

# Corporate Social Responsibility 2019-2020



MEDIOBANCA



I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenuti nella presente *brochure* si riferiscono alle performance del Gruppo Mediobanca relative all'esercizio chiuso il **30 giugno 2020**

# Introduzione

Il 2020 è stato caratterizzato dallo shock inedito causato dalla pandemia **Covid-19** che, oltre alle considerevoli conseguenze umane e sociali, ha provocato lo stallo delle principali economie mondiali, entrate rapidamente in recessione.

*Il Gruppo Mediobanca, forte di una struttura di governance e di una piattaforma tecnologica solida ed efficace, è stato in grado di adattarsi rapidamente alla nuova modalità di lavoro "diffuso" imposto dalle circostanze.*

*La tecnologia ha permesso di mettere in sicurezza i dipendenti del Gruppo, massimizzando lo smart working, pur senza interrompere il servizio offerto ai propri clienti, sia in filiale che tramite i canali remoti.*

*Per gestire l'emergenza, dall'insorgere del primo focolaio il 28 febbraio, Mediobanca ha tempestivamente provveduto a istituire un'**Unità di Crisi** con l'obiettivo di adeguare la propria operatività ai decreti emessi, attivandosi per recepire tutte le misure restrittive adottate dalle istituzioni e aggiornando puntualmente i dipendenti attraverso newsletter dedicate.*

*Forte è stata anche l'attenzione verso le comunità di riferimento e le sue istituzioni. Nel corso dell'emergenza, prima sanitaria e poi sociale ed economica, il Gruppo ha donato oltre 2,6 milioni di euro a favore di enti, istituzioni e associazioni impegnate nella lotta contro il Covid-19.*

L'anno appena trascorso ha segnato anche la presentazione del nuovo **Piano Industriale 2019-2023** che, per la prima volta, integra target quantitativi di sostenibilità, con l'intento di contribuire al conseguimento di 6 dei 17 macro obiettivi descritti dai Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite.

Gli obiettivi di sostenibilità del Piano sono stati inseriti anche nel **piano di remunerazione a lungo termine del top management**.

Siamo convinti che non possa esistere uno sviluppo economico di lungo periodo disgiunto dalla **valorizzazione del capitale umano**, oltre che dall'**aumento del benessere sociale** e dalla **tutela delle risorse naturali**.

La nostra strategia di sostenibilità è incentrata su:



**Crescita sostenibile nel tempo**



**Valorizzazione delle persone**



**Sensibilità al contesto sociale**



**Riduzione degli impatti ambientali diretti e indiretti**



# Identità

La solidità e la stabilità, unite alla capacità di innovare, la professionalità e la correttezza, la cura e il rispetto per clienti e partner sono i valori che ci hanno guidato fin dalle origini e che ci hanno consentito la recente robusta e sana crescita.

Tradizione e innovazione si fondono nelle tre diverse anime che compongono il nostro Gruppo e che concorrono in modo bilanciato alle performance aziendali: banca di credito e d'affari, consumer banking e wealth management.

