



POLICY DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT
GRUPPO BANCARIO CRÉDIT AGRICOLE ITALIA

Approvata dal Consiglio di Amministrazione di Crédit Agricole Italia il 19/03/2024

1. PRINCIPI GENERALI

Il Gruppo Bancario Crédit Agricole Italia (di seguito anche “Gruppo”) è impegnato nell'attuazione di strategie di sostenibilità che si sviluppano sul medio lungo termine tenendo conto degli interessi espressi dagli interlocutori rilevanti (Stakeholder) per le società del Gruppo.

Per questo, il Piano a Medio Termine di Gruppo (PMT), in coerenza con la Raison d’Être “Agire ogni Giorno nell’Interesse dei nostri Clienti e della Società”, promuove la transizione ambientale e sociale, secondo un modello di sviluppo sostenibile che punta alla creazione di valore a beneficio dei Clienti e dei territori, con l’obiettivo di consolidare il ruolo di Banca di prossimità.

Per il Gruppo, costruire un futuro sostenibile significa anche gestire in maniera attenta e trasparente il rapporto con gli Stakeholder, in una ottica di coinvolgimento o engagement, al fine di ascoltare, comprenderne le aspettative, mettere in campo le iniziative più adeguate per orientare il modello e la strategia aziendale.

Nel quadro della *corporate social responsibility*, vi è l’impegno del Gruppo di valorizzare le caratteristiche identitarie dei propri Stakeholder per assicurare il rispetto della diversità e la piena inclusione e consentire a ciascuno di esprimere il proprio contributo. In particolare, il dialogo con Azionisti, Clienti, Fornitori, Dipendenti, comunità finanziaria, società civile e rappresentanti dei territori in cui il Gruppo opera è uno strumento fondamentale per accrescere la capacità di interpretare il mercato, fare innovazione, garantire il buon funzionamento del modello di business e generare valore condiviso per tutti gli Stakeholder.

Il presente documento rappresenta una sintesi della Policy di Stakeholder Engagement in cui il Gruppo ha declinato i passaggi chiave, ruoli e responsabilità del processo di stakeholder engagement.

2. OBIETTIVI

Il Gruppo attraverso un efficace processo di engagement si propone di raggiungere diversi obiettivi importanti, tra i quali: rafforzare la strategia di sostenibilità ed evolvere il modello di business in chiave ESG, realizzare la missione di banca di prossimità in logica di accompagnamento nelle grandi trasformazioni, confermarsi come interlocutore stabile per le controparti, rafforzare la fiducia degli Stakeholder nel Gruppo, condividere le sfide nella transizione ecologica, valorizzare le persone che lavorano nel Gruppo.

3. FASI DEL PROCESSO DI ENGAGEMENT DEGLI STAKEHOLDER

Il processo di stakeholder engagement, ispirato ai riferimenti metodologici delle linee guida AA1000SES, è di natura circolare, integrato nella governance aziendale e si articola nelle seguenti fasi:

1. Mappatura degli stakeholder. Il Gruppo identifica, con aggiornamento almeno annuale, tutti i soggetti che possono esercitare un'influenza sul Gruppo stesso oppure subirne l'influenza.

2. Strategia e modalità di ingaggio. Per realizzare l’effettiva inclusione degli Stakeholder sono definiti e attuati processi specifici di ingaggio, con attenzione alla frequenza delle interazioni, ai canali di comunicazione e di ascolto e all’adeguatezza delle informazioni divulgate.

Gli Stakeholder partecipano regolarmente all’identificazione e prioritizzazione degli argomenti di sostenibilità più rilevanti sui quali avviare un ingaggio, tenendo conto dell’impatto delle attività del Gruppo sulle persone e sull’ambiente esterno (materialità di impatto) e dell’incidenza delle questioni di sostenibilità sulla situazione e i risultati aziendali (materialità finanziaria).

3. Esiti del processo e piano di azione. Gli esiti delle attività di ingaggio sono analizzati e, quando necessario, vengono elaborati piani di azione in risposta agli output del processo, per assicurare che modello aziendale, strategie e decisioni tengano conto delle aspettative e degli interessi chiave degli Stakeholder.

