

Insieme creiamo iniziative che rispondono a bisogni concreti.



Noi per la regione è una iniziativa atta a creare legami maggiori con la comunità locale e in particolare con le organizzazioni non profit. Così a Norimberga è stata emessa una nuova carta di debito: *La mia città, la mia banca, la mia carta*. Parte del ricavato è stato donato a una organizzazione di sostegno alle persone con disabilità, *Lebenshilfe Nürnberg*. Lo stesso modello è stato adottato da più di 50 filiali in Germania, con circa 25.000 carte a supporto di progetti di beneficenza. Parallelamente alla donazione, più di 350 colleghi tedeschi hanno collaborato come volontari su 17 progetti mirati, dall'accompagnamento dei disabili, all'aiuto nella formazione professionale. Il progetto è la pratica dimostrazione di come UniCredit stia dando una risposta concreta per favorire la piena integrazione delle persone diversamente abili.

La relazione con il Territorio

PRIORITÀ 2012

Continuare a sostenere lo sviluppo economico e sociale sul territorio:

- aiutando le persone ad acquisire una maggiore comprensione della materia bancaria per migliorare la gestione del denaro e diffondere, così, comportamenti più consapevoli grazie al consolidamento ed estensione dei nostri programmi di educazione finanziaria
- ampliando ulteriormente la nostra offerta di servizi finanziari per il settore non profit, testando il modello di Universo Non Profit al di fuori dell'Italia e consolidando la collaborazione con organizzazioni non profit attraverso UniCredit Foundation per rafforzare il coinvolgimento dei colleghi in iniziative di solidarietà
- supportando le nuove generazioni nella creazione di una società solida ed innovativa, promuovendo la crescita di studenti e ricercatori di talento attraverso la UniCredit & Universities Foundation e l'*UniCredit Study-Abroad Exchange Programme* e inoltre sviluppando ulteriormente il programma *Il Talento delle Idee* per fornire una piattaforma dedicata ai giovani imprenditori e alle nuove realtà di business

Priorità 2011

Un impegno per creare valore

Migliorare la reportistica interna e la valutazione dell'impatto di UniCredit sul territorio, anche attraverso lo sviluppo, nel corso del prossimo triennio, della metodologia London Benchmarking Group come supporto al progressivo rafforzamento della nostra strategia di investimento

L'investimento in iniziative chiave

Rafforzare ed estendere i progetti di inclusione sociale in Europa Centro-Orientale, l'impegno a favore dell'impresa sociale e il coinvolgimento di tutti i dipendenti nelle iniziative di UniCredit Foundation

Estendere ulteriormente la rete di partnership di UniCredit & Universities Foundation in Europa attraverso nuove collaborazioni con prestigiose istituzioni accademiche e iniziative dedicate ai giovani

Principali risultati 2011

Risultato conseguito: è stato adottato l'approccio London Benchmarking Group grazie alla realizzazione di un progetto pilota in Italia e per la prima volta il bilancio è stato redatto in base allo standard LBG

Risultato conseguito: è stato rafforzato il coinvolgimento dei dipendenti, grazie ad una serie di iniziative, tra cui *Gift Matching Program* e *Your Choice, Your Project* che hanno inoltre promosso l'impresa sociale in Italia e diverse iniziative di inclusione sociale in Polonia, Bulgaria, Slovacchia e Slovenia

Risultato conseguito: le iniziative di UniCredit & Universities Foundation sono state estese a Serbia e Croazia e inoltre sono state avviate nuove collaborazioni con prestigiose università in Europa e negli Stati Uniti dedicate a studenti e ricercatori in economia e finanza

La relazione con il Territorio

Un impegno per creare valore

In considerazione dell'attuale scenario di crisi economica ed in linea con il nostro piano strategico, siamo impegnati, ora più che mai, ad operare sul territorio in modo efficiente ed efficace. Dai servizi finanziari che offriamo alle iniziative locali che promuoviamo, i nostri investimenti sul territorio sono finalizzati alla creazione di valore nel lungo termine.

Nel 2011, questo obiettivo ha richiesto di andare oltre l'analisi di quanto abbiamo investito per allargare il campo di indagine alle modalità in cui abbiamo utilizzato le nostre risorse e alle finalità.

In questa prospettiva, per rafforzare l'impatto del nostro impegno a favore del territorio, stiamo consolidando un approccio lungimirante alla gestione dei costi. Questo richiede di adottare criteri più selettivi e di focalizzarsi su contributi finalizzati a sostenere realmente il benessere e la crescita delle comunità in cui operiamo, ovvero

Contributi per il territorio: domande chiave



ad offrire la più concreta dimostrazione della nostra vicinanza al territorio di cui siamo parte.

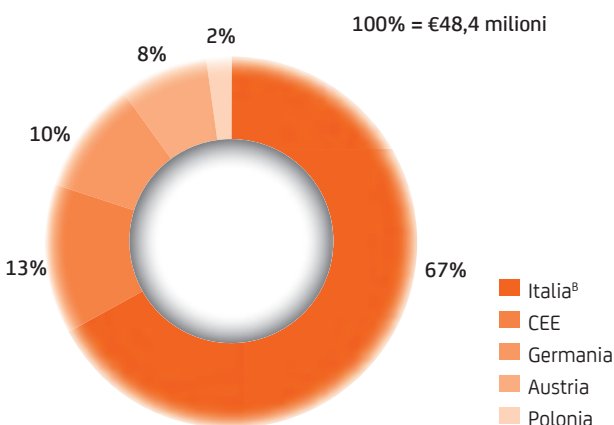
In particolare, sentiamo ancora più forte la necessità di concentrarci su iniziative che ci consentano di generare valore sostenibile anche oltre la nostra quotidiana attività di business - oltre i nostri prodotti e i servizi - ovvero iniziative che siano orientate al rafforzamento delle relazioni nei territori in cui operiamo.

Come banca, lavoriamo ogni giorno per costruire il nostro ruolo sul territorio.

Anche attraverso collaborazioni con partner pubblici e privati, e facendo leva sulla nostra presenza geografica globale, siamo in grado di impegnarci sia a livello internazionale che locale per valorizzare il territorio.

Dunque è generando valore concreto e misurabile che operiamo, con l'obiettivo di rispondere ai bisogni reali nella vita di ogni giorno. Il supporto economico, culturale e sociale che UniCredit fornisce è ulteriormente amplificato dal generoso contributo dei colleghi, sempre pronti ad offrire il proprio tempo e le proprie competenze.

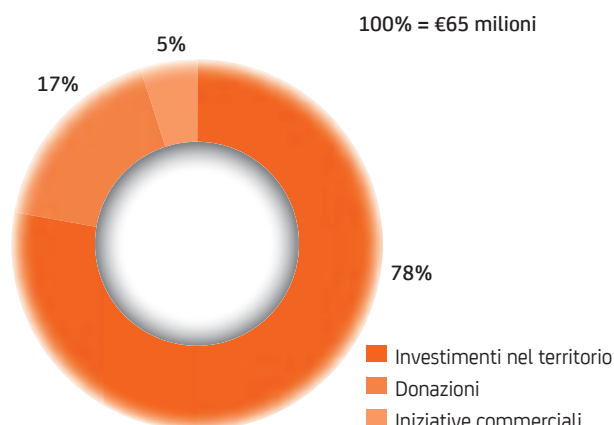
Percentuale di contributi al territorio in denaro per area geografica, 2011^A



^A Dati riferiti solo a contributi monetari. La voce CEE include i sei paesi divisionalizzati UniCredit - ovvero, Bulgaria, Croazia, Repubblica Ceca, Romania, Russia e Ungheria - oltre a Bosnia Erzegovina, Kazakistan, Serbia, Slovenia, Slovacchia, Turchia e Ucraina.

^B Include anche UniCredit Foundation e UniCredit & Universities Foundation.

Percentuale di contributi al territorio per finalità, 2011^A



^A Comprende contributi in denaro per il perimetro di Gruppo ed inoltre - per il solo perimetro Italia - il controvalore economico del tempo offerto dai colleghi e delle risorse in natura (in-kind), così come i costi di gestione collegati alle iniziative per il territorio che sono ripartiti proporzionalmente alle finalità dell'intervento.