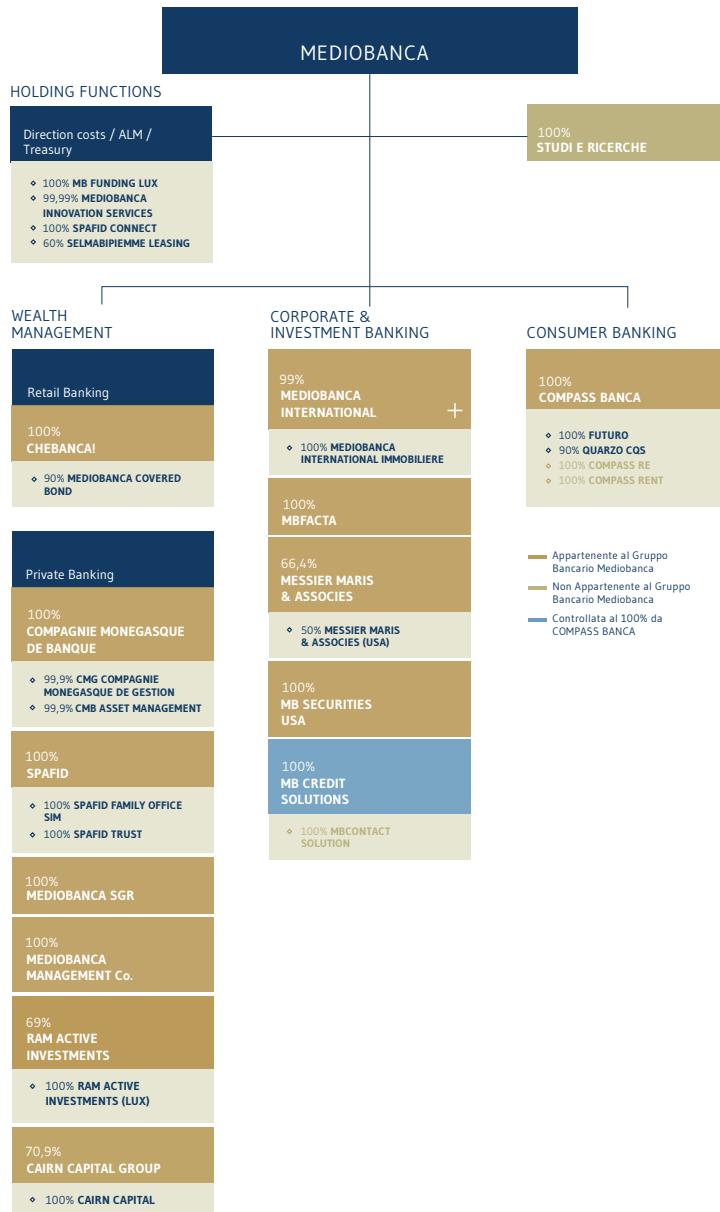


MEDIOBANCA



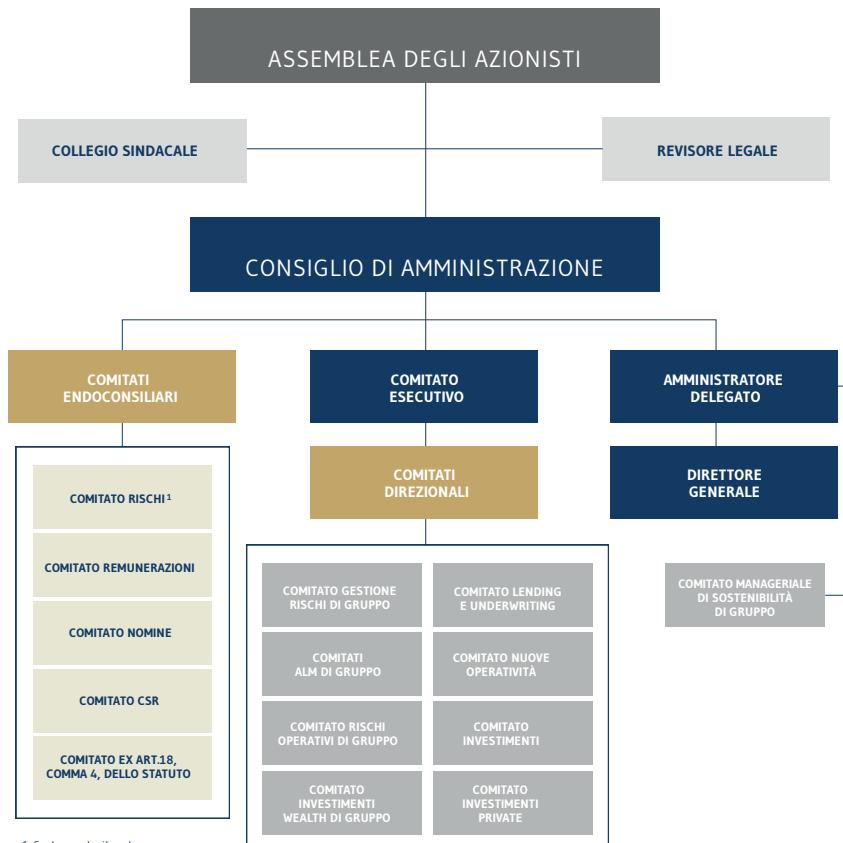
# Identità

**Il modello di business si basa su attività altamente specializzate e diversificate**



Ci distinguiamo per il nostro approccio **prudente e selettivo alla gestione dei rischi**, la sua eccellente qualità dell'attivo e un alto grado di capitalizzazione, superiore ai requisiti minimi e tra i più elevati delle banche italiane.

Adottiamo il sistema di **governance tradizionale** che prevede la nomina dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale da parte dell'Assemblea degli azionisti.



1. Svolge anche il ruolo di Comitato parti Correlate



La **sostenibilità di Gruppo** è affidata direttamente al nostro Amministratore Delegato che si avvale di un **Comitato di Sostenibilità manageriale** composto da figure aziendali chiave e di un'unità organizzativa dedicata.

A settembre 2019, all'interno del Consiglio di Amministrazione, è stato altresì costituito il **Comitato di CSR**, con compiti istruttori sulle materie di responsabilità sociale e sulle proposte da sottoporre all'attenzione del CdA.

La nostra **Politica di Sostenibilità**, aggiornata a marzo 2020, promuove:



