



Sostenibilità nel retail banking

Rating del retail banking svizzero WWF 2016/2017



Premessa del Consiglio di fondazione



Josef Bieri

Il 2017 è un buon momento per pubblicare la 1^a edizione del rating del retail banking del WWF.

Due anni fa gli obiettivi di sviluppo del millennio delle Nazioni Unite sono scaduti e sono stati sostituiti dagli obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS). Gli OSS sono universali e riguardano in modo completo, in tutta la loro interezza, le dimensioni sociali, ecologiche ed economiche dello sviluppo sostenibile. Essi rappresentano l'elemento chiave dell'ambiziosa Agenda 2030 per uno sviluppo globale sostenibile, ricca di cambiamenti radicali.

Inoltre, con la fondazione del G20 Green Finance Study Group avvenuta lo scorso anno, i responsabili della politica finanziaria si sono occupati per la prima volta insieme del ruolo del finanziamento in relazione alle questioni ecologiche e delle più ampie problematiche legate alla sostenibilità. Le autorità di sorveglianza delle banche e le autorità di regolazione mondiali mostrano una crescente consapevolezza dell'essenzialità delle questioni relative alla sostenibilità, come dimostra ad esempio anche la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) fondata dal Consiglio per la stabilità finanziaria (Financial Stability Board, FSB), sotto la direzione di Mark J. Carney.

L'impegno del settore bancario svizzero, con il suo importante effetto di leva, nelle questioni legate alla sostenibilità sembra avere raggiunto una nuova fase. E nonostante questa dinamica, la domanda «Come si configurano una banca sostenibile e il suo impegno a favore di uno sviluppo sostenibile?» sembra essere più decisiva che mai.

Le seguenti pagine mostrano il livello di sostenibilità delle 15 principali banche retail svizzere, presentandone per la prima volta una panoramica. Queste banche retail fungono da amministratrici e da mediatrici di capitale per la maggior parte della popolazione e delle PMI svizzere. Si tratta di una posizione di estrema responsabilità, grazie alla quale è possibile influenzare positivamente e in modo consapevole, società, natura ed economia e imperativamente necessaria per raggiungere obiettivi di sviluppo superiori (ad esempio gli OSS). I clienti devono esigere attivamente che tale influsso venga esercitato.

Con il presente studio speriamo di offrire ai responsabili delle decisioni dell'industria bancaria locale e alla loro clientela un aiuto nel richiedere e nel promuovere un banking sostenibile, tenendo conto dell'obiettivo superiore di costruire insieme un futuro in cui essere umano e natura possano convivere in armonia.

Josef Bieri

Membro del Consiglio di fondazione di WWF Svizzera

Ringraziamento

WWF Svizzera e Inrate desiderano ringraziare tutte le banche retail partecipanti per il tempo e il lavoro che hanno dedicato al presente studio. Speriamo che sia stata un'esperienza utile e che il risultato contribuisca a rafforzare la concentrazione sulla sostenibilità, sul suo consolidamento strategico nonché su un miglioramento della sostenibilità degli affari bancari operativi delle banche retail partecipanti. Saremo lieti di approfondire il dialogo e di collaborare in futuro.

Inoltre ringraziamo il nostro gruppo di esperti, il quale ha messo a disposizione il suo tempo affiancandoci in questo progetto di ricerca. Le indicazioni relative all'appartenenza ad aziende o a organizzazioni sono di natura prettamente informativa, i membri del gruppo hanno partecipato a titolo personale. Le opinioni espresse nel presente documento sono di WWF Svizzera e di Inrate e non rispecchiano necessariamente i pareri del gruppo di esperti:

- Oliver Oehri (Executive Director e Founding Partner, CSSP – Center for Social and Sustainable Products)
- Daniel Frauenfelder (CEO e Founder, Frauenfelder – TripleS)

Inoltre desideriamo ringraziare le istituzioni sotto riportate, le quali hanno collaborato e ci hanno sostenuto con validi contributi scritti:

- Alternative Bank Schweiz
- Swiss Sustainable Finance



Premessa del CEO



Thomas Vellacott

Le banche rappresentano una delle più antiche attività commerciali del mondo e sono irrinunciabili per l'economia, in quanto i mediatori finanziari mantengono in moto e contribuiscono a caratterizzare il circuito economico. Di conseguenza, le banche esercitano un'influenza notevole sull'utilizzo dei capitali. Mediante la concessione di crediti ed effettuando investimenti in diversi settori economici, essi contribuiscono a guidarne lo sviluppo e l'effetto sulla sostenibilità. Proprio in Svizzera il settore bancario ha contribuito in modo determinante al benessere della società e alla crescita economica.