Nel 2011 per migliorare la nostra valutazione e comunicazione del concreto valore dei nostri contributi a favore del territorio, ed in linea con gli obiettivi dichiarati nel Bilancio di Sostenibilità 2010, abbiamo introdotto la metodologia London Benchmarking Group (maggiori informazioni sono disponibili sul sito di LBG).



Il modello LBG è attualmente adottato dalle più importanti imprese a livello internazionale. Gli standard da esso definiti consentono di acquisire una più ampia comprensione delle iniziative per il territorio e, di conseguenza di ampliare il perimetro di rendicontazione. LBG infatti permette di includere - in aggiunta ai tradizionali contributi in denaro - anche il valore di altre risorse come il tempo offerto dai dipendenti, i contributi in kind (in natura) ed, infine, i costi direttamente connessi alla gestione delle iniziative.

Siamo partiti sviluppando un primo progetto pilota LBG in Italia ed il nostro obiettivo è quello di estendere nei prossimi anni l'applicazione della metodologia ad un numero di paesi selezionati all'interno del perimetro del Gruppo.

**€65 milioni
al territorio, di cui
il 14% in forma
di tempo e in-kind**

¹ La nuova metodologia di calcolo per il 2011 prevede l'utilizzo di dati gestionali. Il totale dei contributi comprende i contributi monetari a livello di Gruppo ed inoltre include - per il solo perimetro Italia - il controvalore economico del tempo offerto dai colleghi, delle risorse in natura ed i costi di gestione. Oltre ai contributi valorizzati attraverso la metodologia LBG, il totale comprende anche circa €3,5 milioni dedicati a specifiche iniziative di business volte a promuovere lo sviluppo economico nei territori in cui UniCredit opera ed alcune manifestazioni locali legate a sport professionistici.

I principali risultati del Gruppo nel 2011

Nel 2011 i contributi di UniCredit per iniziative a favore del territorio sono stati pari a circa €65 milioni¹, suddivisi tra le seguenti tipologie:

- contributi in denaro: €48,4 milioni (75%)
- tempo: €5,4 milioni (8%)
- in-kind (cessione gratuita di prodotti, proprietà o servizi aziendali): €4 milioni (6%)
- costi di gestione (costi del personale dedicato, spese amministrative, spese per ricerca e comunicazione): €7,1 milioni (11%)

In linea con l'approccio London Benchmarking Group i contributi a favore del territorio erogati nel 2011 sono classificati secondo il relativo obiettivo:

- il 78% è rappresentato da "investimenti nel territorio" connessi a collaborazioni di natura strategica e di lungo termine (es.: programmi nel campo dell'arte e della cultura)
- il 17% è stato corrisposto come "donazione" in risposta a specifiche necessità e richieste (es.: sostegno per le emergenze)
- il 5% è classificato sotto forma di "iniziative commerciali" che contribuiscono a cause sociali promuovendo al contempo il nostro brand ed il nostro business (es.: iniziative di solidarietà collegate all'uso di carte etiche)

Questi risultati sono la concreta dimostrazione del nostro impegno, che ci vede concentrati soprattutto sulla gestione di collaborazioni di

lungo corso che possano garantire reale beneficio e valore per il territorio. Anche le donazioni a favore di cause sociali a seguito delle diverse emergenze verificatesi in tutto il mondo sono parte dei nostri contributi al territorio.

In Italia attraverso la nostra campagna di raccolta fondi Aiutiamoli, in collaborazione con il quotidiano La Nazione, abbiamo raccolto circa €193.000 a sostegno delle vittime delle alluvioni che hanno colpito la Liguria e la Toscana. Questi fondi sono stati impiegati per acquistare un minibus per persone con disabilità, un'ambulanza e infine per finanziare la ricostruzione di una scuola elementare locale.

In Sicilia, inoltre, UniCredit ha contribuito con circa €20.000 a sostenere le attività della Protezione Civile, impegnata nell'emergenza a seguito dell'alluvione che ha colpito la provincia di Messina.

In seguito ad una delle più gravi siccità che abbiano mai colpito il Corno d'Africa negli ultimi 60 anni, UniCredit Bank AG ha lanciato una campagna contro la fame nelle aree interessate. Complessivamente sono stati raccolti circa €80.000, grazie al contributo di oltre 800 dipendenti. Tale importo è stato integrato da UniCredit Foundation con una somma equivalente. Infine, il totale di €160.000 è stato donato a due organizzazioni che assistono le vittime del disastro, fornendo cibo e medicine.

La relazione con il Territorio

Diverse sono inoltre le iniziative avviate per promuovere allo stesso tempo il nostro brand e l'impegno a favore del territorio. Un esempio è offerto dalle carte di credito e di debito etiche, che offrono ai clienti UniCredit l'opportunità di

sostenere iniziative di solidarietà, semplicemente usando la propria carta. Per ogni transazione effettuata, infatti, una percentuale variabile viene destinata al sostegno di progetti selezionati con finalità sociali e ambientali.

**Circa €1,9 milioni
raccolti tramite oltre
220.000 carte etiche**

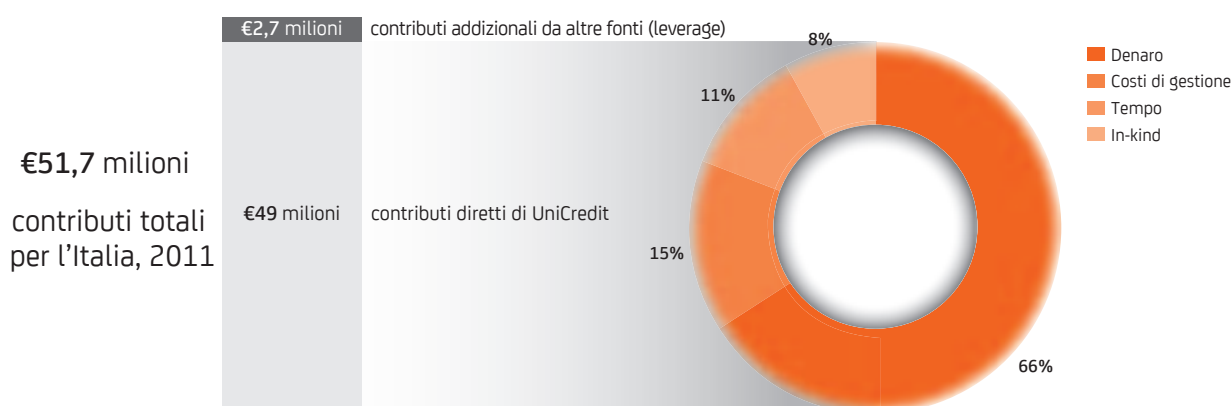
Iniziative commerciali nel territorio: carte etiche