### Lotta alla corruzione



### Tutela dei diritti umani



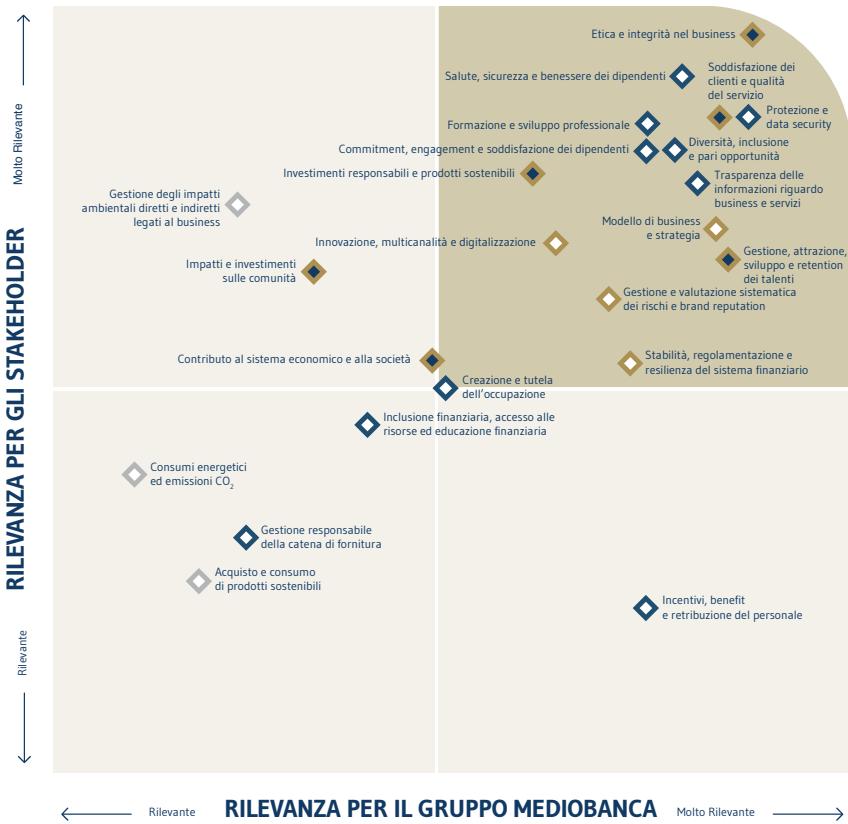
### Diversità e inclusione



### Ambiente e cambiamenti climatici

Nel 2020 abbiamo aggiornato la nostra **matrice di materialità**, coinvolgendo un gruppo di stakeholder esterni per esprimere un voto sulle tematiche materiali, con l'obiettivo di integrare la loro visione nel processo di definizione di rilevanza.

## Matrice di materialità 2019-2020



### Performance

ECONOMICA

SOCIALE

AMBIENTALE



Intendiamo contribuire alla promozione dei **principi universali del Global Compact**, di cui siamo firmatari, e all'attuazione degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** enunciati dall'**Agenda 2030 delle Nazioni Unite**, supportando e incoraggiando nuove prospettive di crescita e di sviluppo sostenibile a livello globale.



Consapevoli della connessione che intercorre tra alcuni degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e il nostro business, abbiamo definito i **target di sostenibilità all'interno del nostro Piano Strategico** con l'intento di contribuire al conseguimento di 6 dei 17 macro SDGs.



- ❖ Ore medie di formazione: +25%, per potenziare le competenze di dipendenti



- ❖ ~50% di profili femminili per le nuove assunzioni
- ❖ Per le promozioni interne tutti i profili femminili idonei saranno presi in considerazione



- ❖ AM: 100% dei nuovi investimenti selezionati utilizzando sia criteri ESG sia finanziari
- ❖ €700mln da investire in PMI italiane d'eccellenza
- ❖ +30% dei prodotti ESG nel portafoglio dei clienti



- ❖ €4mln all'anno destinati a progetti con impatto sociale/ambientale positivo
- ❖ MB Social Impact Fund: incremento degli AUM ≥ 20%



## 12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



- ◊ 40% delle spese vs fornitori valutate secondo criteri ESG
- ◊ Emissioni di "ESG Bond": €500mln
- ◊ Customer satisfaction:
  - ◊ CheBanca!: CSI<sup>1</sup> sui segmenti core<sup>2</sup> @73, NPS<sup>3</sup> @25
  - ◊ Compass: CSI @85, NPS @55

## 13 AGIRE PER IL CLIMA



- ◊ 94%<sup>4</sup> di energia da risorse rinnovabili
- ◊ Emissioni di CO<sub>2</sub> ridotte del 27%<sup>5</sup>
- ◊ @90% auto ibride nella flotta del Gruppo Mediobanca in Italia
- ◊ Emissione di un Green Bond: €500mln
- ◊ RAM emissione di un fondo *carbon neutral*
- ◊ Mutui "green" di CheBanca!: +50%

1. CSI: Customer Satisfaction index

2. Core: Premier: clienti con ricchezza compresa tra €100.000 e € 5mln

3. NPS: Net Promoter Score

4. Target rettificato rispetto all'originario: 92%

5. In relazione a Scope 1 + Scope 2 Market based su utenze intestate. Target rettificato rispetto all'originario: 15%





# **Etica e integrità nel business e lotta alla corruzione**

Siamo convinti che una condotta responsabile, corretta e trasparente incrementi e protegga nel tempo reputazione, credibilità e consenso, presupposti per uno sviluppo sostenibile del business teso alla creazione e alla tutela di valore per tutti gli stakeholder.

Per questo ci impegniamo a condurre la nostra attività secondo i più elevati standard etici e non tolleriamo alcuna forma di corruzione, attiva e passiva.



**MEDIOBANCA**



# Etica e integrità nel business e lotta alla corruzione

Per assicurare il contrasto alla corruzione e il rispetto di tutta la normativa applicabile, abbiamo predisposto norme interne, procedure e controlli e assicuriamo periodiche attività di formazione e di verifica. In particolare, Mediobanca si è dotata di:

- ◆ Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001
- ◆ Codice Etico
- ◆ Codice di Condotta
- ◆ Politica di gestione del rischio di non conformità
- ◆ Politica di whistleblowing
- ◆ Direttiva di Gruppo sul contrasto alla corruzione
- ◆ Direttiva Regali
- ◆ Direttiva sui rapporti con la Pubblica Amministrazione
- ◆ Direttiva segnalatori (ex Direttiva Agenti)

Relativamente alle attività di formazione, in materia di lotta alla corruzione, al momento di ingresso nel Gruppo ai dipendenti viene somministrato un corso in modalità e-learning.



## DIPENDENTI DEL GRUPPO CHE HANNO PARTECIPATO AD ATTIVITÀ FORMATIVE SULL'ANTI-CORRUZIONE



Top Management<sup>6</sup>  
**100%**



Dirigenti  
**88%**



Quadri  
**84%**



Impiegati  
**87%**

TOTALE

**86%**

6. Con Top Management ci si riferisce all'elenco a degli 11 dirigenti strategici formulato ai sensi delle disposizioni Consob



# Persone e diritti umani

Le persone sono il nostro patrimonio fondamentale, nonché il presupposto indispensabile per la nostra competitività.