Con un contributo pari al 13% (per il 2015) del prodotto interno lordo della Svizzera, il settore del retail banking sottolinea la sua importanza dal punto di vista economico. Questo dato di fatto illustra però soltanto un lato della rilevanza del settore, ossia il contributo economico, relativamente costante negli anni, del modello di business delle banche retail. Tuttavia esso dice poco sulla sostenibilità ecologica e sociale – vale a dire sull'effetto sulla sostenibilità – delle singole banche commerciali svizzere nonché del settore del retail banking nel suo insieme. Altrettanto poco dimostra come singole banche sappiano utilizzare le proprie competenze chiave a favore dello sviluppo sostenibile di economia, società e natura. Dando uno sguardo al presente rating si evince che le banche retail non orientano (ancora) interamente il proprio ruolo in base a tali punti di vista.

WWF Svizzera si attende che una banca retail crei e promuova continuamente un equilibrio corretto a lungo termine tra gli interessi, ecologici da un lato e sociali ed economici dall'altro, dei propri stakeholder. In un contesto in costante mutamento, le banche retail svizzere dovrebbero fungere da partner intergenerazionali per la società. Dal nostro punto di vista, questo ambizioso compito rappresenta il fondamento di un sistema bancario sano ed è ugualmente uno dei requisiti di base per sviluppare un futuro all'insegna della sostenibilità.

Per favorire uno sviluppo sostenibile delle banche retail svizzere è decisivo che gli istituti di credito consolidino modelli di business connessi alla sostenibilità al massimo livello, ossia nella loro politica commerciale, mettendoli in pratica in maniera di conseguenza sistematica nelle loro attività quotidiane. Ciò comporta che le banche non soltanto gestiscano le opportunità e i rischi economici che finora avevano avuto la priorità, ma che implementino inoltre obbligatoriamente gli standard ecologici e sociali nell'attività principale. In questo modo è possibile garantire una gestione dei rischi completa, cogliendo le opportunità future a titolo di garanzia a favore della società e dell'ambiente.

Inoltre ciò richiede che le banche retail locali configurino in modo mirato la struttura e lo sviluppo della loro offerta di prodotti e di servizi, consentendo ai loro clienti di beneficiare di tutti gli affari bancari tenendo conto dei criteri di sostenibilità. Soltanto in questo modo è possibile garantire che le banche retail svizzere forniscano un contributo rilevante allo sviluppo di un'economia sostenibile.

In questo caso, uno sguardo al passato può essere d'ispirazione. Nel 1856 fu il pioniere ferroviario Alfred Escher, insieme a persone che condividevano i suoi principi, a fondare la *Schweizerische Kreditanstalt* (oggi Credit Suisse) per continuare a portare avanti lo sviluppo della rete ferroviaria svizzera. I suoi ambiziosi piani superarono di molto il budget della Confederazione, per cui egli assicurò il finanziamento fondando la banca sopra menzionata. Il modo di procedere di Escher fu assolutamente non convenzionale e ha caratterizzato il panorama bancario svizzero nonché la nostra infrastruttura fino ai nostri giorni. Sono avvenimenti di questo tipo a rivelarci l'incredibile potenziale che il settore finanziario ha per consentire uno sviluppo orientato al futuro. Questo potenziale deve essere riattivato.

In tal senso, WWF Svizzera vi augura buona lettura. La sostenibilità quale fondamento degli affari bancari non è mai stata tanto importante come oggi!