Italia	UniCreditCard Classic E	I titolari di UniCreditCard Classic E supportano principalmente progetti di social welfare. A dicembre 2011 erano attive circa 180.000 UniCreditCard Classic E, di cui oltre 31.000 di nuova emissione. Attraverso la carta sono stati inoltre raccolti oltre €1,6 milioni che andranno a sostenere organizzazioni non profit locali e nazionali, insieme a progetti di inclusione sociale per famiglie in difficoltà
	UniCreditCard WWF	I titolari di UniCreditCard WWF sostengono il più grande programma di salvaguardia ambientale del WWF, il sistema Oasi WWF, rendendo possibili interventi di manutenzione dei sentieri, impedendo caccia e pesca di frodo e inquinamento di aree protette. A fine dicembre 2011 erano circolanti circa 11.500 UniCreditCard WWF, di cui oltre 4.700 di nuova emissione. Nel 2011 i possessori della carta hanno contribuito con una donazione di circa €98.000 a sostegno del progetto
Germania	HVB PremiumCard e My Town – My Bank – My Card	HVB Premium Credit Card sostiene progetti gestiti da organizzazioni locali a sostegno di diversi beneficiari e finalità, tra cui salute e ricerca, bambini, persone con disabilità, includendo anche progetti di natura artistica. Al dicembre 2011 circa 8.000 HVB Premium Card risultavano circolanti e €115.000 sono stati raccolti. Inoltre, in Germania, nell'ambito di <i>Together for the Region</i> sono state create le carte di debito <i>My Town – My Bank – My Card</i> , collegate a progetti non profit. Parallelamente i colleghi prestano servizio come volontari presso le organizzazioni beneficiarie del progetto. Lo stesso modello è stato replicato da oltre 50 filiali UniCredit in Germania, con circa 25.000 carte che attualmente contribuiscono a progetti con finalità sociali. A Norimberga, ad esempio, UniCredit Bank AG collabora con Lebenshilfe Nürnberg, organizzazione attiva nel supporto alle persone con disabilità, cui dona parte dei proventi derivanti dall'utilizzo delle carte circolanti. Parallelamente 352 colleghi sono volontari presso Lebenshilfe Nürnberg e offrono in diverse attività, dai servizi di accompagnamento alla formazione professionale
Romania	UNICEF-UniCredit Ţiriac Bank Card	Da gennaio 2011 UniCredit Ţiriac Bank dona l'1% di tutte le transazioni effettuate mediante terminali POS ed il 50% della commissione annuale del pacchetto carta UNICEF-UniCredit Ţiriac Bank Card a sostegno dell'iniziativa <i>Baby Friendly Hospital</i> . Il progetto prevede che il personale delle strutture ospedaliere locali, che ha ricevuto adeguata formazione, fornisca alle nuove madri assistenza e supporto, promuovendo la pratica di allattamento al seno. Questo va ad ampliare un pacchetto base di servizi per la salute e counseling il cui obiettivo è quello di ridurre il numero di abbandoni presso i reparti maternità degli ospedali locali, insieme alla creazione di una rete infermieristica nel territorio. Al 31 dicembre 2011 erano in circolazione oltre 1.100 carte, per un contributo totale di €13.800
Slovacchia	Magna Credit Card	UniCredit Bank Slovakia ha creato carte di credito e di debito per sostenere <i>Magna Children in Need</i> , ente di beneficenza locale che fornisce servizi sanitari e cibo a bambini e adulti nei paesi in via di sviluppo. La banca integra al 100% tutte le donazioni generate attraverso queste carte e dona inoltre il 50% delle commissioni annuali collegate alle singole carte. Da settembre 2011 inoltre i clienti possono definire ordini di bonifico ricorrenti, scegliendo fra diversi tagli da 3, 6 o 9 euro. A fine dicembre 2011, grazie alle carte attive e gli ordini di bonifico sono stati raccolti circa €5.000

FOCUS

Il progetto pilota London Benchmarking Group in Italia

Nel 2011 l'Italia ha erogato un totale complessivo pari a €49 milioni a favore del territorio, risultando così il paese che ha maggiormente contribuito tra quelli in cui UniCredit opera. Pertanto l'Italia è stata scelta come focus per la realizzazione del progetto pilota di applicazione del modello London Benchmarking Group.



Lo standard LBG ci consente di comprendere meglio il nostro impegno a favore del territorio e di comunicare in maniera più efficace, mappando anche tutte le altre risorse investite che vanno al di là dei tradizionali contributi in denaro. Dunque nel 2011 in aggiunta ai €32,3 milioni erogati in denaro (pari al 66% dei contributi totali di UniCredit in Italia), il restante 34% in Italia risulta composto da:

- tempo dei dipendenti (11%)
- in-kind (8%)
- costi di gestione (15%)

Il 34% dei contributi in Italia non è in denaro

La misurazione del contributo aggiuntivo offerto dai dipendenti – in termini di tempo e competenze – ci ha restituito un quadro molto positivo circa l'efficacia delle

iniziative create per incrementare il loro coinvolgimento.

Nel 2011 i nostri colleghi hanno complessivamente contribuito attraverso l'equivalente di oltre 123.000 ore di lavoro, o oltre 16.400 giorni lavorativi. Questi dati testimoniano il valore che UniCredit riconosce all'impegno delle proprie persone, anche in termini di retention e motivazione, che rafforzano la nostra cultura d'impresa e, così, la nostra capacità di generare tutti insieme valore concreto.

I colleghi hanno collaborato per oltre 16.400 giorni

Nel 2011 i nostri contributi in-kind hanno incluso circa €296.500 sotto forma donazione di apparecchiature

IT rigenerate. Grazie alla nostra collaborazione con la onlus Re-Tech Life che ha sede in Lombardia, abbiamo donato 2.190 personal computer, 261 stampanti, 86 notebook e altri dispositivi informatici a diversi soggetti, tra cui scuole ed enti pubblici. Nel 2011 Re-Tech Life ha potuto contare sulla collaborazione di 25 persone, tra cui studenti, detenuti e persone diversamente abili.

Inoltre, tramite le nostre iniziative a favore del territorio siamo stati in grado di attrarre ulteriori risorse provenienti da altri soggetti (leverage) per un importo complessivo pari a circa €2,7 milioni, di cui:

- €2,6 milioni in denaro
- l'equivalente di oltre 2.300 ore di volontariato

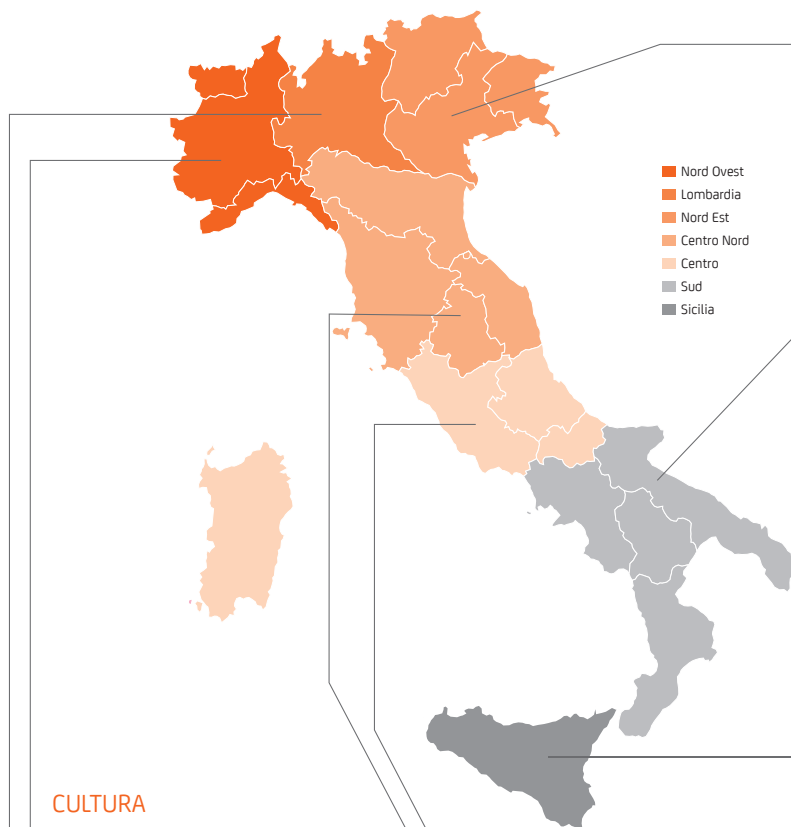
Circa €2,7 milioni in aggiunta ai contributi diretti di UniCredit al territorio

La relazione con il Territorio

Progetti nelle 7 Aree Territoriali

Ogni giorno rinnoviamo il nostro impegno a rafforzare i legami e valorizzare i territori di cui siamo parte integrante. Per rafforzare la relazione con i nostri clienti e stakeholder locali, abbiamo creato 7 Aree Territoriali in Italia: Nord Ovest, Lombardia, Nord Est, Centro Nord, Centro, Sud e Sicilia.

Sviluppo economico, cultura e sport: eventi locali e nazionali ci hanno permesso anche nel 2011 di dialogare costantemente con il territorio, comprenderne i bisogni e dimostrare così la nostra vicinanza.



CULTURA

Salone Internazionale del Libro di

Torino (Piemonte): la più importante manifestazione italiana nel campo dell'editoria, è stata dedicata nel 2011 al 150° Anniversario dell'Unità d'Italia. All'ultima edizione hanno partecipato più di 1.400 editori e circa 300.000 visitatori in soli cinque giorni di apertura al pubblico.