MEDIOBANCA



# Persone e diritti umani



Dipendenti  
**4.920**

DI CUI 89% IN ITALIA



**42%**

DI GENERE  
FEMMINILE



**42**<sub>anni</sub>

ETÀ MEDIA



**98%**

DEI CONTRATTI  
A TEMPO  
INDETERMINATO  
DI CUI IL 42%  
RIGUARDA LE DONNE



**180.758**

ORE DI  
FORMAZIONE



Crediamo che la diversità di genere e di pensiero sia un elemento da valorizzare in quanto fonte di arricchimento culturale e professionale.

**“** Da sempre promuoviamo una cultura organizzativa basata sul valore aggiunto della diversità, che si esprime in tutte le aree di business. Impegno che abbiamo voluto rafforzare anche in occasione del Piano Strategico di Gruppo 2019-2023, esplicitando il nostro focus nelle pari opportunità di genere: rafforzeremo infatti i piani di carriera dei talenti femminili presenti in azienda anche attraverso politiche retributive di gender-equality. **”**

**Alberto Nagel**

Amministratore Delegato del Gruppo Mediobanca

#### RAPPORTO RETRIBUZIONE BASE E REMUNERAZIONE DONNE/UOMINI PER CATEGORIA PROFESSIONALE<sup>7</sup>

##### Dirigenti



RETRIBUZIONE  
BASE 79%

REMUNERAZIONE  
76%

##### Quadri



RETRIBUZIONE  
BASE 91%

REMUNERAZIONE  
87%

##### Impiegati



RETRIBUZIONE  
BASE 105%

REMUNERAZIONE  
104%

7. Le informazioni relative alla retribuzione del Top Management non vengono rendicontate in forma completa per motivi di riservatezza e di possibile riconducibilità dei dati a singole persone

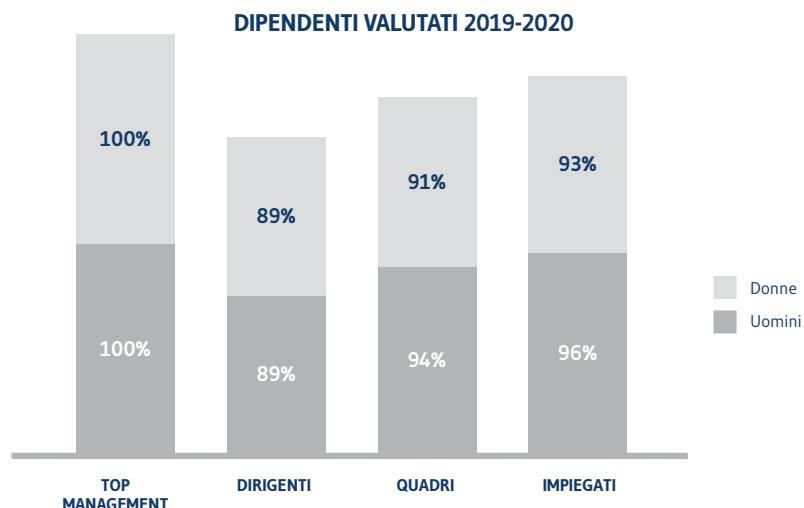


Ci impegniamo ad offrire un equo livello retributivo che rifletta le competenze, la capacità e l'esperienza professionale di ogni dipendente, garantendo quindi l'applicazione del principio di **pari opportunità**.

Crediamo nell'importanza di valorizzare le diverse prospettive ed esperienze attraverso una cultura inclusiva, non tollerando forme di discriminazione. Favoriamo un ambiente lavorativo nel quale la diversità e le prospettive personali e culturali siano rispettate e considerate fattore chiave di successo.

*A presidio delle tematiche di diversità e inclusione abbiamo nominato un **Diversity & Inclusion Manager** di Gruppo.*

Il *Performance Evaluation* è il sistema di **valutazione delle performance** individuali che risponde alla necessità di rendere obiettiva la valutazione e la responsabilità delle persone.



Riconosciamo la rilevanza e la centralità della **formazione e dell'aggiornamento professionale** delle nostre risorse, elementi fondamentali nel processo di valorizzazione delle persone.



### ORE DI FORMAZIONE MEDIE PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE

CATEGORIA DI DIPENDENTI	2019/2020			2018/2019			2017/2018		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
<b>Top management</b>	1,30	-	<b>1,18</b>	14,62	1	<b>13,38</b>	9	-	<b>8,18</b>
<b>Dirigenti</b>	23,40	19,27	<b>22,76</b>	26,58	24,32	<b>26,26</b>	8,05	22,45	<b>10,02</b>
<b>Quadri</b>	36,26	30,38	<b>34,35</b>	21,49	21,94	<b>21,64</b>	12,23	12,59	<b>12,32</b>
<b>Impiegati</b>	42,64	40,07	<b>41,25</b>	17,20	15,76	<b>16,43</b>	10,71	9,78	<b>10,20</b>
<b>TOTALE</b>	<b>37,07</b>	<b>36,30</b>	<b>36,74</b>	<b>20,34</b>	<b>17,93</b>	<b>19,32</b>	<b>11,06</b>	<b>10,92</b>	<b>11</b>

### ORE DI FORMAZIONE SUDDIVISE PER TIPOLOGIA DI FORMAZIONE





#### ORE DI FORMAZIONE SUDDIVISE PER TIPOLOGIA DI FORMAZIONE



**1,23%**

DIRITTI  
UMANI



**0,8%**

WELFARE



**0,5%**

INDUCTION

Consideriamo la **promozione della salute e sicurezza** una priorità del nostro modo di operare. Nel periodo di rendicontazione abbiamo erogato **19.542 ore di formazione** su questa materia.

