



Karma Metrix
Energy Efficient Website

LA **SOSTENIBILITÀ** DIGITALE NEL MONDO BANKING

DATI & CASE STUDY



PAG. 3	01 INTRODUZIONE
PAG. 5	02 IL CONTESTO ATTUALE
PAG. 11	03 NECESSITÀ E OPPORTUNITÀ
PAG. 14	04 BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
PAG. 16	05 SOSTENIBILITÀ DIGITALE
PAG. 19	06 CASI STUDIO <ul style="list-style-type: none">• <u>BANCA IFIS</u>• <u>FCA BANK</u>• <u>CRÉDIT AGRICOLE</u>• <u>TREECARD</u>• <u>BUNQ</u>• <u>ASPIRATION</u>• <u>FLOWE</u>• <u>MASTERCARD</u>
PAG. 29	07 COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ
PAG. 37	08 PROSPETTIVE FUTURE





01. Introduzione

Nell'era digitale in cui viviamo, l'industria bancaria sta affrontando una sfida cruciale: come abbracciare l'innovazione tecnologica per offrire servizi sempre più efficienti ed accessibili, mantenendo al contempo un impegno costante verso la sostenibilità ambientale e sociale.

Questo documento si pone l'obiettivo di affrontare (anche) il connubio tra l'avanzamento digitale e la responsabilità sociale, rivelando come **la sostenibilità non sia solo un'opzione, ma una necessità imprescindibile per il futuro.**

In un contesto in cui la digitalizzazione è diventata una forza trainante per il cambiamento, le banche di tutto il mondo stanno rivedendo le proprie pratiche aziendali. L'obiettivo? Creare un ecosistema finanziario più verde, inclusivo ed etico.

Da politiche di investimento responsabile a servizi bancari basati su tecnologie emergenti, questo documento esamina come gli istituti di credito stiano **ridisegnando il loro percorso strategico per un futuro sostenibile**, allineato con gli obiettivi globali di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. Unisciti a noi in questa esplorazione del futuro del settore banking, dove l'innovazione e la responsabilità si intrecciano per creare un mondo finanziario migliore per tutti.

Le aziende pioniere hanno già compiuto passi significativi, sposando iniziative progettuali orientate principalmente verso una transizione ecologica. Il nuovo paradigma che si sta delineando pone al centro del modello bancario il benessere delle persone e la salute del pianeta.

Benvenuti in un mondo in cui valori e tecnologia convergono per dare forma alla sostenibilità digitale nel settore bancario.

Perché questo documento ti sarà utile?

Avere una buona reputazione è un elemento di valore impareggiabile in ogni settore, e ancor di più in quello bancario. Chi affiderebbe i propri soldi a un interlocutore poco credibile o scarsamente proiettato al futuro?

La sostenibilità è, in questo senso, **una potente leva per costruire credibilità**. Comunicare gli sforzi e i risultati in questo ambito è fondamentale per informare i consumatori e garantire una scelta consapevole. Una buona reputazione bancaria offre vantaggi come la fedeltà dei clienti, l'attrazione di investitori e la fiducia di partner e autorità.

Questo documento è un prezioso strumento per comprendere l'evoluzione del settore bancario verso una maggiore sostenibilità, permettendoti di approfondire un argomento che ormai deve essere considerato come imprescindibile:

- ▶ Scoprirai **l'importanza della sostenibilità nel settore bancario** e quali opportunità offre
- ▶ Apprenderai **cosa significhi sostenibilità digitale nel contesto bancario** e come essa possa contribuire a brand awareness e differenziazione
- ▶ Vedrai **casi studio concreti** di banche che hanno avuto successo nella comunicazione della sostenibilità



02. Il contesto attuale

Il settore bancario ha subito profondi cambiamenti a causa dei progressi tecnologici, con la sostenibilità al centro del dibattito internazionale. Le crisi globali, come quella del 2008, hanno spinto le banche a rivedere le proprie pratiche, integrando i criteri ESG nei processi di gestione del rischio e concessione del credito. Questo cambiamento ha aperto nuove opportunità per l'innovazione finanziaria, con investimenti verdi e progetti sostenibili al centro dell'attenzione.

In parallelo, **la digitalizzazione del settore bancario è cresciuta**, consentendo la creazione di strumenti come l'intelligenza artificiale e la blockchain, che aiutano le banche a finanziare progetti sostenibili e a ridurre il proprio impatto ambientale.

Accelerazione forte è arrivata, sia in ambito digitalizzazione sia in ambito sostenibilità, dalla pandemia Covid. È quello che emerge da un [sondaggio di Deutsche Bank](#) sui propri clienti:

Per il 51% gli investimenti basati su criteri ESG possono contribuire a gestire il rischio nei propri portafogli, mentre **il 74%** ha affermato che la pandemia ha evidenziato l'importanza della gestione del rischio.

Dal sondaggio emerge anche che **oltre il 75%** dei partecipanti è d'accordo sul fatto che gli investimenti dovrebbero avere un impatto positivo sul mondo.

Una ricerca di McKinsey inoltre afferma che:

Oltre il 40%

dei consumatori americani dichiara di essere intenzionato alla stipula di contratti che riguardano prodotti green.

2 intervistati su 3

destinerebbero il 40% dei propri risparmi verso prodotti sostenibili.

Anche secondo un sondaggio di BearingPoint, condotto in Svizzera, Austria e Germania, la sostenibilità sta crescendo di importanza: un intervistato su 3 sarebbe disposto a cambiare banca di fronte ad un'offerta maggiore di prodotti sostenibili.

Il trend non può che essere in aumento, considerando una maggiore propensione al cambiamento man mano che la fascia d'età degli intervistati si abbassa.

Appare quindi credibile affermare che **la reputazione delle banche deve passare anche da un maggior impegno nella sostenibilità.**

L'innovazione finanziaria sostenibile è un'opportunità per il futuro del settore bancario e le banche che si impegnano in questo percorso possono cogliere le nuove tendenze di mercato, migliorare la propria reputazione e costruire relazioni più solide con i clienti.