Boldini e la Bella Epoque (Lombardia):

coerente con l'impegno per la valorizzazione del patrimonio culturale locale, UniCredit ha promosso questa mostra che fa parte di un progetto culturale che vede Como al cuore di prestigiose partnership artistiche, nazionali ed internazionali. Nel 2011 sono stati circa 75.000 i visitatori.

Lezioni di Storia (Lazio): la condizione femminile è il tema dell'edizione 2011-2012 del ciclo delle Lezioni di Storia, in collaborazione con gli editori Laterza e la Fondazione Musica per Roma. Nei primi cinque anni di vita la manifestazione ha accolto più di 50.000 spettatori.

Umbria Jazz: evento di punta nel mondo della musica italiana ed internazionale, l'ultima edizione ha ospitato 350 artisti impegnati in 10 giorni di musica e 260 concerti che hanno registrato la partecipazione di circa 40.000 spettatori.

SVILUPPO ECONOMICO

Vino in Villa (Veneto): manifestazione internazionale che promuove la produzione vinicola locale, si rivolge a produttori, consumatori e appassionati. L'evento ha accolto oltre 30.000 visitatori.

Osservatorio Puglia: durante la quarta edizione del Forum annuale è stato presentato il Rapporto Osservatorio Puglia 2011, "Le leve dello sviluppo economico e sociale". All'evento 150 fra economisti e imprenditori si sono confrontati sul tema della internazionalizzazione delle imprese e sulle politiche di sviluppo locale.

SPORT

Maratone a Messina e Palermo

(Sicilia): UniCredit ha sostenuto la quarta edizione della Maratona di Messina e il diciassettesimo appuntamento con la Maratona di Palermo che complessivamente hanno coinvolto circa 4.300 partecipanti. UniCredit promuove anche altre competizioni maratonistiche, come momenti di condivisione collettiva all'insegna dei valori dello sport anche a Bologna, Perugia e Torino che, complessivamente, nel 2011 hanno accolto oltre 40.000 partecipanti.

L'investimento in iniziative chiave

Nel 2011 le nostre iniziative a favore del territorio si sono incentrate soprattutto sull'arte e la cultura, lo sviluppo economico ed il social welfare.

Promozione di arte e cultura

La promozione culturale è una tradizione fortemente radicata nella cultura d'impresa di UniCredit e rappresenta uno strumento prezioso per coinvolgere le comunità in cui operiamo, per favorire il dialogo e stimolare l'innovazione.

Il nostro sostegno alla cultura valorizza il ruolo della musica quale linguaggio universale, capace di superare i confini geografici e culturali, raggiungendo un pubblico vasto e differenziato. In questa prospettiva abbiamo instaurato partnership con prestigiose istituzioni musicali internazionali, cui offriamo sostegno finanziario e organizzativo.

Emblematica, in tal senso, è la nostra partnership con la Filarmonica della Scala che riguarda la stagione concertistica, le tourné estere e alcuni importanti progetti come *La Filarmonica della Scala incontra la Città*. Questa iniziativa, in collaborazione con UniCredit Foundation, prevede la realizzazione di una serie di prove aperte al pubblico, i cui proventi sono devoluti a favore di organizzazioni non profit locali. Grazie a quest'iniziativa oltre 10.000 cittadini di Milano hanno avuto l'opportunità di visitare il celebre Teatro alla Scala, sostenendo inoltre cinque organizzazioni non profit.

Nel 2011 abbiamo collaborato con la Filarmonica della Scala anche per il lancio di *Sound, Music!*, iniziativa pensata per introdurre i giovanissimi alla musica classica. Lo scorso anno 1.000 bambini delle scuole elementari milanesi hanno

partecipato a quattro lezioni-concerto, mentre un quinto spettacolo è stato aperto al pubblico e ai dipendenti di UniCredit con le loro famiglie.

A sostegno dell'eccellenza italiana all'estero, abbiamo rinnovato la nostra partnership con il Teatro alla Scala per le tourné estere dei concerti, delle opere e dei balletti. Nel 2011 abbiamo sostenuto tre tourné in Polonia, Austria e Oman. Abbiamo inoltre offerto l'opportunità a circa 500 colleghi di UniCredit e alle loro famiglie di assistere alla prova d'insieme di un balletto alla Scala.

Oltre 700.000 partecipanti alle principali iniziative culturali sostenute

UniCredit vanta anche una partnership storica con l'Arena di Verona, di cui sostiene il *Festival Lirico*, appuntamento estivo annuale rinomato a livello internazionale. Nel 2011 il festival ha messo in scena 49 spettacoli, cui hanno assistito circa 492.000 visitatori.

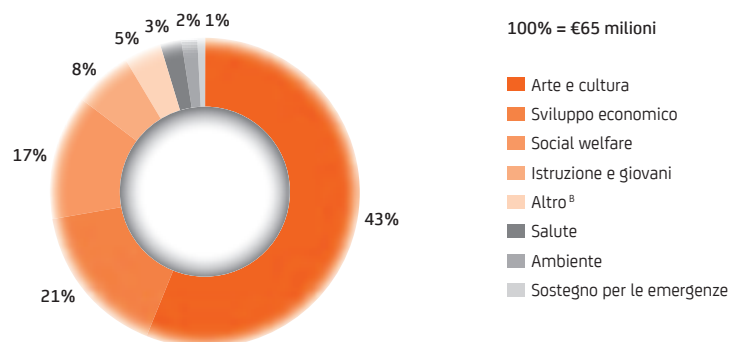
Nell'ambito di questo festival, abbiamo inoltre collaborato con la Fondazione Arena di Verona anche per realizzare altri 16 eventi nell'ambito dell'iniziativa *Invito all'Opera*, cui hanno partecipato circa 5.000 ospiti.

Nel corso degli anni abbiamo inoltre dato vita a consolidate partnership con altre importanti istituzioni musicali internazionali, tra cui la Filarmonica di Vienna, la Bavarian State Opera di Monaco e il celebre Richard Wagner Festival di Bayreuth.

In linea con il nostro impegno a rendere la cultura, in tutte le sue forme, fruibile ad un vasto pubblico, il nostro impegno è rivolto anche alle arti visive.

Nel 2011 siamo stati main sponsor della mostra Van Gogh e il viaggio di Gauguin, allestita a Genova, che da novembre 2011 agli inizi di marzo 2012 ha registrato circa 175.000 visitatori che hanno potuto ammirare i capolavori dei grandi maestri del recente passato. Parallelamente abbiamo sostenuto La mostra in Teatro, uno spettacolo che ha presentato questa esposizione a Genova e in altre regioni italiane, coinvolgendo circa 5.800 visitatori.

Percentuale di contributi al territorio per tema, 2011^A



^A Comprende contributi in denaro per il perimetro di Gruppo ed inoltre – per il solo perimetro Italia – il controvalore economico del tempo offerto dai colleghi e delle risorse in natura (in-kind), così come i costi di gestione collegati alle iniziative per il territorio che sono ripartiti proporzionalmente al tema dell'intervento.

^B La voce "Altro" si riferisce principalmente ad iniziative sportive locali, non include le principali manifestazioni professionistiche.

La relazione con il Territorio

Pienamente consapevoli del valore terapeutico e sociale dell'arte, abbiamo rinnovato il nostro sostegno al progetto *Acrobazie*, che vede coinvolti gli artisti provenienti dall'Atelier di Pittura Adriano e Michele. Con sede al Centro di Riabilitazione Psichiatrica dell'Ospedale Fatebenefratelli, nei pressi di Milano, questa iniziativa vuole offrire ai pazienti la possibilità di far sentire la propria voce e di esprimersi attraverso l'esperienza artistica, il cui valore terapeutico è riconosciuto. Da novembre 2010 a gennaio 2011, si è tenuta a Monaco la prima mostra internazionale *Acrobazie*, che è poi approdata a Pavia, dove ha dato vita ad un vivo dibattito scientifico e culturale su arte, medicina e neuroscienze, coinvolgendo circa 350 persone.