Nel corso del 2019 abbiamo avviato e concluso una seconda **analisi di engagement aziendale** per raccogliere le opinioni sulle attività lanciate a seguito della prima survey del 2017.

**77,2%**

Partecipanti

**1.000**

Interviste a dipendenti  
di altre banche

**40**

Partecipanti a focus  
group

MEDIOBANCA



**Indice di immagine  
della banca**

**9,6**

2017/18 **8,7**



**9,3**

INDICE DI SENSO DI  
APPARTENENZA

2017/18 **8,8**



**9,1**

INDICE SUL MANAGEMENT  
E RESPONSABILI

2017/18 **8,3**



**7,7**

INDICE DI CAPITALE  
UMANO

2017/18 **7,1**



**7,4**

INDICE SUL SISTEMA  
INTERNO

2017/18 **6,3**



**8,0**

INDICE SUL CAPITALE  
FUTURO

2017/18 **7,0**



# Mercato

- ◊ Clienti
- ◊ Gestione responsabile della catena di fornitura
- ◊ Investitori e azionisti



MEDIOBANCA



## Clienti

Sosteniamo la **crescita dei nostri clienti** con una consulenza di alto livello e un'offerta creditizia completa, dai prodotti più semplici e tradizionali, alle soluzioni più sofisticate disponibili sui mercati finanziari.

Nell'ambito della relazione con i nostri clienti, riveste particolare importanza la **trasparenza**, intesa come la correttezza nei rapporti con il mercato in un'ottica di lungo periodo.

Promuoviamo e valorizziamo la **consapevolezza finanziaria** della nostra clientela proponendo un modello di educazione finanziaria basato sulla diffusione di informazioni sui prodotti e servizi veicolate in modo semplice e chiaro.

Nella convinzione che **tecnologia** e **digitalizzazione** siano fondamentali per offrire un servizio di eccellenza, abbiamo avviato una progressiva trasformazione della struttura di Information Technology, con l'obiettivo di fronteggiare al meglio la metamorfosi del settore bancario, le nuove esigenze dei nostri clienti, le richieste regolamentari e di Cyber security, garantendo la sostenibilità del business nel lungo termine.

La **protezione dei dati personali** e delle informazioni sulla clientela rappresenta un fattore chiave ai fini della nostra attività: ci impegniamo a operare affinché la raccolta e il trattamento dei dati personali avvengano nel rispetto delle disposizioni di legge.

Ci proponiamo di aumentare la nostra capacità di individuare le minacce attraverso un continuo processo di **miglioramento del nostro sistema di controllo** di sicurezza e l'implementazione di soluzioni e servizi di Cyber Intelligence.

Offriamo ai nostri clienti un numero crescente di prodotti di investimento sostenibile, che integrano l'analisi finanziaria con criteri ambientali, sociali e di governance.

Il 24 ottobre 2019, il Consiglio d'Amministrazione ha approvato la **Politica di Gruppo in materia di Investimenti e Finanziamenti responsabili** che pone alla base delle decisioni di investimento e finanziamento la valutazione di fattori non solo economici, ma anche ambientali e sociali.

**Mediobanca SGR, RAM Active Investments e Cairn Capital** aderiscono ai **Principles for Responsible Investment** per lo sviluppo di un sistema finanziario globale più sostenibile.

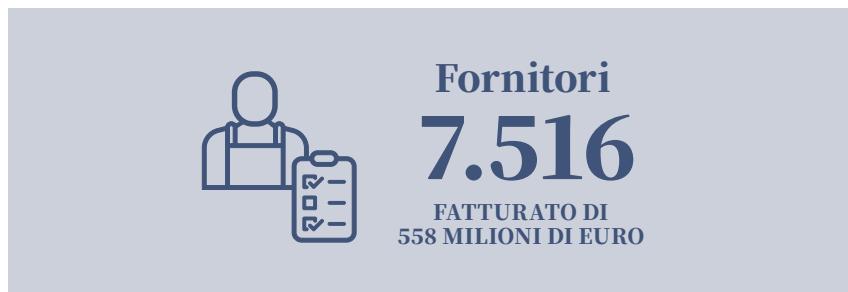
Abbiamo inserito nella nostra offerta **prodotti ESG** tra cui il primo **green bond** di **Mediobanca** e il fondo carbon neutral **RAM Stable Climate Global Equities**.



## Gestione responsabile della catena di fornitura

Con i nostri fornitori sviluppiamo rapporti improntati a **correttezza, trasparenza e parità di trattamento**.

Nel periodo di rendicontazione i nostri fornitori risultano 7.516 per un fatturato di 558 milioni di euro.