Ed è per questo che i temi di sostenibilità stanno già diventando **pratiche comuni per promuovere l'immagine aziendale delle banche**. Tra gli interventi che stiamo riscontrando abbiamo:

- 01. LA VALUTAZIONE DEI RISCHI ESG**
Le banche stanno sempre più tenendo in considerazione le variabili ambientali, sociali e di governance per esaminare l'affidabilità creditizia dei progetti che le aziende presentano in fase di richiesta di accesso al credito.
- 02. SVILUPPO DI PRODOTTI BANCARI SOSTENIBILI**
Già nel 2020 l'emissione di green bonds, destinati a finanziare progetti ecologici, da parte delle banche aveva raggiunto il rilevante valore di circa \$270 miliardi. Questa tendenza è in crescita continua, con un aumento costante dell'offerta di fondi, conti, investimenti e finanziamenti in sostenibilità.
- 03. MISURAZIONE DELL'IMPRONTA AMBIENTALE**
Gli istituti creditizi rendicontano l'impatto in termini di consumi energetici, emissioni e gestione del ciclo dei rifiuti, fissando obiettivi precisi e termini temporali per un piano di riduzione ed eliminazione delle criticità.
- 04. TRASPARENZA E COMUNICAZIONE**
I risultati raggiunti vengono comunicati all'esterno, con lo scopo di informare gli investitori, i clienti e più in generale tutti gli stakeholder.
- 05. PRESSIONE DEGLI INVESTITORI**
Gli investitori stanno diventando sempre più consapevoli dell'importanza della sostenibilità e stanno esercitando pressioni sulle banche per adottare pratiche più sostenibili.
- 06. INVESTIMENTI SOSTENIBILI**
Il circuito bancario indirizza un volume sempre maggiore di risorse economiche verso i progetti che hanno buone ricadute sociali e ambientali, con particolare rilevanza per infrastrutture e proposte collegate al welfare.

07. REGOLAMENTAZIONE

Gli enti regolatori stanno introducendo normative più stringenti per garantire che le banche si impegnino in pratiche più sostenibili; l'Unione Europea ha già implementato il Taxonomy Regulation per definire ciò che è considerato un investimento sostenibile.

08. INNOVAZIONE DIGITALE

Le tecnologie green ottimizzano l'operatività delle banche, consentendo di ridurre contemporaneamente l'impatto ambientale e gli sprechi.

Un'indagine di Deloitte, condotta intervistando i manager di 20 banche commerciali, evidenzia come tutte abbiano in programma di aumentare il loro coinvolgimento nel sustainable banking. Il 95% degli intervistati ha dichiarato di aver implementato pratiche ESG negli ultimi 3 anni.

La sostenibilità, dunque, sta diventando una vera e propria strategia per il posizionamento e per la competitività.



Come la digitalizzazione sta cambiando le abitudini



Sostenibilità e innovazione sono fondamentali in un nuovo approccio bancario. Le istituzioni stanno affrontando nuovi modelli di business orientati all'ambiente grazie alle tecnologie digitali verdi.

La sostenibilità, l'innovazione e la digitalizzazione stanno diventando sempre più interconnesse nell'approccio bancario moderno. Le banche stanno riconoscendo che l'adozione di pratiche sostenibili è non solo un imperativo etico ma anche un vantaggio competitivo.

Innovazioni tecnologiche come l'uso di soluzioni fintech e la digitalizzazione dei servizi bancari consentono alle banche di migliorare l'efficienza, ridurre i costi e offrire servizi più convenienti ai clienti.

Come anticipato, il covid ha segnato un momento di accelerazione incredibile nella digitalizzazione, perché ci ha obbligato a restare chiusi in casa, ma ha anche sbloccato importanti evoluzioni nell'infrastruttura: la posa della fibra ottica prevista dal piano nazionale ha sicuramente contribuito a rendere internet più fruibile per tutti.

Le banche hanno quindi puntato sempre di più sui servizi digitali:

Servizi di mobile e online banking: secondo un'indagine di ABI Lab-Doxa, il numero di utenti che utilizzano internet banking è aumentato del 40% rispetto al periodo pre-covid. Sempre più persone, indifferentemente dall'età, utilizzano i dispositivi digitali, fissi o mobili, per effettuare operazioni bancarie.



Pagamenti digitali: crescono esponenzialmente le modalità di pagamento elettronico a discapito del contante. Secondo un'indagine di Assofin, nel 2022 i pagamenti digitali in Italia hanno raggiunto i 397 miliardi di euro, pari al 40% dei consumi. Si tratta di una crescita del 18% rispetto al 2021.

Sicurezza informatica: i sistemi all'avanguardia tutelano adeguatamente i correntisti e i possessori di carte di credito o prepagate, dando solide garanzie in tema di transazioni e rispetto della privacy per i dati personali.



Marketing digitale: le banche si orientano su siti ottimizzati anziché sulla promozione cartacea tradizionale, con strumenti di engagement e social media che sono utilissimi per attrarre il cliente per poi fidelizzarlo.

Sostenibilità digitale: le istituzioni bancarie stanno sempre più adottando pratiche digitali sostenibili, misurando l'impatto ambientale del proprio sito web e prendendo misure di efficientamento energetico, riducendo l'impatto ambientale.