Ispirati dal nostro impegno a favore dei giovani artisti di talento, abbiamo continuato a sostenere gli *UniCredit STUDIO*, spazi espositivi creati nel 2010 all'interno di alcune nostre filiali. Ad oggi vi sono due *UniCredit STUDIO* attivi a Milano e a Trento, in Italia, e uno a Sofia, in Bulgaria. Nel 2011 due giovani artisti degli *STUDIO* hanno avuto l'opportunità di esporre alcuni dei loro lavori nello *STUDIO* allestito ad *Artissima*, la più importante fiera di arte contemporanea in Italia che si tiene a Torino. Abbiamo così dato a due giovani artisti l'opportunità di esporre le proprie opere per un vasto pubblico e agli esperti del settore.

La lunga partnership con il Museo di Arte Contemporanea del Castello di Rivoli e il suo Dipartimento Educazione ha portato importanti risultati. Nel 2011 abbiamo collaborato attivamente per sostenere due interessanti progetti artistici, ad ulteriore conferma della nostra convinzione nel valore dell'arte come esperienza collettiva e di condivisione fra un numero ampio di persone.

Il primo di questi progetti, *Italiae*, ha presentato interventi di arte collettiva in 150 piazze italiane. Tra il 2010 e il 2011 UniCredit ha sostenuto quelli realizzati nelle sue sette città di riferimento di Torino, Verona, Roma, Milano, Palermo, Bologna e Napoli, per un totale di circa 10.000 partecipanti, sullo sfondo delle celebrazioni del 150° anniversario dell'Unità d'Italia. Il secondo progetto, *A tu per tu*, ha promosso invece l'integrazione sociale dei cittadini immigrati. Oltre 2.150 bambini provenienti da otto scuole elementari, insieme alle loro famiglie e a 200 insegnanti, hanno partecipato ad esperienze di pittura collettiva a Bologna, Brescia e Modena.

Italiae: 10.000 persone nel 150° anniversario dell'Unità d'Italia

Infine, coerenti con il nostro impegno a favore della promozione dello sviluppo economico e sociale dei territori in cui operiamo, nel 2011 siamo diventati main sponsor di *Expo incontra Milano*, una serie di iniziative culturali e sociali mirate a valorizzare e promuovere il tema dell'esposizione universale Expo 2015, *Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita*. Il primo appuntamento si è svolto a Milano con la mostra *1906-2015: verso l'Expo di Milano*, ospitata presso La Triennale e con esibizioni in 10 piazze milanesi. Dopo questa prima tappa la mostra è stata portata in altre 6 città italiane e affiancata da workshop, cui hanno preso parte esponenti locali delle istituzioni e della comunità imprenditoriale, su temi di carattere economico e sociale. Questi eventi hanno coinvolto circa 15.000 persone.

Supporto allo sviluppo economico

Per una banca, essere vicina ai propri territori significa principalmente favorire l'inclusione finanziaria, che è una componente vitale per la crescita economica ed il benessere di alcune fasce vulnerabili di popolazione.

Questo impegno si concretizza in prodotti e servizi su misura, insieme a particolari iniziative che mirano a: superamento di barriere linguistiche e culturali per agevolare la partecipazione al sistema bancario da parte degli immigrati; l'offerta di prodotti e servizi ai giovani in linea con le loro esigenze nonché il sostegno agli studi per i migliori talenti; la promozione dell'educazione finanziaria per aiutare le persone a migliorare la gestione dei propri risparmi ed acquisire comportamenti e decisioni più consapevoli; e infine il sostegno alla creazione di nuove realtà imprenditoriali.

Immigrati

Attualmente sono oltre 200 milioni gli immigrati nel mondo, di cui oltre il 20% vive in paesi in cui UniCredit opera². Per questo lavoriamo per offrire prodotti e servizi su misura, su scala internazionale, che rispondano efficacemente alle esigenze quotidiane dei nostri clienti.

Con questi obiettivi abbiamo messo a punto soluzioni ad hoc per gli immigrati che comprendono una gamma di servizi specializzati, come il modello di servizio di *Agenzia Tu*, attualmente disponibile in 12 filiali italiane, e altri servizi offerti da filiali UniCredit specializzate in Austria, Germania, Repubblica Ceca e Turchia.

In Italia abbiamo continuato a dedicarci al rafforzamento della relazione e all'acquisizione di nuovi clienti soprattutto tramite le nostre filiali

Agenzia Tu che, a fine 2011, contavano oltre 15.000 clienti, dei quali circa 3.200 di nuova acquisizione.

Tra le iniziative principali lanciate nel 2011: *Conto Tu Famiglia*, il primo pacchetto di conto corrente dedicato a badanti, colf e baby sitter. Oltre ai tradizionali servizi bancari (ad es.: carte di debito, carte prepagate, online banking, ecc.), offre sei rimesse internazionali online all'anno gratuite verso banche che hanno stipulato convenzioni con UniCredit. *Conto Tu Famiglia* fornisce inoltre ai clienti la possibilità di accedere ad una gamma di servizi non bancari, tra cui corsi di lingua italiana per aiutarli a comunicare con le famiglie per cui lavorano e a gestire in modo efficace eventuali situazioni di emergenza in ambiente di lavoro domestico.

Sempre nel 2011 è stato attivato il nostro *Desk Consumatori* nelle filiali di Brescia, Modena e Torino. Avviato in collaborazione con le Associazioni dei Consumatori italiane, offre alla clientela consulenza gratuita e supporto su tematiche connesse alla gestione delle attività quotidiane, quali ad esempio le pratiche assicurative, la pubblica amministrazione, la casa, il cibo e il trasporto, nonché contenuti di materia bancaria e finanziaria. L'obiettivo di questo servizio è aiutare i cittadini a fare scelte responsabili e consapevoli. *Conto Tu Famiglia* e *Desk Consumatori* offrono esempi concreti delle finalità del modello di servizio di *Agenzia Tu*: offrire soluzioni che favoriscano l'integrazione dei cittadini stranieri.

L'impegno e l'attenzione verso questo segmento di clientela sono testimoniati inoltre dal crescente

numero di accordi siglati in vari paesi all'interno del network bancario per consentire a tutti i clienti di inviare rimesse all'estero.

Nel corso del 2011, infatti, UniCredit ha ulteriormente ampliato la propria rete di partnership, siglando in Italia un nuovo accordo con Western Union. Dal secondo semestre 2012 i nostri clienti potranno inviare rimesse tramite il canale di banca via internet, da ATM e chioschi e, solo per i clienti di *Agenzia Tu*, il servizio sarà disponibile anche presso le filiali.

Circa 45.000 clienti serviti da Agenzia Tu e Universo Non Profit

Nel 2011 UniCredit Bank Austria AG ha lanciato il progetto pilota Banking without Borders. Nell'ambito di questo progetto, cinque filiali a Vienna impiegano personale bilingue per offrire servizi bancari dedicati a clienti di origine bosniaca, croata, serba e turca. All'interno di queste filiali, inoltre, sono disponibili anche versioni tradotte delle brochure relative ai

principali prodotti e servizi offerti da UniCredit.

Il settore non profit in Italia

Il settore non profit in Italia interessa circa 5 milioni di persone e genera un fatturato annuo pari a circa €50 miliardi². Consapevoli dell'importanza del settore nel tessuto sociale ed economico italiano, vogliamo fornire alle organizzazioni non profit un servizio di alta qualità.

Il modello di servizio *Universo Non Profit*, lanciato nel 2009, offre prodotti e servizi finanziari specializzati alle organizzazioni non profit, tra cui uno speciale processo di valutazione del credito. La gamma di prodotti e servizi è disponibile presso tutte le filiali UniCredit in Italia, inclusa la nuova filiale dedicata inaugurata a Roma nel 2011. Attualmente serviamo circa 30.000 organizzazioni non profit, di cui quasi 4.800 sono state acquisite nel 2011.

Un consistente numero di colleghi, appositamente selezionati, ha ricevuto adeguata formazione e supporta le organizzazioni non profit nell'adottare decisioni informate in merito ai vari prodotti finanziari destinati alle PMI, fornendo allo stesso tempo accesso a soluzioni su misura per il cliente.