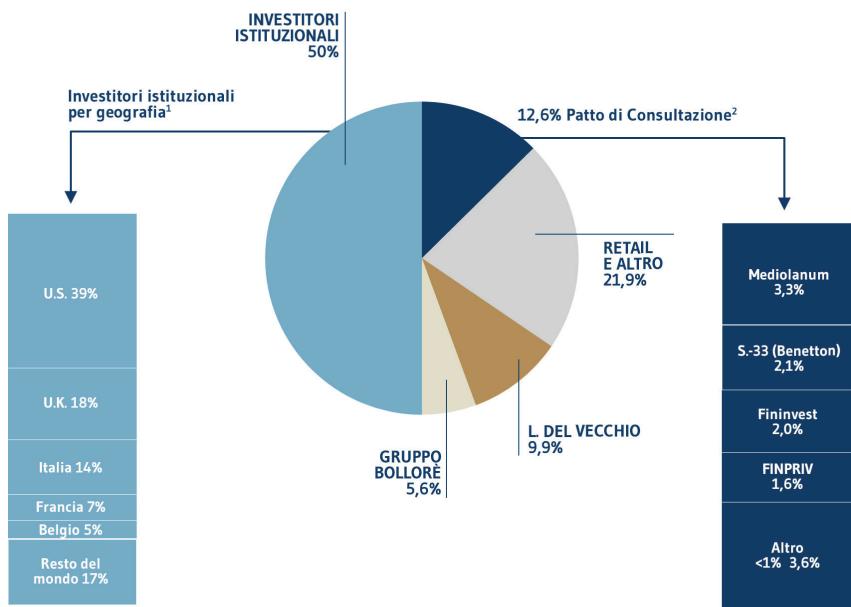


## Investitori e azionisti

Consideriamo le relazioni con i nostri investitori e azionisti una **responsabilità etico-strategica** dell'azienda volta a creare un'efficace e biunivoca comunicazione tra la società e la comunità finanziaria.

Garantiamo una comunicazione al mercato tempestiva, rilevante, affidabile, confrontabile e comprensibile a tutte le categorie di utenti.

**AZIONARIATO MEDIOBANCA**



1. Fonte della ripartizione degli azionisti per geografia: Nasdaq Shareholder Analysis

2. Il patto non prevede impegni né di blocco né di voto sulle azioni apportate, ma stabilisce le modalità con cui i soci si incontrano per condividere le proprie riflessioni e considerazioni relativamente all'andamento del Gruppo, in ottemperanza del principio di simmetria informativa nei confronti del mercato.





# Collettività

- ◊ Enti e istituzioni
- ◊ Comunità

MEDIOBANCA





# Collettività

## Enti e istituzioni

Intratteniamo **rapporti costruttivi, continuativi e trasparenti** con tutti i nostri stakeholder, ivi inclusi enti e istituzioni.

I rapporti istituzionali con le Autorità di Vigilanza, le Istituzioni e gli Enti Pubblici sono improntati a principi di correttezza e trasparenza, nel rispetto dei reciproci ruoli, escludendo comportamenti e atteggiamenti volti a influenzarne impropriamente e/o indebitamente il comportamento o che possa anche solo apparire tale, contrastando qualsiasi forma di corruzione.

*Non effettuiamo erogazioni liberali a movimenti o organizzazioni con fine politico e l'eventuale partecipazione, a titolo personale, dei dipendenti a organizzazioni politiche avviene senza alcun collegamento con la funzione svolta all'interno del Gruppo e secondo le modalità previste dalla legislazione vigente.*

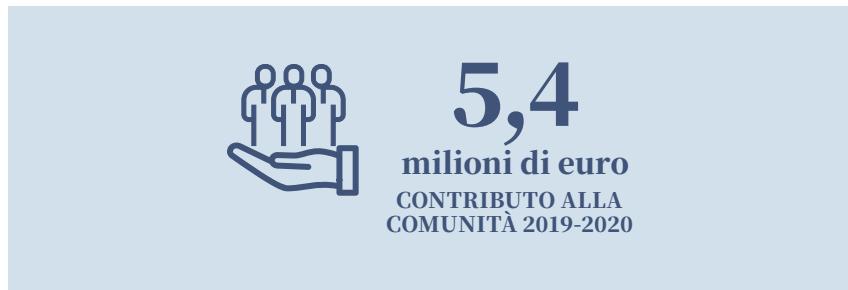
## Impatti e investimenti sulle comunità

Svolgiamo un ruolo attivo nella comunità in cui operiamo e proseguiamo un **progetto di crescita e di creazione di valore sostenibile nel lungo termine** per tutti i nostri stakeholder, nel rispetto delle **persone**, dell'**ambiente** e della **società** nel suo complesso.

*Promuoviamo numerose iniziative a impatto sociale anche attraverso **donazioni e sostegno solidale**, sia in Italia che nei Paesi in cui operiamo, nella convinzione che una società inclusiva debba basarsi sul **rispetto reciproco** e sulla **solidarietà**, garantendo pari opportunità e un tenore di vita dignitoso per tutti.*



Il contributo globale del nostro Gruppo alla comunità ammonta, per il 2019- 2020, a circa **5,4 milioni di euro**, suddivisi in tre categorie, in coerenza con le linee guida del **London Benchmarking Group** (LBG).





Nella selezione dei progetti da sviluppare, abbiamo individuato alcuni criteri di selezione e tre aree di intervento:



## Ambiente e territorio

Siamo impegnati a promuovere una gestione responsabile delle risorse per ridurre la nostra impronta ecologica e gli impatti generati dalla nostra attività.



## Cultura, ricerca e innovazione

Sosteniamo la ricerca scientifica ed economica e valorizziamo il nostro patrimonio architettonico e documentario.



## Inclusione sociale

Abbiamo avviato alcune iniziative finalizzate all'aggregazione sociale e alla diffusione di valori nei confronti dei più giovani, nella convinzione che l'essere inclusi sia un modo di vivere insieme e che ogni individuo abbia valore e appartenga alla comunità.