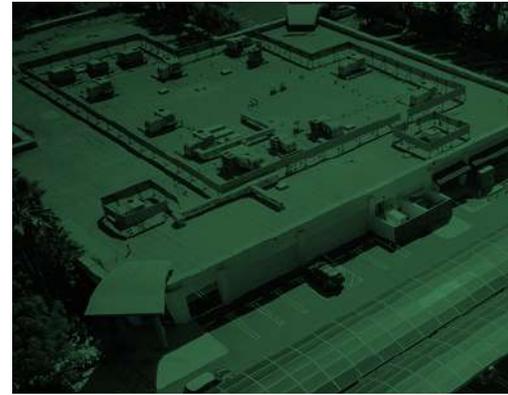
03. Necessità e opportunità nel settore bancario

La reputazione nel settore bancario è fondamentale, poiché i clienti e gli investitori cercano fiducia e sicurezza nelle banche con cui operano. E proprio in quest'ottica la responsabilità sociale delle banche sta diventando sempre più cruciale a livello strategico, influenzando direttamente l'immagine e la reputazione delle istituzioni finanziarie.

È importante sottolineare che la sostenibilità non deve essere solo un'etichetta, ma deve riflettersi nelle azioni concrete delle banche. Attraendo un pubblico attento alla sostenibilità, le banche possono essere più resilienti alle crisi reputazionali e comunicare in modo onesto i benefici futuri.

Inoltre, la responsabilità sociale non è solo una questione di "fare la cosa giusta", ma è strettamente legata alla gestione del rischio finanziario. Mitigare i rischi è essenziale per garantire un futuro finanziario stabile.

La responsabilità sociale delle banche e reputazione



Se in passato la responsabilità sociale delle banche è stata relegata alla sola discussione etica, attualmente è invece considerata praticamente da tutti gli operatori come una componente cruciale che determina le decisioni bancarie più impattanti.

I principi di ESG sono ormai integrati nelle strategie di investimento, con un processo minuzioso di selezione in cui vengono considerati gli impatti ambientali e i risvolti sociali, parallelamente ai potenziali rendimenti finanziari.

Le obbligazioni e le iniziative a beneficio delle comunità sono sempre più numerose e puntano a dare alla clientela opzioni che rispecchiano i loro valori etici. L'ascolto delle preoccupazioni è diventato un passo imprescindibile per essere in sintonia con le aspettative del target di riferimento.

Le banche cercano ogni giorno di **identificare i rischi collegati** a situazioni di cambiamento climatico, a eventuali violazioni dei diritti umani nella catena di fornitura dei servizi e ad altre questioni che potrebbero ripercuotersi negativamente sulle operazioni dell'istituto.

La risposta è un coinvolgimento costante delle parti interessate nel processo decisionale. Le banche hanno il duplice compito di abbracciare la sostenibilità per migliorare la reputazione, promuovendo nel contempo un mondo migliore attraverso le decisioni più importanti.

Il legame tra reputazione e performance economica

La reputazione della banca è strettamente intrecciata alla performance economica.

Gli operatori del settore bancario hanno già riscontrato i seguenti vantaggi nell'adottare l'ecocompatibilità come principio di business:

- **contenimento dei rischi associati alle crisi di fiducia;**
- **minori richieste di ritiro dei depositi da parte dei correntisti;**
- **diminuzione delle azioni legali dei clienti;**
- **miglioramento della performance finanziaria;**
- **sostenibilità a lungo termine.**

Basterebbero solo questi elementi per far comprendere che la performance economica e la reputazione bancaria vanno avanti insieme.

Tuttavia, secondo una ricerca di YouGov, oltre la metà dei clienti non sa se la banca a cui si rivolge propone investimenti ecosostenibili. Inoltre, il 56% dei consumatori considera l'opportunità di cambiare banca in relazione all'offerta green.

Questo significa che le banche hanno ancora molto lavoro da fare per informare i clienti sulle loro politiche sostenibili e per rendere queste politiche più trasparenti e credibili.

04. Bilancio di sostenibilità nel settore bancario

Negli ultimi anni, la sostenibilità è diventata un concetto centrale nelle strategie aziendali, compreso il settore bancario. La rendicontazione dei bilanci di sostenibilità è diventata uno strumento chiave per comunicare l'impegno verso un futuro più sostenibile.

Il bilancio di sostenibilità è un documento che consente alle aziende di monitorare, valutare e comunicare le proprie prestazioni in termini di responsabilità sociale, ambientale e di governance.

Ma come misurare la sostenibilità bancaria? E a quali standard si fa riferimento? Vediamolo insieme.

Indicatore	Descrizione	Vantaggi
Indicatori ESG	Valutano le prestazioni della banca in base a criteri ambientali, sociali e di governance.	<ul style="list-style-type: none"> • Migliora la trasparenza delle pratiche aziendali. • Promuove l'attenzione ai problemi ambientali e sociali.- Contribuisce alla gestione dei rischi.
Report ESG	Rapporti regolari pubblicati dalle banche che dettagliano il loro impegno in termini di sostenibilità e includono indicatori chiave delle prestazioni ESG come le emissioni di carbonio, il sostegno alle energie rinnovabili e le iniziative di responsabilità sociale d'impresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione efficace con gli stakeholder. • Monitoraggio delle prestazioni ESG nel tempo.
Valutazioni ESG di Terze Parti	Valutazioni indipendenti delle prestazioni ESG delle banche da parte di organizzazioni terze.	<ul style="list-style-type: none"> • Credibilità e affidabilità nell'analisi delle prestazioni. • Confronto obiettivo tra banche.
Obbligazioni Verdi e Sociali	La quantità di obbligazioni verdi e sociali emesse da una banca può essere utilizzata come indicatore del suo impegno verso investimenti sostenibili. Le obbligazioni verdi finanziano progetti ecologici, mentre quelle sociali sostengono progetti a beneficio della comunità.	<ul style="list-style-type: none"> • Dimostra un impegno concreto verso progetti ecologici e sociali. • Accesso a finanziamenti sostenibili.
Adesione ai Principi per l'Investimento Responsabile (PRI)	Le banche possono aderire ai Principi per l'Investimento Responsabile dell'ONU. Questi principi impegnano le istituzioni finanziarie a integrare i fattori ESG nelle loro decisioni di investimento.	<ul style="list-style-type: none"> • Rafforza l'impegno verso investimenti responsabili. • Allinea la strategia con obiettivi globali.
Coinvolgimento con le Parti Interessate	Misura il coinvolgimento con clienti, dipendenti, investitori e comunità per raccogliere feedback sulla reputazione e sulle pratiche sostenibili.	<ul style="list-style-type: none"> • Migliora le relazioni con le parti interessate. • Identifica opportunità di miglioramento.
Standard GRI	L'utilizzo dei principi e delle linee guida del Global Reporting Initiative (GRI) per la rendicontazione di rapporti di sostenibilità.	<ul style="list-style-type: none"> • Fornisce una struttura standardizzata per la segnalazione ESG. • Promuove la coerenza e la completezza dei rapporti.