4. Valutazione e reporting. Viene valutata periodicamente la qualità del processo, tenendo in considerazione i contributi emersi ai fini di un miglioramento continuo.

Sul sito internet viene pubblicato un documento di sostenibilità che rendiconta gli impegni, le politiche, i processi e i risultati del Gruppo in materia ambientale, sociale, relativa alla gestione del personale, ai diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva. Ai sensi della CSRD e in conformità agli schemi ESRS, la Rendicontazione di sostenibilità include la disclosure sul modo in cui il modello e la strategia aziendale tengono conto degli interessi e delle opinioni degli stakeholder.

4. PRINCIPALI MODALITÀ DI ENGAGEMENT

L'ingaggio di ogni Stakeholder è differente a seconda della tipologia e degli interessi, così come sono diverse le modalità con cui il Gruppo si relaziona e si interfaccia con ognuno di loro. Di seguito le principali modalità di engagement attuate dal Gruppo.

Clienti. Il Gruppo presta costantemente attenzione all'eccellenza relazionale, uno degli assi fondanti della sua Raison d'Être, promuovendo un ampio programma di ascolto per rispondere concretamente alle esigenze dei clienti e affiancarli come partner nella quotidianità e nella realizzazione dei loro progetti.

Uno dei principali canali di ascolto è costituito dalle **indagini di Raccomandazione Cliente** svolte annualmente con l'obiettivo sia di identificare il potenziale attrattivo della Banca sia di cogliere spunti di miglioramento e valorizzare le esperienze positive.

La gestione delle segnalazioni ricevute sui **Social Network, Recensioni Google, Instant Feedback, reclami e lamentele** consente di raccogliere informazioni, conoscere le aspettative dei clienti in merito a prodotti, servizi e processi in ottica di ottimizzazione e individuare eventuali criticità, identificando gli interventi da attivare per una rapida ed efficace risoluzione.

La Banca inoltre promuove per diversi target di aziende **Questionari ESG** che consentono di valutare le performance ambientali, sociali e di governance delle imprese e fornire soluzioni per accompagnarle nella transizione sostenibile con servizi dedicati.

Persone del Gruppo. Il Gruppo promuove il coinvolgimento, la condivisione degli obiettivi e la partecipazione attiva ai cambiamenti, ispirandosi a principi di inclusione e valorizzazione delle diversità e realizzando altresì iniziative di ingaggio e formazione dedicate alle tematiche sostenibilità.

L'**Indice di Mise en Responsabilité**, indagine annuale di clima aziendale rivolta ad Entità del Gruppo Crédit Agricole, è uno dei momenti più alti delle attività di ascolto, che si sviluppano nel corso di tutto l'anno, utile per valutare il livello di trasformazione culturale e manageriale, per misurare i progressi compiuti, apportare eventuali cambiamenti e comprendere sempre meglio le aspettative dei dipendenti.

Anche la **valutazione annuale delle prestazioni** dei Collaboratori da parte dei Responsabili e la possibilità di valutazione "bottom-up" per un target definito di manager, costituisce un elemento chiave per la valorizzazione delle Persone nell'ambito di un confronto costruttivo, con l'obiettivo di rafforzare la cultura dell'ascolto e favorire consapevolezza; a tale ultimo riguardo è stata inoltre introdotta la possibilità per ogni collega di effettuare la propria autovalutazione. Le Persone del Gruppo possono anche esprimere il proprio grado di soddisfazione verso le strutture interne, con indagini di **Internal Customer Satisfaction**, che consentono poi a ciascuna funzione di mettere in atto azioni concrete per migliorare la percezione ed il servizio fornito.

Il Gruppo è costantemente impegnato nel favorire un sempre migliore equilibrio vita-lavoro e nella promozione di politiche e azioni, condivise con le Organizzazioni Sindacali, per garantire sostegno ai Colleghi, che si concretizzano in una serie di **misure di welfare aziendale** in ambito sostegno economico, cura della persona e supporto alla genitorialità.

