milano S.c.a.r.l. con il Banco Popolare Società Cooperativa che ha portato alla costituzione di Banco BPM S.p.A.. La prima sezione del report di sostenibilità "Gruppo Banco BPM - Come creiamo valore sostenibile nel tempo" è finalizzata a presentare il nuovo Gruppo Banco BPM, la seconda sezione "Gruppo BPM: Identità e creazione di valore" è relativa al Gruppo Bipiemme e alle sue performance di sostenibilità al 31 dicembre 2016.

Milano, 5 aprile 2017

KPMG S.p.A.

Roberto Fabbri
Socio



GLOSSARIO

AIRB (Advanced Internal Rating Based) modelli per la valutazione del rischio che le banche effettuano internamente sui debitori.

Asset management: gestione delle risorse materiali e immateriali dell'azienda.

Banca Centrale Europea: la BCE, con sede a Francoforte, in Germania, è incaricata dell'attuazione della politica monetaria per i paesi che hanno aderito alla moneta unica e ha l'obiettivo di garantire la stabilità dei prezzi all'interno della "zona euro". L'istituto ha assunto, inoltre, le competenze di vigilanza bancaria per quanto riguarda i gruppi bancari significativi dell'area euro.

Batch: processo di elaborazione e codificazione di dati a livello informatico.

Best practice: insieme delle attività che favoriscono il raggiungimento dei migliori risultati.

Big Data: estesa raccolta di dati che richiede tecnologie e metodi analitici specifici per l'estrazione di valore.

Brand: un nome, un segno, un simbolo o un disegno che identifica una impresa e distingue i prodotti e i servizi commercializzati differenziandoli rispetto a quelli della concorrenza.

CO2: anidride carbonica.

Coaching: strategia di formazione che si propone di operare una trasformazione che possa migliorare e amplificare le potenzialità manageriali dell'individuo.

Common Equity Tier 1 (CET 1): è il rapporto tra il patrimonio di classe 1 (rappresentato principalmente dal capitale ordinario versato) e le attività ponderate per il rischio.

Compliance: termine inglese che indica la conformità alle norme di legge.

Core business: attività principale.

Corporate: fascia di clientela corrispondente alle imprese di grande dimensione.

Crediti deteriorati: impieghi bancari esposti a una possibile perdita di valore e di conseguenza associati a un alto livello di rischio.

Criteri ESG (Environmental, Social and Governance): criteri socio-ambientali e di governance.

Customer oriented: orientato alla soddisfazione dei bisogni del cliente.

Customer satisfaction: soddisfazione del cliente, rappresenta l'obiettivo principale di un'azienda orientata al marketing, i cui sforzi tendono allo sviluppo di una relazione di qualità con la clientela.

Deal: affare

Equity: mezzi propri di un'impresa in contrapposizione ai mezzi di terzi (debiti).

Engagement: coinvolgimento.

Fonti rinnovabili: risorse naturali che si rigenerano almeno alla stessa velocità con cui vengono consumate.

Follower: chi segue un blog o una pagina personale su un social network.

Funding mix: raccolta fondi diversificata

FTSE Italia All Share Banks: indice che raggruppa i titoli bancari quotati nella Borsa Italiana.

Giga joule (GJ): equivalente a un miliardo di joule, unità di misura dell'energia, del lavoro e del calore.

Global Inclusion: politica di inclusione e valorizzazione delle diversità professionali e personali delle risorse umane.

Global Reporting Initiative (GRI): linee guida internazionali per la elaborazione di un Report di Sostenibilità, che fornisce elementi conoscitivi sull'organizzazione che lo realizza sotto il profilo economico, ambientale e sociale tramite indicatori di performance. Attualmente sono utilizzate le linee GRI G4.

Governance: insieme degli strumenti e delle norme che regolano la vita societaria riferibile in particolare alla trasparenza dei documenti, degli atti sociali e alla completezza dell'informativa al mercato.

ICT: tecnologie di informazione e comunicazione.

Income: reddito, entrate.

International Integrated Reporting Council (IIRC): organizzazione internazionale il cui scopo istituzionale è lo sviluppo di standard di rendicontazione integrata.

Intranet: strumento di comunicazione interna basato sull'utilizzo di reti informatiche.