05. Sostenibilità digitale: un nuovo paradigma bancario

Cos'è la sostenibilità digitale?

La sostenibilità digitale è un tema cruciale spesso sottovalutato ma che sta guadagnando sempre più rilevanza. **Secondo The Shift Project, se Internet fosse un Paese sarebbe il 4° al mondo per emissioni di CO2e e il 3° per il consumo energetico.**

Stefano Epifani, docente di Internet Studies all'Università della Sapienza di Roma, definisce la sostenibilità digitale come "quella sostenibilità che definisce le modalità con cui si dovrà sviluppare la tecnologia digitale affinché contribuisca alla creazione di un mondo migliore, sia rispetto alla sua natura, sia rispetto al suo ruolo strumentale verso ambiente, economia e società".

La sostenibilità digitale è quindi un elemento chiave per la gestione di prodotti e servizi digitali. Essa non solo contribuisce alla competitività, ma offre anche risposte alle esigenze dei clienti.

Karma Metrix è nata nel 2020 proprio per questo: per aiutare le aziende a essere eco-sostenibili online riducendo notevolmente l'impatto ambientale dei loro siti Internet.

Siamo infatti **il primo percorso di sostenibilità digitale** che misura, migliora e comunica l'impatto ambientale di un sito web.

SCOPRI DI PIÙ SULLA SOSTENIBILITÀ DIGITALE 

Vantaggi per le aziende nel settore bancario

Le banche possono trarre notevoli vantaggi strategici dalla sostenibilità digitale. Questa pratica, grazie all'uso di tecnologie a basso consumo energetico e all'ottimizzazione dei processi operativi, offre:

- **risparmi energetici significativi;**
- **abbattimento delle emissioni di gas serra;**
- **riduzione dei costi cloud relativi al sito web.**

Inoltre, la sostenibilità digitale comporta una riduzione dei costi operativi attraverso l'automazione dei processi, la digitalizzazione dei documenti e una gestione più efficiente delle risorse. Questo migliora la redditività e promuove una gestione finanziaria sostenibile nel lungo termine.

La sostenibilità digitale, a conti fatti, amplifica i vantaggi della trasformazione digitale che tutte le aziende, e soprattutto quelle del settore bancario, stanno affrontando in questi anni.

Le banche che adottano la sostenibilità digitale possono anche attirare nuovi clienti, poiché sempre più consumatori cercano istituti finanziari impegnati nella responsabilità sociale e ambientale.

Essere un **pioniere della sostenibilità digitale** nel proprio settore può conferire un vantaggio competitivo e posizionare la banca come un brand innovativo. Tale impegno è riconosciuto anche attraverso iniziative come il premio impresa sostenibile 2023 de Il Sole 24 Ore, che valorizza le aziende italiane per la loro innovazione sostenibile.

Ecco alcuni riconoscimenti ricevuti dai nostri clienti:

- **Valentino** ha raggiunto la top 3 della hottest brand di Lyst del 2022, grazie al proprio impegno nell'innovazione in ambito sostenibilità.
- **UnipolSai** è stata premiata per l'innovazione con Karma Metrix da Qorus-Accenture e IKN:
 - **3° nella categoria "Social, Sustainable & Responsible" agli Innovation in Insurance Awards 2023 di Qorus-Accenture, premio internazionale con 350 partecipanti da 43 nazioni.**
 - **1° nella categoria Miglior Progetto ESG agli Italy Insurance Awards di IKN, premio italiano con oltre 500 partecipanti.**



CHI HA GIÀ SCELTO KARMA METRIX

TRENORD

La Gazzetta dello Sport
Tutto il rosa della vita

glassX

ID InfoCamere

verizon
connect

VALENTINO

Allianz

Allianz
Trade

CORRIERE DELLA SERA

MISURA QUANTO È SOSTENIBILE IL TUO SITO WEB

06. Casi studio

Per dare una dimensione concreta alle riflessioni affrontate in questo documento sulla sostenibilità nel settore bancario, occorre snocciolare qualche esempio rilevante, entrando nel merito degli elementi che possono fare la differenza per uno sviluppo green.

Vedremo dunque quali sono le campagne pubblicitarie e le strategie che hanno prodotto maggiori risultati, illuminando il percorso delle istituzioni bancarie verso una maggiore consapevolezza.

📅 22/08/2022 ⌚ 14:10

Banca Ifis è la prima banca a ottenere per il suo sito il sigillo Karma Metrix Energy Efficient Website

CASE STUDY N. 1

- **Banca Ifis: prima banca italiana a ottenere il sigillo Karma Metrix e impegnarsi nella sostenibilità digitale**

Banca Ifis, istituto finanziario, si impegna a essere un modello di responsabilità sociale ed eco-compatibilità nel settore bancario.

Per estendere questo impegno alle operazioni online, inclusa la gestione del suo sito web, ha **riconosciuto l'importanza crescente del digitale nel settore finanziario e la necessità di ridurre l'impatto ambientale online in linea con i suoi valori aziendali**. Ciò ha comportato la ricerca di soluzioni per misurare ed effettivamente **ridurre l'impatto ambientale del sito web**.

