

INTERVENTO ALL'ASSEMBLEA DEI SOCI DELLA BANCA POPOLARE DI MILANO – MILANO 27 APRILE 2013

Gianni Vernocchi di “Etica, dignità e valori – Associazione Stakeholders Aziende di Credito Onlus”, che ha come scopo la promozione dell'etica finanziaria e della responsabilità sociale d'impresa.

Nel corso dei nostri interventi in questa Assemblea il 25 aprile 2009, del 17 aprile 2010 e del 30 aprile 2011 e 20 aprile 2012 formulammo l'auspicio che la Banca Popolare di Milano, fedele ai suoi valori costitutivi, promuovesse politiche creditizie per la famiglia, in particolare per le giovani coppie, per la natalità e per l'imprenditoria familiare.

Ci permettiamo in questa opportuna sede istituzionale di fornire alcuni suggerimenti utili a migliorare il Bilancio sociale ed il profilo valoriale dell'attività del gruppo bancario, in particolare:

Politiche creditizie per la famiglia e per la natalità

La famiglia nella rendicontazione del bilancio di sostenibilità resta dispersa nell'ambito del capitolo generale riguardante i “clienti”, mentre alla “tutela dell'ambiente”, generalmente nei bilanci sociali dei gruppi bancari viene riservato un apposito e positivo spazio a parte. L'imprenditoria familiare ha rappresentato l'architrave dello sviluppo economico del paese nel dopoguerra e continua ad esprimere un elemento centrale del sistema manifatturiero nazionale.

Domandiamo che alla famiglia sia destinato un apposito capitolo del bilancio sociale del gruppo, sia per evidenziare specifiche iniziative “straordinarie” (sospensione rate mutui, prestito Abi/Cei alle famiglie ecc) promosse a seguito della crisi, sia per illustrare forme di supporto all'attività ordinaria delle famiglie consumatrici ed in particolare delle imprese familiari, sui temi del credito, della dell'internazionalizzazione, dei servizi e della consulenza.

Anche verso i dipendenti del gruppo, occorre rafforzare le iniziative per promuovere e potenziare la cellula fondamentale della società (tempi famiglia-lavoro, nessuna penalizzazione “per maternità” nella crescita professionale al rientro al lavoro, forme di supporto alla nascita dei figli, ecc).

Di primaria importanza l'attenzione alla demografia del paese la cui dinamica è strettamente correlata con lo sviluppo economico, stante l'impressionante declino registrato nell'ultimo quarantennio (i giovani under 18, erano 17 milioni nel 1971 mentre oggi sono circa 11 milioni), con iniziative di stimolo alla natalità.

Un piccolo segno di attenzione, simbolico ma molto incoraggiante, potrebbe risultare il rafforzamento da parte del gruppo del “Fondo di Credito per i nuovi nati”, istituito dall'ABI e della Presidenza del Consiglio, come auspicato già nel nostro precedente contributo.

La sfida demografica e il rilancio dell'istituzione familiare sono fattori centrali; non ci saranno solide riprese del Pil ma piuttosto un sempre più impressionante impoverimento collettivo, se continuerà la moria dell'imprenditoria familiare derivante dalla dissoluzione culturale ed antropologica della famiglia, congiunto con il marcato invecchiamento della popolazione.

Politiche commerciali e tutela del risparmio

Sarebbe opportuno migliorare l'informativa del Bilancio sociale, rendicontando specificamente i margini di guadagno commissionali per la banca e la misura del

rendimento riservato al cliente, in relazione ai prodotti finanziari collocati alla clientela ed oggetto di specifiche politiche commerciali.

Ciò tramite l'utilizzo dello strumento dell'estrazione a sorteggio di alcuni prodotti finanziari collocati alla clientela e la loro esposizione nel bilancio sociale (tipologia / commissioni-provvigioni banca / rendimenti cliente) per favorire una più efficace tutela del valore costituzionale del risparmio e per contribuire con una rinnovata trasparenza al rafforzamento del patrimonio reputazionale del gruppo bancario.

Politiche formative su Responsabilità Sociale d'Impresa e sull'etica finanziaria

Da potenziare le politiche formative rivolte al personale sulla CSR e sui temi dell'etica economica e finanziaria, così come le iniziative promosse sul territorio dal gruppo per far conoscere il valore del denaro e del risparmio ai giovani, ad esempio, tramite iniziative presso le scuole, sempre orientati a servizio degli autentici bisogni della persona, della famiglia e delle comunità.

Confidiamo che tali iniziative possano trovare uno spazio nel bilancio sociale del gruppo.

Sarebbe opportuno infine, che l'Ufficio del gruppo bancario che si occupa della CSR fornisca un parere vincolante sulla designazione dei nuovi futuri dirigenti del gruppo, anche per far divenire l'etica finanziaria ed economica e la Responsabilità Sociale d'impresa valori fondanti tenuti in considerazione nella selezione e nella formazione della nuova classe dirigente.

