

Banca Etica, Italia

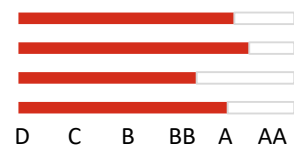
RATING SOCIALE ⁵ A

Buoni sistemi di gestione della performance sostenibile e di protezione clienti. Buona probabilità di realizzare gli obiettivi di sostenibilità.

Comitato Rating Sociale Sep-20 RS precedente: A (Aprile 2019)

Copyright © 2020 MFR Srl. È vietata qualsiasi riproduzione senza il consenso espresso di MFR.

Gestione della performance sociale
Protezione del cliente, responsabilità
Copertura/risultati in termini di clienti
Qualità dei servizi



Fondamento del Rating Sociale

SISTEMA DI GESTIONE DELLA PERFORMANCE SOCIALE Proprietà, consiglieri e management di Banca Etica con un'elevata adesione alla missione istituzionale. Rischio nullo di deviazione intenzionale dalla missione. Gli obiettivi di performance sociale sono inclusi e adeguatamente descritti nei documenti di pianificazione strategica. Indicatori sociali quantificabili sono stati definiti nell'Impact Assessment Framework, monitorato trimestralmente. Buone qualità e quantità di dati ed analisi contenuti nel primo report di impatto. Formazione e valutazione del personale coerenti con la missione.

PROTEZIONE DEL CLIENTE E RESPONSABILITÀ SOCIALE Turnover del personale molto basso, condizioni contrattuali e remunerative buone, offerta formativa adeguata. Performance di Banca Etica in termini di protezione dei clienti elevata, soprattutto per quanto riguarda l'adeguatezza dei servizi rispetto ai bisogni della clientela target e la trasparenza della struttura dei costi di prodotti e servizi. Pratiche di recupero crediti rispettose nei confronti dei clienti. Politiche e strumenti di istruttoria del credito adeguati per la prevenzione del sovra-indebitamento dei clienti. La responsabilità sociale verso l'ambiente e la comunità è molto alta, con un monitoraggio costante dell'impatto diretto e indiretto della banca.

COPERTURA E RISULTATI IN TERMINI DI CLIENTI Le dimensioni della banca sono medio-piccole, in crescita negli ultimi tre anni, con presenza geografica in 14 delle 20 regioni italiane, oltre all'area Spagna. Il profilo dei clienti di credito è coerente con la missione: la maggior parte dei clienti sono persone fisiche; gli operatori economici sono soprattutto piccole imprese del terzo settore.

QUALITÀ DEI SERVIZI La banca presenta un'ampia gamma di prodotti e servizi. I prodotti di credito rispondono ai bisogni della clientela target. La rete di filiali rimane limitata non garantendo sempre un servizio di prossimità adeguato. Qualità del servizio e relazione con il cliente sono vantaggi competitivi per Banca Etica. Le indagini sulle ragioni di estinzione dei conti correnti presentano ambiti di miglioramento.

Dati istituzionali		dic-19	Indicatori sociali		dic-19
Clienti affidati e finanziati		10.121	Agricoltura, numero di posizioni		2%
Clienti risparmiatori		66.690	Clienti affidati donne		45%
Crediti clientela lordo, Euro		1.037.279.000	Personale di genere femminile		43%
Raccolta diretta clientela, Euro		1.733.885.453	Donne nel management		25%
Filiali		20	Importo medio erogato, Euro		72.468
Personale totale		334	Income generating activities		52%
			Productive portfolio to SMEs		na
Forma giuridica		Banca	Saldo medio affidamento cliente/PNL pc		335%
		Banca popol. cooper. per azioni	Saldo medio di raccolta diretta, Euro		25.999
Inizio oper.		1999	Drop-out clienti di credito		nd
Aree di intervento		Rete ABI	Deteriorato su portafoglio		5,5%
		Urbano-rurale	Turnover del personale		4%
Metodologia di credito		Individuale	Tasso Annuo Effettivo Globale (TAEG) medio		5%
Servizi finanziari		Cred, risp, assicur, previd, ecc.	Indice di trasparenza medio		1
Servizi non finanziari		-	Incremento annuale clienti affidati		9%
Copertura		Italia e Spagna	Si vedano annessi 3 e 4 per dettagli		

Sede MFR
Via Rigola 7
20159 Milano - Italia
Tel: +39 02 3656 5019

www.mf-rating.com

www.bancaetica.it

Banca Etica
Via Tommaseo 7
35131 Padova - Italia
Tel: +39 049 8771111

Scala di valutazione del Rating Sociale

Risultato	Definizione
^S AA	Eccellenti sistemi di gestione della performance sociale e di protezione clienti. Alta probabilità di realizzare la missione sociale.
^S A	Buoni sistemi di gestione della performance sociale e di protezione clienti. Buona probabilità di realizzare la missione sociale.
^S BB	Adeguati sistemi di gestione della performance sociale e di protezione clienti. Allineamento alla missione sociale soddisfacente.
^S B	Moderati sistemi di gestione della performance sociale e di protezione clienti. Allineamento alla missione sociale parziale.
^S C	Deboli sistemi deboli di gestione della performance sociale e di protezione clienti. Medio rischio di deviazione dalla missione sociale.
^S D	Sistemi molto deboli di gestione della performance sociale e di protezione clienti. Elevato rischio di deviazione dalla missione sociale.

Le modifiche con segno “+” and “-”, che possono essere aggiunte al voto, denotano differenze marginali rispettivamente positive e negative all'interno di ciascuna categoria di rating assegnato.

Maggiori informazioni: www.mf-rating.com

Le informazioni presentate nel rating sociale sono state in parte preparate dall'istituzione valutata ed in parte raccolte durante le riunioni con i direttori, il personale e i clienti dell'istituzione. L'analisi si fonda sulle informazioni nel MIS e altre fonti ufficiali. MFR non può garantire la completa veridicità ed integrità delle suddette informazioni, in quando non è stato condotto un esercizio di revisione; di conseguenza MFR non è imputabile per alcun errore o omissione risultante dalle informazioni ottenute dalle fonti sopracitate. Il rating sociale è da considerarsi come una valutazione esterna ed indipendente, non costituisce una raccomandazione specifica per suggerire un investimento diretto in un' istituzione specifica.