Banca Ifis ha avviato un ambizioso percorso pluriennale per migliorare la sostenibilità del suo sito web. Questo programma prevede una serie di fasi, vediamole insieme.

CASE STUDY N. 1

Le fasi del percorso iniziato da Banca Ifis con Karma Metrix prevedeva:



Misurazioni: la collaborazione con Karma Metrix è iniziata con un'analisi approfondita del sito web di Banca Ifis. Questa fase ha permesso di ottenere una panoramica dettagliata delle emissioni di CO₂ generate dal sito e di identificare le aree critiche.



Audit e check periodici: per mantenere il sito allineato agli obiettivi di sostenibilità, Banca Ifis ha pianificato audit e check delle implementazioni regolari con Karma Metrix. Questi audit mirano a valutare l'efficacia delle misure adottate e a individuare ulteriori opportunità di miglioramento.



Riduzione delle emissioni: l'obiettivo dichiarato di Banca Ifis è di ridurre le emissioni di CO₂ generate dal suo sito web del 32% entro un periodo definito. Per raggiungere questo obiettivo sono state identificate una serie di azioni correttive e di ottimizzazione.

RISULTATI

- Banca Ifis è diventata **la prima banca italiana a ottenere il sigillo Karma Metrix Energy Efficient Website.**
- Il consumo energetico ridotto ha posizionato il sito **al di sotto della media mondiale di emissioni di CO₂e del 5%.**
- Il primo step di ottimizzazioni susseguenti all'audit tecnico hanno evidenziato, tra prima e seconda misurazione, **una riduzione delle emissioni di CO₂e del 5%.**



CASE STUDY N. 2

• FCA Bank lancia le carte di credito Futura e Drivalia: il futuro dei pagamenti è sostenibile

In linea con la crescita registrata nel 2022 dalle carte di credito in Italia, la banca di Stellantis ha presentato due nuove carte pensate per convertire ogni acquisto in mobilità green e smart: **Futura e Drivalia**.

La Banca punta sulla crescita del daily banking sostenibile, Ma quali sono le caratteristiche di queste carte?

- **Le carte, gestibili in modo interamente digitale, consentono l'accesso all'€co Club, il programma fedeltà gratuito dedicato al mondo della mobilità sostenibile.**
- **Accumulando punti €co (1 per ogni 10 Euro di spesa), sarà possibile ottenere sconti sui servizi di mobilità sostenibile ed accedere ad un esclusivo catalogo di prodotti, offerte e cashback di brand attenti alla sostenibilità.**
- **La carta Futura è realizzata in PVC riciclato.**



CASE STUDY N. 3

- **Crédit Agricole e l'iniziativa "Scoring ESG"**

Crédit Agricole ha introdotto una significativa iniziativa nel campo della sostenibilità attraverso **un servizio chiamato "Scoring ESG"**.

Questo elemento abilitante per l'offerta di sostenibilità coinvolge le aziende clienti in una valutazione dettagliata del loro punteggio ESG.

La valutazione avviene tramite la compilazione di un questionario che copre una serie di domande relative alla gestione aziendale in ambito di sostenibilità.

Il punteggio ESG viene sottoposto a regolari aggiornamenti per seguire l'evoluzione nel tempo delle pratiche sostenibili dell'azienda cliente.

Sign up for Treecard
and start planting trees
in **2 easy steps.**



CASE STUDY N. 4

- **Riforestazione facendo acquisti: Il caso di TreeCard & Bunq.**

TREECARD

TreeCard è un progetto sostenuto dal motore di ricerca green Ecosia che si basa sull'utilizzo di una carta di debito in legno e mira a utilizzare i proventi derivati da ogni transazione per piantare nuovi alberi ovunque ce ne sia bisogno.

La carta è costruita **in legno di ciliegio sostenibile, certificato FSC** (Forest Stewardship Council). Secondo i dati diffusi dall'azienda, da una singola pianta è possibile ottenere il legno necessario a produrre fino a 300.000 tessere.



Il nostro impatto sull'ambiente

Il cambiamento climatico è palese davanti ai nostri occhi. Per questo la nostra missione è lavorare per rendere il banking più sostenibile.

CASE STUDY N. 5

- **Riforestazione facendo acquisti: Il caso di TreeCard & Bunq.**

BUNQ

Anche La startup fintech Bunq ha lanciato una nuova carta metallica chiamata "Green Card" con cui si impegna **a piantare un albero ogni qual volta un suo utente spende 100 euro**. La donazione avviene all'**Eden Reforestation Projects**, organizzazione non-profit che aiuta lo sviluppo sostenibile in località in estrema povertà, combattendo la deforestazione, che causa l'estinzione degli animali e l'aumento dell'inquinamento.

La nuova Green Card, metallica, scade dopo 6 anni, ed è **costituita da materiali riciclabili**.



L'account costruito per il pianeta

Fai il primo passo verso spese e risparmi ecologici con un conto per la gestione della liquidità e una carta di debito progettati per fare meglio per il tuo portafoglio e per il mondo. Candidati online in pochi minuti.



CASE STUDY N. 6

- **Aspiration e il cashback sugli acquisti sostenibili**

Aspiration oltre ad impegnarsi nella sostenibilità e nella salvaguardia del pianeta dal giorno della sua fondazione, offre un'opportunità all'interno del programma Conscience Coalition: **un cashback del 10% su tutti gli acquisti effettuati presso brand sostenibili**, sostenendo le aziende più responsabili.

Questa iniziativa rappresenta un modo semplice ed efficace per incentivare la partecipazione a progetti e programmi volti a promuovere il bene comune.

Il cashback viene accreditato mensilmente sul conto corrente.

Abbiamo fatto della sostenibilità la nostra essenza



CASE STUDY N. 7

- **Flowe: forte attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale**

L'iniziativa di Flowe, prodotto fintech ecosostenibile di Banca Mediolanum, è un meraviglioso esempio di come la sostenibilità ambientale e il sostegno alle comunità locali possano andare di pari passo.