FOCUS

Premio Universo Non Profit 2011

Lottare contro l'esclusione delle persone anziane, facendoli sentire una risorsa e non un peso: questo il messaggio della seconda edizione del *Premio Universo Non Profit*, organizzato in collaborazione con UniCredit Foundation. All'edizione 2011 i premi UniCreditCard Classic E, del valore di €60.000 ciascuno, sono stati assegnati alle cinque organizzazioni che hanno vinto il bando *Strategie di Coesione Sociale per la Terza Età*. I cinque progetti selezionati sono stati sottoposti ad un'ulteriore votazione che ha visto il coinvolgimento dei colleghi di UniCredit attraverso l'iniziativa *Your Choice, Your Project*. Il progetto *Come a Casa Solo a Casa* ha ricevuto il maggior numero di voti aggiudicandosi ulteriori €60.000. Sono state inoltre premiate, con menzione speciale, sei organizzazioni che hanno ricevuto un contributo complessivo di €120.000. Nel 2011 attraverso questo premio sono stati erogati in totale €480.000 a favore delle organizzazioni partecipanti. I fondi distribuiti attraverso il *Premio Universo Non Profit 2011* provenivano dai flussi di raccolta collegati UniCreditCard Classic E.

² World Bank, "Migration And Remittances Factbook 2011, second edition".

³ ISTAT, "Istituzioni Non Profit in Italia, Censimento 1999" CNEL / ISTAT, "Primo Rapporto sull'Economia Sociale", 2008.

La relazione con il Territorio

Ad esempio, *Imprendo Universo Non Profit Light* è un pacchetto di conto corrente che si rivolge alle piccole organizzazioni che fanno ricorso limitato ai servizi bancari. Altro prodotto specializzato è il *Mutuo Universo Non Profit*, prestito a medio-lungo termine per le organizzazioni non profit che registrano flussi di reddito stagionali particolarmente elevati (ad esempio, in occasione di sottoscrizioni annuali e altre campagne di raccolta fondi). Attraverso questo programma nel corso del 2011 sono stati accordati ai nostri clienti nuovi prestiti per circa €64 milioni.

Uno dei principali obiettivi del modello di servizio di *Universo Non Profit* è supportare le organizzazioni non profit nella raccolta fondi e nelle attività di formazione bancaria e finanziaria. Forniamo pertanto alle organizzazioni non profit accesso a *ilMioDono.it*, piattaforma web gratuita per presentare le proprie attività e, quindi, facilitare le iniziative di raccolta fondi. I donatori possono così utilizzare il servizio offerto da *ilMioDono.it* per effettuare donazioni e senza sostenere le relative commissioni bancarie. Nel 2011 il numero totale di organizzazioni non profit presenti sul *ilMioDono.it* è quasi raddoppiato, toccando quota 234. Attraverso la piattaforma sono transitati contributi per circa €66.000, il 60% dei quali è andato a sostegno di organizzazioni non profit e progetti in ambito sanitario e a favore dell'inclusione sociale.

Attraverso il *Conto Donazioni* è offerta la possibilità di gestire le attività di raccolta fondi presso il canale delle filiali UniCredit senza il pagamento di commissioni ordinarie. A fine dicembre 2011 attraverso i 491 conti correnti aperti sono stati raccolti complessivamente circa €2,5 milioni.

**Conto Donazioni:
491 conti correnti,
€2,5 milioni raccolti**

Ai relationship manager che ricevono apposita formazione per gestire la relazione con le organizzazioni non profit, si affiancano anche alcuni colleghi di UniCredit attivi come volontari, ovvero gli *Amici del Non Profit*. Essi svolgono il ruolo di ambasciatori del modello del servizio di *Universo Non Profit* sia internamente sia esternamente. Gli *Amici del Non Profit* sono passati da 1.490 nel 2010 a 2.610 a fine 2011.

Tra le priorità per l'anno 2012 c'è l'ulteriore sviluppo del modello di *Universo Non Profit* al di fuori dell'Italia, nei paesi in cui UniCredit è presente. Attualmente abbiamo in programma di avviare studi di fattibilità in Austria, Germania, Polonia ed alcuni paesi selezionati in Europa Centro-Orientale.

Generazioni future

Con la consapevolezza che la partecipazione dei giovani al sistema economico contribuisce alla costruzione di una comunità finanziaria inclusiva e responsabile, UniCredit offre prodotti adatti alle esigenze delle giovani generazioni, tra cui carte e prestiti dedicati agli studenti.

Genius Card è una carta prepagata senza commissione mensile per studenti universitari fino a 27 anni di età. Nel 2011 sono state emesse oltre 200.000 nuove carte di questo tipo, incluse le *Genius Card Web* pensate per gli studenti che utilizzano prevalentemente il canale dell'online

banking e le carte concepite per offrire a chi lavora e studia sconti e vantaggi presso esercizi commerciali situati in prossimità di università convenzionate.

Le altre offerte comprendono il pacchetto di prestiti *CreditExpress Giovani* che risponde alle tipiche esigenze finanziarie dei giovani clienti italiani di età compresa tra i 18 e i 30 anni che hanno bisogno di acquistare libri scolastici e apparecchiature informatiche, al di là del pagamento periodico delle rette universitarie.

CreditExpress Master è stato concepito per gli studenti che intendono conseguire un master, mentre *UniCredit Ad Honorem* si rivolge agli studenti che intendono iscriversi a corsi di laurea o post-laurea e consente agli studenti di completare gli studi senza preoccupazioni di carattere finanziario e di posticipare il rimborso di capitale e interessi collegati fino al momento in cui viene conseguita la laurea e trovato impiego. Il prestito può essere richiesto dagli studenti universitari residenti in Italia, selezionati dalle università in base al criterio del merito nell'ambito del curriculum del programma. *UniCredit Ad Honorem* è fornito solo presso le università o le scuole di formazione che hanno sottoscritto accordi specifici con UniCredit.

In Austria abbiamo avviato *ErfolgsService*, un servizio speciale (che prevede un conto senza addebito di spese, prestiti speciali, ecc.) che si rivolge agli studenti che hanno meno di 30 anni e frequentano un'università austriaca o si sono laureati di recente e sono in attesa di cominciare a lavorare o di conseguire una seconda laurea.

Oltre a fornire prodotti e servizi finanziari dedicati ai giovani UniCredit offre la possibilità di frequentare alcune delle più prestigiose istituzioni accademiche a livello internazionale: questa può essere la chiave per liberare tutto il loro potenziale.

Nel 2011 UniCredit & Universities Foundation ha rinnovato il proprio programma di iniziative accademiche ed ampliato con successo la propria rete di relazione attraverso partnership con università in Europa e negli Stati Uniti.

UniCredit & Universities Foundation

UniCredit & Universities Foundation sostiene i migliori studenti e ricercatori europei nell'ambito dell'economia, della finanza, della giurisprudenza, della politica e delle scienze sociali. Ogni anno eroga diverse borse di studio e di ricerca. La dimensione europea contraddistingue tutte le principali attività della Fondazione e, nell'ambito del sostegno allo studio e alla ricerca, essa riflette la varietà geografica e culturale di UniCredit, ai cui valori UniCredit & Universities Foundation si ispira nel suo quotidiano operare. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito di UniCredit & Universities Foundation.



Tre delle principali business school in Europa sono state coinvolte nella prima edizione nell'iniziativa *Business School Research Project*: IE Business School di Madrid; INSEAD Fontainebleau e London Business School. Inoltre, cinque tra le più prestigiose università statunitensi – l'Università di Chicago, Harvard,

MIT, Princeton e Stanford – sono state coinvolte nella prima edizione dell'iniziativa *US PhD Scholarship*, mirata a sostenere studenti di talento provenienti da uno dei paesi dell'Europa Centro Orientale in cui UniCredit opera.

Il programma *UniCredit Study-Abroad Exchange Programme*, dedicato ai laureandi, è un'ulteriore dimostrazione del nostro impegno per offrire uguali opportunità a tutti gli studenti provenienti dai territori in cui UniCredit opera. Crediamo che questo ambizioso obiettivo possa essere raggiunto attraverso la solida rete accademica della Fondazione.

Il programma è stato lanciato nel 2011, premiando otto studenti provenienti da Serbia e Russia o interessati a studiare in quei paesi. Tra le priorità di UniCredit & Universities Foundation per il 2012 c'è l'ampliamento dell'iniziativa *UniCredit Study-Abroad Exchange Programme* ad altri paesi CEE in cui UniCredit è presente, che non sono coperti dal programma di studio europeo Erasmus, tra cui Croazia ed Ucraina.