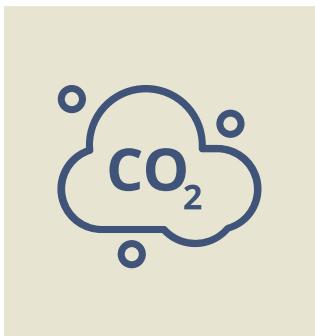
# Ambiente

Sensibili al tema della tutela dell'ambiente e consapevoli degli impatti che derivano dalle attività aziendali e del ruolo che possiamo avere nella diffusione di comportamenti responsabili, intendiamo gestire i rischi e cogliere le sfide derivanti dai cambiamenti climatici che possono influenzare in modo significativo lo sviluppo del nostro business e la capacità di creare valore di lungo periodo.



MEDIOBANCA

Attualmente in Italia e in alcune consociate e filiali estere utilizziamo energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili certificate, evitando, in questo modo, emissioni pari a circa 7.365 tonnellate di CO<sub>2</sub>.



Emissioni CO<sub>2</sub> evitate

7.365  
TONNELLATE

**Le nostre emissioni derivano principalmente dal riscaldamento e condizionamento degli uffici e dai viaggi di lavoro dei dipendenti.**

Monitoriamo le nostre emissioni dirette derivanti dal consumo di energia, ovvero di gas naturale e gasolio per il riscaldamento e di carburanti per la gestione della flotta aziendale (**Scopo 1**), le emissioni indirette derivanti dal consumo di energia elettrica acquistata da terzi (**Scopo 2 – Market based e Location based**), nonché dalle trasferte dei nostri collaboratori in treno e in aereo (**Scopo 3**).



		CONSUMI ENERGETICI DIRETTI		
		UNITÀ	2019/2020	2018/2019
			2019/2020	2017/2018
	<b>Consumi energetici diretti<sup>8</sup></b>	Gj <sup>9</sup>	58.061,53	59.882,74
	<b>Da fonti non rinnovabili</b>		23.602,82	25.111,42
	Diesel		-	327,78
	Gas naturale <sup>10</sup>		23.602,82	24.715,21
	<i>Da utenze non intestate</i>		13.679,90	ND
	<i>Da utenze intestate</i>		9.922,92	ND
	<b>Da auto aziendali<sup>11</sup></b>		34.458,71	34.771,32
	Diesel		28.354,15	30.530,34
	Benzina		6.104,56	3.774,03

		CONSUMI ENERGETICI INDIRETTI		
		UNITÀ	2019/2020	2018/2018 <sup>12</sup>
			2019/2020	2017/2018
	<b>Consumi energetici indiretti<sup>13</sup></b>	Gj	88.435,55	87.866,55
	<b>Elettricità</b>		87.236,38	86.753,63
	Da fonti non rinnovabili		1.917,39	9.586,10
	Da fonti rinnovabili		85.318,98	77.149,53
	<b>Energia termica<sup>14</sup></b>		1.199,17	1.130,92
	Da fonti non rinnovabili		219,88	1.130,92
	Da fonti rinnovabili		979,28	-
				1.924,65

8. Per i consumi energetici diretti, qualora non disponibili, sono stati utilizzati dei metodi di stima: con riferimento ai consumi di gas naturale nei casi di spese condominiali, per le quali non era determinabile la quota di competenza, sono stati stimati i consumi sulla base della quota parte determinata dalla superficie occupata o dei millesimi di proprietà. Nei casi di bollette da ricevere sono stati stimati i consumi sulla base dell'anno precedente. Infine, con analoga metodologia sono stati stimati i dati sui consumi di carburante delle auto aziendali non disponibili

9. Gigajoule

10. I consumi di Cairn Capital Group Limited non sono monitorati (consumi condominiali non disponibili)

11. I dati sui consumi di carburante di CMB non sono disponibili poiché il consumo di carburante non avviene tramite "schede carburante" ma viene pagato direttamente dal dipendente senza rimborsi

12. I dati relativi ai consumi di elettricità da fonti rinnovabili e ai consumi di energia termica sono rettificati rispetto a quanto pubblicato nella DCNF 2018-2019

13. Per i consumi energetici indiretti, qualora non disponibili, sono stati utilizzati dei metodi di stima: per le spese condominiali, per le quali non era determinabile la quota di competenza, sono stati stimati i consumi sulla base della quota parte determinata dalla superficie occupata. Nei casi di bollette da ricevere sono inoltre stati stimati i consumi sulla base dell'anno precedente

14. L'energia termica per gli esercizi 2017-2018 e 2018-2019 è stata rendicontata in via tutelativa come non rinnovabile in quanto non era stata indicata dal fornitore la relativa certificazione a garanzia dell'utilizzo di fonti esclusivamente non rinnovabili. A partire dall'esercizio 2019-2020 è stato possibile reperire l'informazione in merito alla provenienza da fonte rinnovabile o non rinnovabile