Thomas Vellacott

CEO WWF Svizzera

Statement importanti

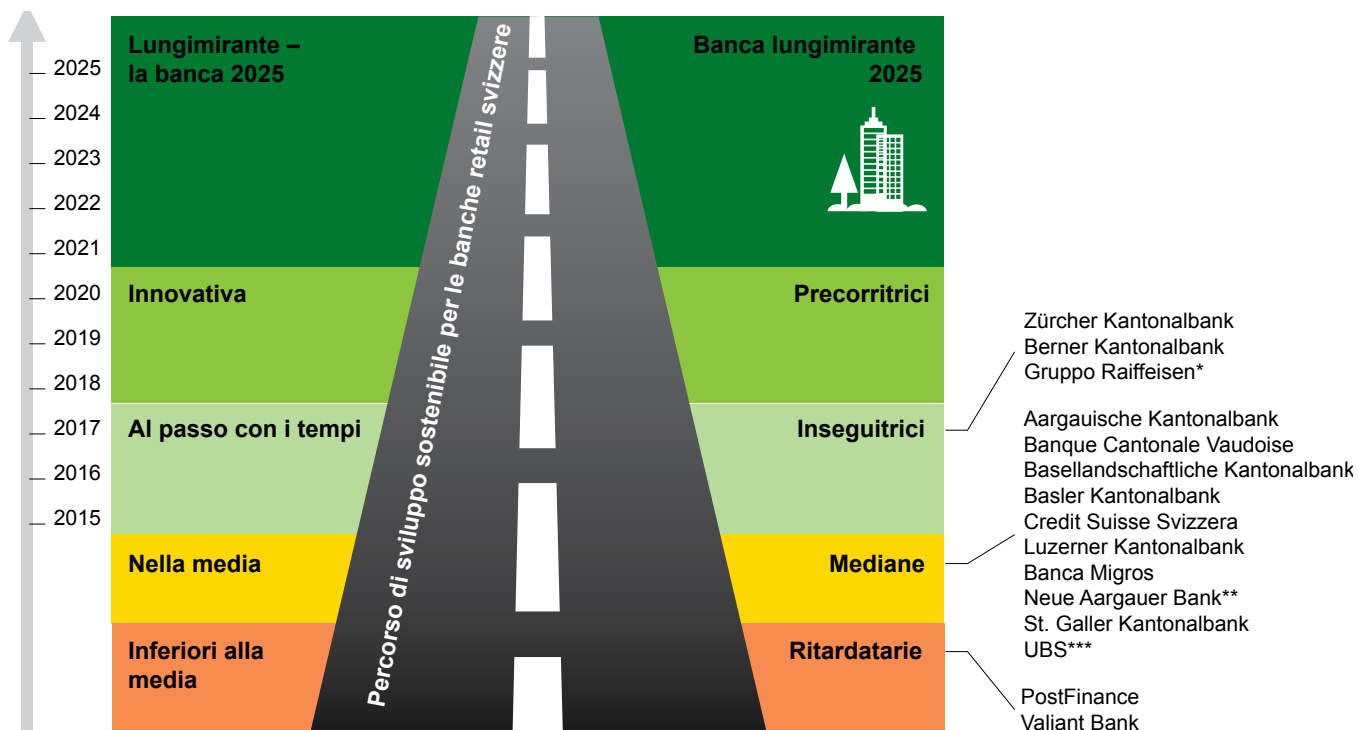
Risultato complessivo

- Il rating include le 15 principali banche retail svizzere (in base al totale di bilancio per l'esercizio 2015). Al sondaggio hanno partecipato attivamente 14 istituti; una banca è stata valutata in modo ampiamente passivo in base alle informazioni pubblicamente accessibili.
- Tre banche retail – Berner Kantonalbank, il Gruppo Raiffeisen* e Zürcher Kantonalbank – sono complessivamente «al passo con i tempi» e quindi sulla buona strada per quanto concerne il percorso di sviluppo richiesto da WWF Svizzera per le banche retail. Nessuna delle banche prese in esame risulta tuttavia «innovativa» o «lungimirante».

Gestione aziendale

- Gli aspetti ecologici e sostenibili sono relativamente ben consolidati nella gestione aziendale delle banche retail esaminate: sette banche sono state identificate come «nella media», sette come «al passo con i tempi» e una – Zürcher Kantonalbank – come «innovativa». Nessuna banca è «al di sotto della media».
- Per molte banche retail, in primo piano vi è l'ecologia aziendale. Molto più rilevanti per quanto concerne la sostenibilità è tuttavia l'attività principale, ossia se i capitali confluiscono in settori o attività dannosi per l'ambiente o ecologici. Soltanto poche banche ne hanno riconosciuto l'importanza centrale, ancorandola in modo corrispondente nella loro gestione aziendale.
- L'impegno politico delle banche retail per condizioni quadro più sostenibili è «nella media» per sette banche retail e «al passo con i tempi» per otto.