Nel 2011 sono stati investiti oltre €1,5 milioni nelle iniziative di UniCredit & Universities Foundation che consentiranno di sostenere 42 vincitori tra studenti e ricercatori di talento.

Educazione finanziaria

Crediamo che l'educazione finanziaria sia una componente fondamentale di un business sostenibile.

Offriamo pertanto gratuitamente corsi di educazione finanziaria con l'obiettivo di fornire competenze finanziarie di base a diversi segmenti sul territorio, inclusi studenti, persone anziane, imprenditori, immigrati e organizzazioni non profit. In tal modo,

UniCredit rafforza la consapevolezza su temi economici e finanziari e migliora la trasparenza della terminologia finanziaria. L'obiettivo è quello di costruire una società informata e consapevole, in grado di utilizzare prodotti e servizi finanziari in modo sostenibile.

A tal fine, in Italia abbiamo avviato il programma *In-Formati* che offre corsi gratuiti a sei diverse tipologie di destinatari: studenti (delle scuole superiori e delle università), famiglie, anziani, immigrati, non profit e PMI. Per garantire la rispondenza dei corsi alle reali esigenze dei partecipanti, tutte le iniziative sono realizzate in collaborazione e su richiesta di stakeholder locali, fra gli altri Associazioni dei Consumatori, associazioni di settore, università, scuole superiori.

Beneficiando della collaborazione degli educatori volontari di UniCredit, il programma vanta un elevato tasso di partecipazione e gode del notevole coinvolgimento dei nostri colleghi: nel 2011 complessivamente 573 dipendenti di UniCredit hanno tenuto i corsi di *In-Formati* oltre il normale orario di lavoro, conducendo più di 5.300 ore di formazione.

Il programma si basa su un modello contraddistinto da sei importanti caratteristiche: un approccio multi-stakeholder; il legame con il territorio; il contributo degli educatori volontari di UniCredit; educazione finanziaria e bancaria per diverse tipologie di destinatari; monitoraggio strutturato attraverso una matrice di indicatori chiave di performance; questionari di valutazione della crescita dell'alfabetizzazione mediante l'UniCredit Financial Literacy Index; comunicazione interna ed esterna per generare consapevolezza.

La relazione con il Territorio

In-Formati: oltre 9.800 partecipanti, conoscenze aumentate del 20,7%

Nel 2011 *In-Formati* è stato realizzato in 34 città italiane per clienti e non clienti di UniCredit. Durante la fase pilota di *In-Formati*, si sono tenuti per il territorio 250 sessioni dedicate. Complessivamente circa 9.800 partecipanti hanno ricevuto quasi 41.000 ore di formazione, ed è stato creato un catalogo comprendente 18 corsi. Sulla base dell'UniCredit Financial Literacy Index la conoscenza dei partecipanti ai corsi di *In-Formati* nel 2011 è aumentata del 20,7%.

Per aiutare i giovani nella quotidiana gestione finanziaria, abbiamo messo a punto l'iniziativa *Genius for University* ed abbiamo istituito uno sportello per promuovere una gamma di prodotti e servizi a favore degli studenti presso 25 importanti università italiane per un totale di circa 600 giorni. Durante queste visite i colleghi di UniCredit hanno fornito oltre 10.000 guide di formazione finanziaria specifiche per gli studenti.

In Austria nel 2011 è stato lanciato un nuovo programma sull'educazione finanziaria. Strutturato principalmente nella forma di workshop promossi da UniCredit Bank Austria AG e tenuti presso scuole in collaborazione con il Museo Nazionale Austriaco di Economia. Il programma fornisce supporto accademico ed è stato sviluppato grazie al supporto di formatori professionisti insieme con circa 30 dipendenti di UniCredit Bank Austria AG. Complessivamente durante l'anno scolastico in corso si sono tenuti 400 workshop mirati a giovani di età compresa tra i 14 e i 19 anni a cui hanno partecipato circa 10.000 studenti e 500

docenti. Questa iniziativa sarà attuata di nuovo nell'anno scolastico 2012/2013.

Educazione finanziaria in Austria: 400 workshop per circa 10.000 studenti

In Germania è stato lanciato il sito web *EURO.DE*, il portale di formazione in ambito finanziario creato da UniCredit Bank AG. La banca vanta una gamma di programmi di formazione in ambito finanziario, compresi workshop che saranno messi a punto nel 2012 e che si terranno presso le filiali del Gruppo e saranno dedicati, fra gli altri, a giovani professionisti, tirocinanti, famiglie, donne, persone anziane e lavoratori immigrati. Tra i temi trattati rientreranno le operazioni di pagamento, la pianificazione pensionistica, gli investimenti, i prestiti, la finanza immobiliare e il mondo finanziario.

Consigli di Territorio

La promozione dell'innovazione e internazionalizzazione delle piccole e medie imprese italiane è parte integrante del nostro impegno a favore dello sviluppo del tessuto economico locale è tra i temi su cui più si concentra il lavoro dei Consigli di Territorio Italiani. I 18 Consigli di Territorio, organismi consultivi nominati dal Consiglio di Amministrazione di UniCredit svolgono la funzione di think tank per sostenere il lavoro di promozione dello sviluppo dei territori in cui opera UniCredit e che concretamente prende la forma di progetti specifici dedicati a stakeholder locali. I 322 membri che li compongono sono rappresentanti di spicco di imprese, associazioni di settore, istituti di ricerca, organizzazioni non profit, istituzioni culturali e associazioni di volontariato locali.

Nel 2011 abbiamo lanciato la seconda edizione dell'iniziativa *Il Talento delle Idee*, volta a promuovere una nuova generazione di imprenditori italiani di età compresa tra i 18 e i 40 anni. Attraverso un concorso che individua le migliori idee imprenditoriali, sono identificate le idee più innovative e ai vincitori viene fornito sostegno finanziario e organizzativo per avviare una nuova attività. Tutti i progetti vengono valutati da una giuria composta da un panel di giudici locali, scelti tra i membri dei Consigli di Territorio e tra i Giovani Imprenditori di Confindustria, con l'ausilio di un modello di valutazione sviluppato ad hoc da UniCredit.

In occasione della seconda edizione, nel 2011, sono state presentate 436 proposte, il 36% in più rispetto alla prima edizione del 2010. Inoltre, il 48% dei progetti è giunto da imprenditori di età compresa tra i 18 e i 30 anni. Il numero più elevato di domande è legato ai settori ICT, clean technology/energy e turismo.

I vincitori verranno resi noti tra maggio e ottobre 2012 e avranno la possibilità di partecipare a incontri personalizzati con investitori, venture capitalist e business angel. Inoltre, avranno la possibilità di incontrare professionisti del network di UniCredit che li affiancheranno in diversi programmi di tutoraggio. Si veda il capitolo I Nostri Clienti per ulteriori informazioni sui progetti dedicati all'internazionalizzazione.

Generare social welfare

Nel 2011 abbiamo rinnovato il nostro impegno a favore dell'inclusione sociale tramite progetti realizzati anche grazie al contributo dei nostri dipendenti. Il nostro obiettivo è rispondere alle esigenze di persone vulnerabili e collaborare con le organizzazioni locali per sostenere importanti cause sociali.

Una cultura di solidarietà ed inclusione

In UniCredit sosteniamo iniziative che testimoniano il nostro spirito di solidarietà e favoriscono l'inclusione sociale. In questo senso siamo impegnati per rispondere ai bisogni emergenti per generare beneficio a favore delle fasce di popolazione più deboli.

Il nostro impegno si concretizza principalmente nelle iniziative promosse da UniCredit Foundation, la fondazione d'impresa interamente dedicata a iniziative di solidarietà e cooperazione. UniCredit Foundation gestisce inoltre diversi progetti che si basano su partnership a livello locale e ci permettono di offrire sostegno, fornendo conoscenze, competenze e risorse finanziarie.

UniCredit Foundation fornisce ai colleghi preziose opportunità per offrire il proprio tempo e le proprie competenze a favore del miglioramento dell'assistenza sociale nei territori in cui operiamo.