Microcredito: finanziamenti di piccolo importo concessi a soggetti che tipicamente non dispongono dei requisiti necessari per accedere al credito ordinario.

Mission: orientamento finalistico verso i macro obiettivi di fondo, espressione delle ragioni d'essere di ciascuna azienda.

Mobile Device: dispositivi elettronici utilizzabili in mobilità (es. telefoni cellulari, smartphone, tablet).

Multichannel: possibilità di usufruire di diversi strumenti di contatto con la clientela, come ad esempio, le filiali, il call center, l'home banking, ecc.



NEET (Not in Education, Employment or Training):

popolazione di età compresa tra i 15 e i 29 anni che non è né occupata né inserita in un percorso di istruzione o di formazione.

Networking: condivisione di progetti lavorativi.

NPL (Non Performing Loan): crediti deteriorati

One to one: rapporto commerciale o finanziario che si esplica direttamente tra due soggetti.

Policy: serie di principi fondamentali e linee guida, formulate ed eseguite da una organizzazione, per dirigere la propria azione.

Prelievo cardless: servizio che permette di prelevare contante presso gli sportelli Bancomat attraverso un dispositivo mobile, senza l'utilizzo della tessera Bancomat.

Private banking: modello evoluto di consulenza con offerta dedicata alla gestione personalizzata di importanti patrimoni.

Radon: gas radioattivo.

Restyling: rivisitazione dello stile delle filiali senza stravolgerne l'impostazione iniziale.

Retail: prestazione di un servizio o vendita di un prodotto al grande pubblico consumatori/utenti.

Return on Tangible Equity (Rote): è un indicatore che misura la redditività di una banca e si calcola dividendo l'utile netto per il patrimonio tangibile (cioè il patrimonio al netto degli attivi immateriali).

Risk Management: termine inglese per indicare la gestione dei rischi.

Road show: eventi di incontro con la rete sui territori.

ROE (Return On Equity): è un indicatore che misura la redditività di una banca e si calcola dividendo l'utile netto per il patrimonio netto.

Shadow banking: sistema bancario collaterale che comprende mercati, istituzioni e intermediari che erogano servizi bancari senza essere soggetti alla relativa regolamentazione.

Social network: strumenti di incontro virtuale che utilizzano tecnologia web (es. Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram...).

Sostenibilità: capacità di coinvolgere i principali portatori di interesse e includerne le istanze sociali all'interno delle politiche aziendali al fine di preservare l'impresa nel medio-lungo termine.

SREP (Supervisory Review and Evaluation Process): processo di revisione e di valutazione, da parte della Bce, dei rischi rilevanti a cui le banche sono esposte nel loro business e dei presidi messi in atto per controllarli.

Stakeholder: termine inglese per identificare i portatori di interesse, ossia quei soggetti che hanno un interesse particolare nell'esistenza di un'impresa.

Storytelling: raccontare storie/attività/esperienze con finalità di promozione aziendale.

Sustainability Investing: investimenti sostenibili e responsabili (ISR) nel tempo.

Talent management: gestione del talento, sviluppo e integrazione delle competenze del personale.

Team building: nell'ambito delle risorse umane, costituisce un insieme di attività formative (ludiche, esperienziali o di benessere), il cui scopo è la formazione di un gruppo di persone e l'accrescimento dello spirito di squadra.

Texas Ratio: è un indicatore di rischiosità che misura il rapporto tra i crediti deteriorati lordi e la somma tra il patrimonio tangibile (patrimonio al netto delle attività immateriali) e gli accantonamenti.

Vision: proiezione di uno scenario futuro che rispecchia i valori e le aspirazioni che guidano l'attività aziendale.

Welfare: l'insieme delle iniziative che un'organizzazione può attivare per migliorare la qualità della vita dei propri dipendenti fuori e dentro l'azienda.

Wearable device: dispositivi tecnologici digitali che possono essere indossati (es. smartwatch).

Whistleblowing: riguarda la possibilità di segnalare atti o fatti che possono costituire una violazione delle norme disciplinanti l'attività bancaria e che possano danneggiare clienti, colleghi, azionisti, il pubblico o la stessa reputazione aziendale.

Work life balance: flessibilità e ricerca di un corretto equilibrio tra vita privata e lavorativa.



Progetto grafico a cura di



MERCURIO_{GP}
www.mercuriogp.eu