In collaborazione con zeroCO2, si impegnano a piantare alberi sia in Italia che in Guatemala, due luoghi che beneficiano enormemente da questa azione di riforestazione.

Il cuore di questa iniziativa è **l'empowerment delle famiglie locali, poiché le piante vengono donate ai contadini della zona dopo un periodo di formazione.**

Questi alberi diventano non solo una fonte di sostentamento economico, ma anche una risorsa alimentare preziosa per le comunità locali.

PRICELESS PLANET COALITION

Piantare 100 milioni di alberi entro il 2025 grazie alla Priceless Planet Coalition

Insieme per la tutela e la crescita del nostro Pianeta

CASE STUDY N. 8

- **Mastercard e l'impegno della Priceless Planet Coalition**

Mastercard **ha lanciato una piattaforma per la sostenibilità che comprende l'iniziativa Priceless Planet Coalition.**

Questa coalizione globale è composta da aziende unite da un obiettivo comune: **preservare il pianeta attraverso la piantumazione di 100 milioni di alberi entro cinque anni.**

Al momento, la coalizione conta già **oltre 100 partner provenienti da tutto il mondo.**

Nel quadro di questa iniziativa, Mastercard, grazie alle sue notevoli capacità di innovazione e alle partnership strategiche, si impegna a promuovere un'economia digitale sempre più inclusiva e sostenibile.

Marketing

07. Comunicare la sostenibilità

Nel settore bancario, non basta più adottare pratiche virtuose, soprattutto considerando la crescente competizione. È cruciale pianificare e implementare **campagne di marketing mirate per comunicare efficacemente le iniziative sostenibili.**

Vediamo insieme alcuni elementi essenziali che non devono mancare nel tuo piano di comunicazione:

- presenza sui social media;
- qualità dei contenuti visivi;
- sezione “Sostenibilità” all’interno del tuo sito web;
- newsletter per comunicare iniziative green;
- come non cadere in greenwashing.

Presenza sui social media



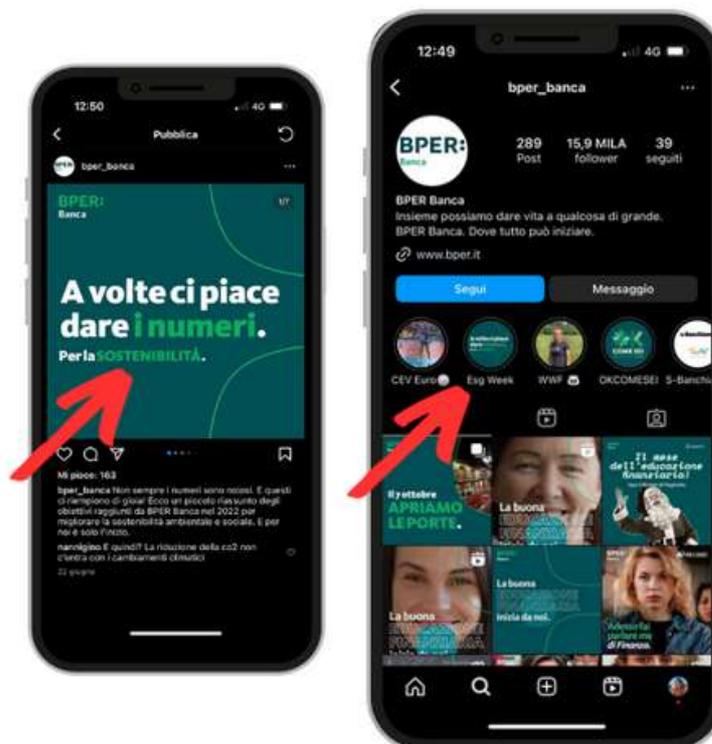
La presenza sui social media è indispensabile per raccontare l'impegno verso la sostenibilità della tua azienda.

Puoi potenziare la tua comunicazione attraverso **sondaggi** per comprendere l'interesse degli utenti verso le tematiche green, l'uso di **hashtag specifici** e la condivisione di contenuti che raccontino **storie di successo e testimonianze delle pratiche e delle attività della tua azienda**.

Crea **contenuti video come reels o video youtube** raccontando come la sostenibilità sia diventata un pilastro fondamentale all'interno delle policy aziendali.

PER INSTAGRAM:

Potresti considerare la creazione di una "**storia in evidenza**" raggruppando tutte le comunicazioni riguardanti la sostenibilità. Inoltre, sarebbe utile pubblicare post mirati che mostrino i risultati raggiunti dalla tua azienda o le attività svolte dal team in ottica di sostenibilità. Questo approccio **coinvolgerà e fidelizzerà il vostro pubblico**.



LINKEDIN:

Su LinkedIn c'è da poco la possibilità di raccontare il proprio impegno tramite una sezione dedicata in cui potrai specificare le attività volte a migliorare le pratiche sostenibili all'interno della tua azienda.



Impegni

Mostra cosa sta a cuore alla tua organizzazione: i migliori talenti cercano aziende che condividono i loro stessi

Aggiungi Non disponibile

Impegni

Seleziona gli impegni dell'azienda per mostrarli sulla tua pagina. Fornisci una prova per ciascuno, ad esempio report, siti web, articoli di blog, articoli o video.

- + Sviluppo professionale e formazione
- + Diversità, equità e inclusione (DEI)
- + Sostenibilità ambientale
- + Impatto sociale
- + Equilibrio tra vita personale e professionale

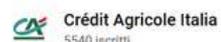
YOUTUBE:

Crea contenuti video su YouTube per raccontare come la sostenibilità di un'azienda nel settore bancario può essere una sfida interessante. Ecco alcuni consigli per aiutarti a creare contenuti video efficaci:

- **Comunicazione Chiara degli Obiettivi di Sostenibilità:** Inizia con un video che presenti chiaramente gli obiettivi di sostenibilità dell'azienda.
- **Interviste e Testimonianze:** Intervista i dipendenti dell'azienda o esperti nel settore bancario che possono spiegare i dettagli delle iniziative di sostenibilità. Le testimonianze umane possono rendere il messaggio più coinvolgente.