UniCredit Foundation

UniCredit Foundation è la fondazione d'impresa e centro di competenza filantropica del Gruppo. Opera al fine di contribuire allo sviluppo della cultura della solidarietà nelle comunità in cui è presente UniCredit e fra i suoi dipendenti. UniCredit Foundation favorisce processi di coesione anche attraverso la promozione dell'imprenditorialità sociale come strumento di produzione ed erogazione di beni e servizi di utilità sociale. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito di UniCredit Foundation.



L'edizione 2011 del *Gift Matching Program*, iniziativa attraverso la quale UniCredit Foundation integra le donazioni

effettuate dai colleghi del Gruppo a favore di progetti non profit, si è chiusa registrando la più alta partecipazione da quando il programma è stato lanciato, nel 2003. La nona edizione si è svolta in 17 paesi, coinvolgendo oltre 12.000 dipendenti, il 22% in più rispetto all'edizione precedente. Complessivamente attraverso i contributi raccolti sono stati sostenuti 401 progetti non profit, appartenenti soprattutto all'ambito del social welfare e della solidarietà internazionale, con una donazione complessiva di circa €2,3 milioni di euro. Tutti i progetti hanno ricevuto un'integrazione al 100%: per ogni euro donato dai colleghi, UniCredit Foundation ha devoluto un altro euro alle organizzazioni non profit selezionate, per un contributo complessivo finale di €4,6 milioni.

Nel 2011 UniCredit Foundation ha ampliato l'offerta di iniziative dedicate ai dipendenti attraverso il lancio del programma *Your Choice, Your Project* che, attraverso un sistema di voto, consente ai colleghi in UniCredit di scegliere uno fra una selezione di progetti già sostenuti da UniCredit Foundation a livello locale. I progetti che hanno ottenuto il numero più elevato di voti hanno ricevuto un ulteriore contributo economico.

Cinque paesi – Bulgaria, Polonia, Slovacchia e Slovenia, oltre all'Italia che avuto un secondo voto con una sessione specifica per UniCredit Leasing-Italia, hanno partecipato alla prima edizione dell'iniziativa, che ha coinvolto circa 27.000 colleghi per un totale di 20 progetti avviati in diversi ambiti di intervento.

Tali progetti hanno previsto nel complesso: supporto a gruppi vulnerabili come anziani, giovani e minori; iniziative locali in aree economicamente svantaggiate per supportare i giovani attraverso sessioni di formazione

informale ed extra-curricolare, programmi a favore dell'inclusione sociale e assistenza psico-sociale per minori e famiglie; creazione di reti di volontariato con competenze professionali e assistenza infermieristica; promozione di attività per sostenere gli immigrati e l'integrazione culturale.

In Italia, UniCredit Foundation ha avviato alcuni progetti sul territorio con l'obiettivo di promuovere e potenziare esperienze di nuove imprese sociali, nate grazie alla riconversione di beni confiscati alla criminalità organizzata. Fra questi i progetti *Le farfalle. Coltivare e produrre nella legalità*, realizzato a Partitico, in provincia di Palermo. Promosso in collaborazione con la Cooperativa Libera-mente, il progetto vuole realizzare una filiera di prodotti bio-agroalimentari sulla proprietà confiscata, offrendo anche momenti di formazione professionale ai lavoratori e workshop sulla conoscenza critica e consapevole sui prodotti della terra.

Un secondo progetto, *Giona, un network provinciale di beni confiscati alle mafie*, attivato nella provincia di Reggio Calabria e gestito dal Consorzio Terre del Sole, prevede la messa a coltura dei terreni nell'area di Melito Porto Salvo e Maropati ed il rafforzamento della partnership tra diversi enti attivi sul territorio.

Guardando al 2012, queste le priorità di UniCredit Foundation: incrementare il numero di colleghi coinvolti nelle attività non profit ed accrescere il loro livello di consapevolezza sui temi della filantropia, consolidando il *Gift Matching Program* ed estendendo l'iniziativa *Your Choice, Your Project* ad almeno altri tre paesi del Gruppo.

**Oltre 40.000 colleghi
partecipanti a progetti
di UniCredit Foundation**

FOCUS

Your Choice, Your Project



Come a casa solo a casa

rete di quartiere per fornire interventi domiciliari di assistenza alle persone anziane.

Vestiamo la libertà

grazie alla riconversione di un bene confiscato alla criminalità, costituzione di un laboratorio di sartoria per offrire un lavoro e un percorso di recupero alle donne vittime del traffico di esseri umani.

Let Them Grow Older at Home

programma di sostegno alle famiglie che hanno a carico la cura di persone anziane e include percorsi e sessioni di formazione per badanti, insieme alla creazione di reti di vicinato e di solidarietà per offrire aiuto alle famiglie.

Trust in the Family

rete di sostegno a favore di famiglie in situazioni di disagio, per prevenire l'istituzionalizzazione di bambini a rischio e minimizzare gli effetti negativi di cure genitoriali inadeguate.

Street is Not for Children

sostegno psico-sociale, materiale, educativo e formativo ai giovani che vivono in condizione di forte disagio, coinvolgendo attivamente nei processi di recupero anche famiglie e gruppi di volontari.

Let's Give Children a Family

programma di assistenza all'infanzia per favorire l'integrazione dei bambini nelle famiglie adottive, che comprende un counseling psicologico professionale per i genitori affidatari.

FOCUS

East Forum 2011: promuovere lo sviluppo e l'impiego

UniCredit promuove il dialogo tra istituzioni e società civile su questioni importanti per il territorio. L'East Forum anche nel 2011 è stato palcoscenico di una conferenza internazionale che ha offerto a istituzioni e società civile la possibilità di discutere delle soluzioni per l'occupazione e la creazione di posti di lavoro. Il 6° East Forum annuale – dal titolo *Una crescita competitiva per una migliore occupazione. Politiche, soluzioni e strategie per promuovere lo sviluppo e l'impiego* - organizzato in collaborazione con l'OCSE, ha visto la partecipazione del top management di UniCredit nonché i rappresentanti di istituzioni nazionali e internazionali quali Banca mondiale, l'ISTAT e sindacati italiani. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito di East Forum.



Iniziativa per le persone con disabilità

Lavoriamo per migliorare l'accesso dei clienti con disabilità alle nostre filiali nella convinzione che ridurre le barriere sia il primo passo per garantire parità di accesso a tutti.

Per rispondere alle necessità dei nostri clienti e colleghi con disabilità, UniCredit Bank Austria AG ha istituito la figura del Disability Manager, responsabile per la promozione di misure di assistenza a clienti e colleghi. Per ulteriori informazioni sui progetti dedicati alla diversity in UniCredit si veda il capitolo Le nostre Persone.

A Vienna, inoltre, forniamo un servizio navetta per i clienti che non sono in grado di recarsi in filiale in modo indipendente per incontrare il loro account manager.

Questo servizio prevede la stipula di singoli accordi per l'erogazione di servizi di trasporto che utilizzano veicoli equipaggiati per lo spostamento di persone con disabilità. Nel 2011 sono state circa 150 le persone che hanno usufruito di questo servizio ed abbiamo in programma di estenderlo ad altre città nel 2012.

Nel 2011 UniCredit Bank Austria AG ha finanziato anche la pubblicazione del primo dizionario della lingua dei segni tedesca che include una selezione della terminologia bancaria. UniCredit Bank Austria AG, infine, ha lanciato la prima carta bancaria per persone ipovedenti, con caratteri ben visibili, colori speciali e note in Braille. La carta è stata sviluppata in collaborazione con la Relief Organization for Austria's Blind and Visually Impaired.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito di UniCredit Bank Austria AG - sezione Sostenibilità.



In Germania, UniCredit Bank AG fornisce ai clienti ipovedenti note in Braille con le relative carte di risparmio.

Nel 2011 ci siamo adoperati per rendere le nostre filiali e i nostri ATM accessibili alle persone su sedia a rotelle ovunque possibile. In Repubblica Ceca tutte le filiali aperte di recente sono state concepite per essere accessibili da persone su sedia a rotelle mentre in Croazia oltre il 90% degli ATM e circa il 35% delle filiali sono stati resi accessibili a clienti con disabilità. In Bulgaria sono stati installati nelle filiali diversi nastri trasportatori e piattaforme di sollevamento per aiutare le persone diversamente abili.