Retribuzioni / sistemi premianti

Va ampliata l'informativa nel Bilancio Sociale della rendicontazione sull'ammontare dei compensi al top-management ed agli amministratori ed il confronto tra questi, e le retribuzioni delle Aree Professionali impiegate.

Tale forbice si è ampliata negli ultimi dieci-quindici anni, una prassi non giustificata dagli andamenti economici delle banche ed in ogni caso, non coerente con l'obiettivo fondamentale di ricostruire il rapporto fiduciario e la credibilità reputazionale del comparto credito nei confronti di clienti, famiglie ed istituzioni territoriali.

Confidiamo che specifici dati sui compensi vengano rassegnati e monitorati nel bilancio sociale, con l'impegno a ridurre significativamente ogni anno lo spread retributivo tra il vertice e la base della piramide.

Rating di merito creditizio del cliente prenditore e Responsabilità Sociale d'Impresa

Auspichiamo che il gruppo bancario possa promuovere di un rating di merito creditizio del cliente-prenditore, che consideri anche la CSR ed il valore del progetto imprenditoriale e non solo le potenzialità reddituali, patrimoniali e le garanzie personali o reali che il cliente prenditore pone a supporto della sua richiesta di fido.

Politiche creditizie di buon vicinato

Siamo particolarmente favorevoli ad una rendicontazione nel bilancio sociale, che evidenzi il numero delle imprese finanziate e gli importi complessivi, anche con l'ausilio del credito assicurato tramite le istituzioni deputate, al fine di promuovere uno sviluppo reciproco con i paesi in via di sviluppo e di nuova industrializzazione, in particolare con i paesi del bacino del Mediterraneo e la vicina Africa, il continente più giovane del mondo.

Da coltivare infine i processi di internazionalizzazione del gruppo, relazionandosi con istituzioni creditizie e finanziarie dei paesi emergenti e di nuova industrializzazione, incoraggiando così forme di partnership societarie, finanziarie ed economiche, che siano strettamente collegate anche ad iniziative culturali e di promozione umana per politiche di buon vicinato e di pace.

Azionisti

Formuliamo l'auspicio che, al fine di valorizzare i rapporti con il corpo sociale nei momenti istituzionali di confronto, i temi di interesse generale sottoposti dagli azionisti nella sede delle assemblee dei soci della banca, vengano esposte nel bilancio sociale, con le risposte e gli impegni assunti dal gruppo, motivando altresì gli eventuali casi di diniego.

Confidiamo, su qualcuno di questi punti, di poter sviluppare un confronto con il competente Ufficio di Responsabilità Sociale di BPM, così come sta avvenendo per altri gruppi bancari, tutt'altro che marginali, come Unicredit e Intesa Sanpaolo, all'insegna di un autentico spirito di gratuità e di dono.

Gentili Signori e carissimi soci,

In occasione della grande crisi agraria di fine ottocento che condusse alla prima guerra mondiale in una situazione di grande crescita della povertà (materiale e spirituale) congiunta ad una desolante pochezza di risposte politiche ed istituzionali, che ha per certi versi molte analogie con i tempi presenti, Luigi Luzzati disse: "La crisi mise in splendida evidenza le qualità delle banche che avevano resistito nella lieta fortuna a ogni illusione ed a ogni smodato desiderio di lucro, ottenendo il compenso nell'incremento del loro credito e della pubblica fiducia."

Nel 1881 così egli scrisse all'allora Presidente della Banca Popolare di Milano Lisiade Pedroni: "Chi opera nelle Banche Popolari sa che noi non facciamo soltanto un affare, ma compiamo un dovere; a noi non punge lo studio di soverchi lucri, ma un alto senso di solidarietà sociale."

Questo gigante, fondatore della BPM e padre del credito popolare e cooperativo ci insegna che non conta la dimensione di una banca o la sua grande capacità di creare redditività, ma conta piuttosto il come si fa banca, con quale cuore si fa credito e si fa finanza.

Da qui il nostro auspicio ed il nostro augurio ai dipendenti, alla clientela, ai soci ed alle massime autorità istituzionali della banca e del gruppo di guardare ai valori autentici dell'agire economico e finanziario, che rappresentano sempre la via stretta ma limpida per ottenere risultati a servizio della propria comunità territoriale e per il futuro stesso dell'Istituzione creditizia nell'unità e nella condivisione delle scelte strategiche.

Grazie ed un caloroso saluto.

Il simbolo di E.D.I.V.A è l'Araba Fenice che intende rappresentare la grandezza dell'etica, della dignità e dei valori, sempre presenti nella nostra quotidianità e sempre in grado di risorgere e di ricrescere, nonostante le infedeltà, le pochezze e gli errori della nostra condizione umana, quali doni divini.