<b>EMISSIONI DI CO<sub>2</sub> DIRETTE E INDIRETTE<sup>15</sup></b>				
	<b>UNITÀ</b>	<b>2019/2020</b>	<b>2018/2019<sup>16</sup></b>	<b>2017/2018</b>
<b>Emissioni dirette (Scopo 1)</b>	<b>Ton CO<sub>2e</sub></b>	<b>3.928,80</b>	<b>4.051,82</b>	<b>2.568,41</b>
Da fonti non rinnovabili (gas naturale, gasolio)		1.368,05	1.463,82	1.528,41
Da auto aziendali (benzina e diesel)		2.560,76	2.588	1.040,29
<b>Emissioni indirette (Scopo 2) – market based</b>		<b>162,89</b>	<b>918,14</b>	<b>851,22</b>
Da energia elettrica e termica		162,89	918,14	851,22
<b>Emissioni indirette (Scopo 2) – location based</b>		<b>7.527,66</b>	<b>7.542,03</b>	<b>ND</b>
Da energia elettrica e termica		7.527,66	7.542,03	ND
<b>Emissioni indirette derivanti dalla mobilità aziendale (Scopo 3)<sup>17</sup></b>		<b>1.527,12</b>	<b>2.753,96</b>	<b>3.004,94</b>
<b>Da aerei</b>		<b>1.370,37</b>	<b>2.548,60</b>	<b>2.794,55</b>
Voli nazionali		298,52	452,10	666,87
Voli internazionali		1.071,85	2.096,50	2.127,68
<b>Da treni</b>		<b>137,37</b>	<b>176,92</b>	<b>191,41</b>
Alta velocità		124,95	164,00	161,53
Altre tipologie		12,42	12,92	29,88
<b>Da auto di servizio di terzi</b>		<b>19,38</b>	<b>28,43</b>	<b>18,98</b>

15. Per le emissioni dirette (Scopo 1), indirette (Scopo 2) e delle auto di servizio (Scopo 3) sono stati utilizzati i fattori di emissione indicati dalle "Linee guida sull'applicazione in banca degli Indicatori Ambiente del GRI (Global Reporting Initiative)" diffuse dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI) ed elaborati dall'Italian Greenhouse Gas Inventory 1990 – 2015 – National Inventory Report 2017 – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA). Per le emissioni indirette derivanti dai viaggi in aereo e treno sono stati utilizzati i fattori di emissione delle linee guida diffuse dall'ABI ed elaborati rispettivamente dall'International Civil Aviation Organization (ICAO) e dall'Union Internationale des Chemins de Fer (UIC) tramite Ecopassenger

16. I dati relativi alle emissioni di Scopo 2 sono rettificati rispetto a quanto pubblicato nella DCNF 2018-2019, in seguito alla modifica sui consumi di energia elettrica e termica

17. Per le emissioni indirette (Scopo 3) sono stati utilizzati dei metodi di stima nei casi di non disponibilità dei consumi degli ultimi mesi, riproporzionando i consumi dei mesi precedenti



In considerazione del settore in cui operiamo, non registriamo consumi di acqua rilevanti. All'interno delle sedi il consumo maggiore proviene dall'utilizzo dei servizi igienici.

CONSUMI IDRICI				
	UNITÀ	2019/2020	2018/2019	2017/2018
	<b>Acqua consumata<sup>18</sup></b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>194.649</b>	<b>224.401</b>
	Di cui da acquedotto		99.462	107.511
	Di cui da pozzo		95.188	116.890
				179.922

Il consumo di carta è principalmente collegato alla necessità di stampare e consegnare documentazione e/o presentazioni ai nostri clienti e stakeholder. La totalità della carta A4 consumata ad uso ufficio è certificata FSC, mentre, per uso commerciale viene in parte

CONSUMI DI CARTA <sup>19</sup>				
	UNITÀ	2019/2020	2018/2019	2017/2018
	<b>Carta totale</b>	<b>ton</b>	<b>363,34</b>	<b>558,37</b>
	Carta consumata (A4)		209,81	269,50
	Carta consumata (A3)		3,78	2,38
	Carta consumata (A5)		0,02	0,32
	Carta per uso commerciale (biglietti da visita e carta intestata)		149,72	286,16
				56,36

18. Per i consumi idrici, qualora non disponibili, sono stati utilizzati dei metodi di stima: per le spese condominiali, per le quali non era determinabile la quota di competenza, sono stati stimati i consumi sulla base della quota parte determinata dalla superficie occupata, nei casi di bollette da ricevere sono stati stimati i consumi sulla base dell'anno precedente; inoltre i consumi delle sedi di New York (di MB Security e Messier Maris & Associés) e di Cairn Capital Group Limited non sono monitorati (consumi condominiali non disponibili)

19. Per i consumi di carta sono stati utilizzati dei metodi di stima nei casi di non disponibilità dei dati degli ultimi mesi, riproporzionando i consumi dei mesi precedenti



Nel corso dell'anno fiscale i dati raccolti in Italia sui rifiuti riguardano principalmente i toner, pari a circa 8,6 tonnellate, in leggero aumento rispetto al periodo di rendicontazione precedente.



		RIFIUTI PRODOTTI <sup>18</sup>		
		UNITÀ	2019/2020	2018/2019
Rifiuti prodotti	Ton	58,28	70,90	76,79
Rifiuti pericolosi		14,96	13,00	5,44
Toner <sup>19</sup>		8,36	7,50	5,44
Altro		6,59	5,5	ND
Rifiuti non pericolosi		43,32	57,91	71,35
Imballaggio di carta e cartone		2,80	5,38	ND
Plastica		-	-	0,05
Rifiuti ingombranti, umido e secco		40,52	52,53	71,30

18. Al momento nel Gruppo i dati sullo smaltimento non sono monitorati in modo puntuale

19. Per i rifiuti pericolosi sono stati utilizzati dei metodi di stima nei casi di non disponibilità dei dati



**CONTATTI**

## Group Sustainability

**Mediobanca Banca di Credito Finanziaria S.p.A.**

Piazzetta Cuccia, 1  
20121 Milano  
Tel. 02 88291

[sostenibilita@mediobanca.com](mailto:sostenibilita@mediobanca.com)  
[www.mediobanca.com](http://www.mediobanca.com)



MEDIOBANCA

Tutte le foto e le immagini provengono dagli edifici e dalle sedi di Mediobanca