Crédit Agricole è Sostenibilità



Crédit Agricole Italia
5540 iscritti

iscriviti

Condividi

Salva



Qualità dei contenuti visivi

Un pilastro fondamentale per garantire una comunicazione di successo è la capacità di creare contenuti visivi coinvolgenti. Questi contenuti possono assumere diverse forme, **come grafici e insight che evidenziano il progresso verso gli obiettivi di sostenibilità**, fotografie e video che raccontano storie di successo.

Prestare quindi attenzione al contenuto stesso può fare la differenza per fidelizzare il pubblico. Vediamo di seguito alcuni contenuti visivi utilizzati da Flowe e Bunq sui loro siti web:

Abbiamo già piantato **+125.000 alberi**

* Dato aggiornato al 27/07/23

Scopri il nostro impatto

LCA (Environmental Management: Life Cycle Assessment), ha portato a identificare l'inventario dei gas serra (GHG) per lo Scope 1, Scope 2 e Scope 3.

Il risultato dell'analisi è di 271,2 t CO2eq che sono stati compensati piantando alberi nel progetto di riforestazione ad alto impatto. La quota più rilevante della Carbon Footprint deriva dallo smartworking (24,6%) che risulta però in netta diminuzione rispetto all'anno precedente (40%), al contrario del commuting che si cresce dal 1% nel 2021 al 26% nel 2022. La differenza è spiegata da una più ampia presenza in sede, dovuta anche dalla volontà di maggiore socialità in seguito al periodo di allontanamento forzato legato alla questione sanitaria.

Categoria	Percentuale
Smart working	24,6%
Commuting team	26%
Flotte auto	11%
Riscaldamento	9,2%
Altri materiali	2,5%
Energia elettrica	4,6%
Spedizione carte	6,1%
Materiali da ufficio	2,2%

Restituiamo aria fresca al Pianeta

Quando usi una delle nostre carte di debito, noi piantiamo **un albero ogni 100 pagamenti*** di tutti i nostri utenti.

* dal 9 maggio 2022 al 31 dicembre 2023





123 trees
You're 24% CO2-free

Pianta un albero per ogni 100€ di spesa 🌳

Ogni pagamento con carta che il tuo attività commerciale effettua con bunq conta! Per ogni 100 euro spesi, piantiamo un albero, con oltre 14 milioni di alberi che hanno già fatto la differenza in tutto il mondo.

[Scopri il nostro impatto ecologico](#)

Il banking sostenibile per le aziende

Ottieni Easy Green Business per €22,99 al mese

Fai crescere il tuo attività commerciale, compensando la tua impronta di carbonio con tutto ciò che fai. Provalo gratuitamente per un mese intero!

[Cominciamo](#)



Siamo la bank of The Free

La banca del futuro dovrà essere sostenibile quanto più possibile e sotto tanti aspetti. Noi siamo l'unica banca al mondo che ti permette di scegliere come investire il tuo denaro. Ci impegniamo per un futuro diverso, inclusivo e rispettoso dell'ambiente.

[Scopri di più su bunq](#)

Inserisci una sezione “sostenibilità” nel tuo sito web.

È una buona pratica dedicare **una sezione del sito web alla sostenibilità, dettagliando ogni iniziativa e i risultati ottenuti in modo specifico.**

La creazione di una pagina dedicata alla sostenibilità rappresenta un passo significativo verso **la dimostrazione dell'impegno dell'azienda per la responsabilità ambientale e sociale.**

Per realizzare efficacemente questa pagina, è importante tenere in considerazione diversi elementi chiave:

1. **presentazione chiara;**
2. **elenco di iniziative;**
3. **risultati concreti;**
4. **storie di successo.**



www.bancaifis.it/la-nostra-sostenibilita/

Usa la newsletter per comunicare iniziative green

Approfitta della **newsletter mensile** come strumento per comunicare e informare gli utenti sulle iniziative sostenibili della tua azienda e sui progetti in corso. Integra **un'apposita sezione dedicata alla sostenibilità**, in cui ogni mese puoi condividere i **progressi raggiunti**, arricchendo la narrazione con dati concreti e risultati tangibili.

Inoltre, considera l'opzione di includere un pulsante o un link diretto che reindirizza i lettori alla pagina dedicata alla sostenibilità sul tuo sito web.

ISCRIVI ALLA PRIMA NEWSLETTER SULLA SOSTENIBILITÀ DIGITALE

Partecipa a premi dedicati alla sostenibilità

Partecipare a **premi dedicati alla sostenibilità** rappresenta un'opportunità straordinaria per mettere in luce l'impegno e i successi nel campo della responsabilità sociale e ambientale.

Questi riconoscimenti non solo valorizzano l'azienda per le sue iniziative sostenibili, ma contribuiscono anche a ispirare altre organizzazioni a seguire il percorso verso un futuro più verde e responsabile.

Ad esempio, il nostro cliente UnipolSai, si è classificato **1° per il Miglior Progetto ESG** agli Italy Insurance Awards di IKN, e **3°** nella categoria "Social, Sustainable & Responsible" agli **Innovation in Insurance Awards 2023**.



Come non cadere in greenwashing?

Misura e rendi verificabili le tue azioni sulla sostenibilità!

Nell'indagine [#WhoCaresWhoDoes](#) realizzata da GfK nel 2020, il 36% delle famiglie italiane ha dichiarato di aver smesso di acquistare prodotti o servizi a causa del loro impatto negativo.

Ecco perché i risultati raggiunti grazie alla sostenibilità devono essere veri e misurabili. Cosa significa in concreto?