Il Gruppo sostiene altresì le attività del **circolo ricreativo aziendale** dei lavoratori (c.d. CRAL), associazione per dipendenti e pensionati, che propone diverse esperienze quali iniziative per famiglie e bambini, viaggi, volontariato, teatro, attività sportive.

Fornitori. Il Gruppo crea diverse occasioni di ascolto e dialogo: organizza **interviste** per la definizione di argomenti rilevanti, eventi a loro riservati o con il coinvolgimento di altri Stakeholder e mette a disposizione una casella dedicata tramite la quale possono inviare comunicazioni ed evidenze riguardo le loro attività sostenibili. Promuove altresì un'**indagine annuale** volta a misurare il livello

di soddisfazione circa il rapporto con il Gruppo stesso, monitorare il sentiment su argomenti rilevanti, individuare richieste prioritarie e conseguentemente costruire piani d'azioni. Tramite **newsletter** e sezione dedicata sul portale acquisiti, si preoccupa altresì di comunicare ai Fornitori le iniziative intraprese e gli obiettivi in ambito sostenibilità, strategie e innovazione.

Organizzazioni sindacali. Vengono definiti momenti di **informazione, consultazione, negoziazione e adozione di decisioni concertate** a seconda dei temi oggetto di confronto a livello di Gruppo oltretutto presso le Direzioni Regionali della Banca su tematiche territoriali ed attraverso le Commissioni paritetiche, composte da rappresentanti aziendali ed esponenti sindacali, su tematiche specifiche.

Le Village, Comitati Territoriali, Comunità Locale ed Enti del Terzo Settore. Il Gruppo ha promosso la costituzione di **Le Village**, società partecipate dalla Banca, che accelerano l'innovazione e incentivano le sinergie con il coinvolgimento di Enti dei territori quali Università, Associazioni, Fondazioni, Istituzioni e giovani imprese, investitori, aziende e il Gruppo internazionale Crédit Agricole, promuovendo attività di scouting di startup e raccogliendo fondi per le stesse.

I **Comitati Territoriali**, presenti in aree geografiche in cui la Banca opera e a cui partecipano anche membri esterni scelti tra persone rappresentative del territorio, operano per preservare, creare e sviluppare la relazione con i Territori e mantenere e consolidare le relazioni con gli Stakeholder locali svolgendo attività propositiva e di collegamento, sostenendo interventi che rispondono a esigenze effettive.

Il Gruppo è altresì attivo in **iniziative di beneficenza** per l'ambiente e la società finalizzate a promuovere la transizione verso un'economia inclusiva e generare valore per i territori e per le comunità dove la Banca opera.

Il modello implementato dalla Banca prevede erogazioni a carattere nazionale per progetti di grande entità, quali payroll giving, **crowdfunding**, ma anche erogazioni a carattere locale anche con la collaborazione delle Fondazioni Azioniste.

Altri stakeholder interni e esterni. Il Gruppo, inoltre, è fortemente impegnato nel coinvolgimento di un'ampia platea di stakeholder interni ed esterni in progetti e iniziative che creano valore aggiunto nei territori con l'obiettivo di sostenerne la crescita, principalmente attraverso: **CrowdForLife** la piattaforma di donation crowdfunding del Gruppo, **Volontariato aziendale** per la sensibilizzazione su tematiche ambientali e sociali, **Programma Scuole** per contrastare la povertà educativa, **New Life**, progetto di responsabilizzazione nel riuso, rigenerazione urbana e riduzione degli sprechi.

5. RUOLI E RESPONSABILITÀ

Il Gruppo Bancario Crédit Agricole Italia definisce ruoli e responsabilità dei soggetti coinvolti nelle diverse fasi del processo di engagement, attribuendo: al **Consiglio di Amministrazione** il potere di approvare la policy e ogni modifica rilevante con il supporto del **Comitato Endoconsiliare Sviluppo Sostenibile**; al **Comitato Manageriale ESG e Sostenibilità** la supervisione del processo e la mappatura degli stakeholder.

Le funzioni del Gruppo attuano i processi di ingaggio delle categorie di Stakeholder di cui sono riferimento, con il coordinamento della **Funzione Affari Societari e Sostenibilità**.