Per non cadere in greenwashing o in questo caso, parlando di attività online, di **Digital greenwashing** nella comunicazione della sostenibilità, è fondamentale adottare una comunicazione autentica, trasparente e verificabile. **Ecco alcuni suggerimenti per farlo:**

- **Sii onesto e trasparente:** comunica con onestà e trasparenza, presenta dati e informazioni in modo accurato e completo.
- **Dati concreti e verificabili:** questi dati dovrebbero essere misurabili e basati su risultati effettivi, come riduzioni di emissioni di carbonio, risparmi energetici o quantità effettivamente riciclate.
- **Certificazioni e quadri di misurazione:** cerca certificazioni riconosciute da terze parti per confermare l'impegno genuino dell'azienda verso la sostenibilità.

[**SCOPRI LE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI**](#)

08. Prospettive future nel settore banking

In quest'ultimo capitolo, esamineremo le prospettive future nel settore bancario, concentrandoci sui principali aspetti della digitalizzazione dei servizi e sul loro impatto sulle pratiche bancarie tradizionali.

Cosa ci riserva il futuro nel settore bancario? Questa domanda ci ha spinti a esaminare da vicino i trend attuali e cercare di delineare una risposta. Ecco su cosa dovrebbero concentrarsi le aziende oggi per un domani più green e responsabile:



Finanza Verde: nel panorama finanziario del futuro, le banche svolgeranno un ruolo sempre più attivo nella promozione della finanza green. Questa tendenza riflette l'impegno crescente verso la sostenibilità e la responsabilità ambientale. Le banche svilupperanno una vasta gamma di **prodotti finanziari progettati specificamente per canalizzare i capitali verso progetti e iniziative che favoriscono la sostenibilità ambientale.**



Tecnologie avanzate: le tecnologie come le App, i pagamenti digitali e i servizi da smartphone, sono diventate ormai indispensabili per tutti. Le applicazioni finanziarie diventeranno ancora più avanzate, offrendo **soluzioni personalizzate e intuitive per il monitoraggio del portafoglio**, pagamenti sicuri a distanza e il supporto a iniziative sociali ed ecologiche.



Il quadro normativo: In parallelo all'evoluzione tecnologica, vengono introdotte norme e regolamenti per garantire che l'innovazione sia gestita in modo responsabile. L'attenzione all'aspetto ambientale è centrale, e **nel 2024 si prevedono ulteriori aggiornamenti in materia di sostenibilità, tra cui l'obbligo di rendicontazione delle iniziative intraprese.** L'Unione europea gioca un ruolo significativo nel definire il bilancio di sostenibilità, con l'**European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)** che stabilisce nuovi requisiti. Questi requisiti includono la trasparenza sostenibile, gli standard EFRAG e gli obblighi di accessibilità.



Crescita delle figure professionali legate al settore ESG: le aziende saranno sempre più incentivate ad arricchire il loro organico con professionisti altamente specializzati nel settore ESG. Queste figure contribuiranno a guidare le aziende attraverso i complessi cambiamenti e le sfide emergenti, garantendo la conformità alle leggi, l'ottimizzazione delle operazioni e la promozione di iniziative sostenibili.



Sostenibilità nel digitale: negli anni a venire, un trend cruciale sarà **l'integrazione della sostenibilità nel digitale**. Data la crescita dell'uso della tecnologia in ogni aspetto delle nostre vite e delle attività aziendali, crescerà l'importanza di **considerare l'impatto ambientale e sociale delle soluzioni digitali**. Le aziende saranno chiamate a sviluppare e adottare pratiche digitali sostenibili, riducendo l'uso di risorse energetiche, l'emissione di carbonio e il consumo di materiali.

MISURA QUANTO È SOSTENIBILE IL TUO SITO



Intelligenza artificiale sempre più centrale nei processi aziendali: l'AI sta già rivoluzionando il settore bancario, automatizzando attività ripetitive e migliorando la precisione e l'efficienza delle decisioni. Nel futuro, **l'intelligenza artificiale sarà utilizzata per sviluppare nuovi prodotti e servizi, personalizzare l'esperienza dei clienti e migliorare la sicurezza**.



Inclusione finanziaria: uno dei trend più significativi per il futuro nel settore bancario è l'accentuato **focus sull'inclusione finanziaria**. Le banche stanno riconoscendo sempre più l'importanza di estendere i loro servizi a segmenti della popolazione tradizionalmente esclusi dal sistema finanziario. Questo impegno verso l'inclusione finanziaria si traduce in iniziative mirate a raggiungere comunità a basso reddito e piccole imprese che possono avere difficoltà ad accedere ai servizi finanziari tradizionali.



Le prospettive future nel settore bancario legate alla sostenibilità indicano una maggiore integrazione di criteri ESG nelle operazioni quotidiane, un impegno crescente verso la sostenibilità climatica e una maggiore responsabilità sociale d'impresa. Questi sviluppi contribuiranno a creare un settore bancario più sostenibile, etico e resiliente.

Link utili

MISURA QUANTO È SOSTENIBILE IL TUO SITO

GLOSSARIO DELLA SOSTENIBILITÀ

DIGITAL GREENWASHING: SCOPRI DI PIÙ

SOSTENIBILITÀ: COSA CERCANO GLI ITALIANI SU GOOGLE?



Karma Metrix
Energy Efficient Website

Chi è Karma Metrix

Karma Metrix è il 1° percorso di sostenibilità digitale scelto dai grandi brand che misura, migliora e comunica l'impatto ambientale di un sito web.

Le emissioni di CO2e delle pagine dei siti web vengono misurate grazie ad un innovativo algoritmo brevettato.

La misurazione viene successivamente certificata dal sigillo Karma Metrix che testimonia e conferma l'impegno preso dalle aziende.

Quanto è sostenibile il tuo sito web?

[SCOPRILO SUL NOSTRO SITO](#)



[@Karma Metrix](#)



[@Karmametrix](#)