Percorso di sviluppo sostenibile per le banche retail svizzere



Fonte: WWF Svizzera / Inrate 2017

- * Il rating del Gruppo Raiffeisen si concentra sul retail banking delle banche Raiffeisen e di Raiffeisen Svizzera.
- ** Questa banca non ha compilato una parte del questionario, pertanto è stato possibile valutare una parte dei criteri soltanto in base alle informazioni pubblicamente disponibili.
- *** Il rating di UBS si concentra sugli affari di retail banking della divisione di business «Personal & Corporate Banking» in Svizzera.

Risparmi, investimenti e previdenza

- Rispetto alla gestione aziendale, le pratiche di sostenibilità della maggior parte delle banche retail nei settori dei risparmi, degli investimenti e della previdenza sono relativamente poco mature.
- Per quanto concerne i conti di risparmio, finora il concetto di sostenibilità è stato applicato in modo poco sistematico. Attualmente, tra le 15 banche retail valutate, vi è un solo prodotto di risparmio «al passo con i tempi», quello di Zürcher Kantonalbank. Esso mira a ottenere un effetto positivo sull'ambiente, garantendo un'ampia trasparenza in merito all'utilizzo dei capitali.
- In Svizzera i prodotti d'investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b sostenibili hanno una lunga tradizione: tuttavia, a titolo di paragone, il mercato continua a non essere ancora maturo per tali prodotti.
- Nella maggior parte delle banche i prodotti d'investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b sostenibili sono ancora prodotti di nicchia. Solo per pochi pionieri questi prodotti registrano una percentuale più elevata dei patrimoni gestiti, in testa il Gruppo Raiffeisen (il 54% dei prodotti d'investimento e il 92% dei prodotti di previdenza del pilastro 3a/3b sono sostenibili).
- La trasparenza in merito alla vastità dell'impatto sulla sostenibilità dei patrimoni amministrati nel settore retail è ampiamente insufficiente. Un solo istituto – il Gruppo Raiffeisen – valuta l'impatto sulla sostenibilità lungo le intere catene di creazione del valore, basandosi sulla selezione dei titoli finanziari per i suoi prodotti d'investimento sostenibili. Nessuna delle banche retail che hanno partecipato al sondaggio comunica l'impatto completo a livello di prodotto.
- L'efficacia della maggior parte dei prodotti d'investimento sostenibili è limitata: ciò significa che in questi casi i prodotti sostenibili contribuiscono in modo circoscritto o addirittura minimo a una maggiore sostenibilità. Eccezioni positive sono Banca Migros e Banque Cantonale Vaudoise (efficacia «innovativa» dei prodotti d'investimento e di previdenza sostenibili) nonché il Gruppo Raiffeisen (efficacia «lungimirante»). Una grave carenza: continuano a mancare standard affidabili per prodotti d'investimento e di previdenza sostenibili nel retail banking.

Crediti e finanziamenti

- Nel complesso, le banche retail svizzere non hanno ancora registrato progressi considerevoli nell'inclusione coerente degli aspetti ecologici nei crediti e nei finanziamenti. Soltanto due banche – Credit Suisse Svizzera e UBS – sono «al passo con i tempi».
- Per quanto concerne i prodotti di credito ecologici, attualmente una parte delle banche retail propone soltanto due categorie: ipoteche ecologiche e singoli prodotti innovativi nel settore dei trasporti. In questo caso si tratta di prodotti prettamente di nicchia con una percentuale minima dei volumi di finanziamento complessivi (inferiore al 5%).
- I rischi di finanziamento ecologici non vengono sempre gestiti in modo sistematico. Comunque sia, sei banche retail per quanto concerne i crediti aziendali e dieci per quanto riguarda le ipoteche affrontano il tema dei rischi ambientali in modo relativamente sistematico. Al momento dell'analisi una minoranza delle banche non si era ancora occupata di rischi ecologici e altre banche lo avevano fatto in maniera piuttosto non sistematica. Fino a pochissime eccezioni, i rischi ambientali vengono valutati soltanto dal punto di vista qualitativo sotto forma di rischi per la reputazione.
- Per quanto concerne la gestione complessiva dei rischi di credito e ipotecari ecologici, la maggior parte delle banche retail svizzere è ancora agli inizi, salvo poche eccezioni: in testa UBS, seguita da Berner Kantonalbank e Credit Suisse Svizzera. Questo rapporto, nel complesso piuttosto esitante, nei confronti dei rischi di credito e di finanziamento ecologici nasconde diversi potenziali pericoli per le banche retail e per il sistema finanziario nella sua interezza.

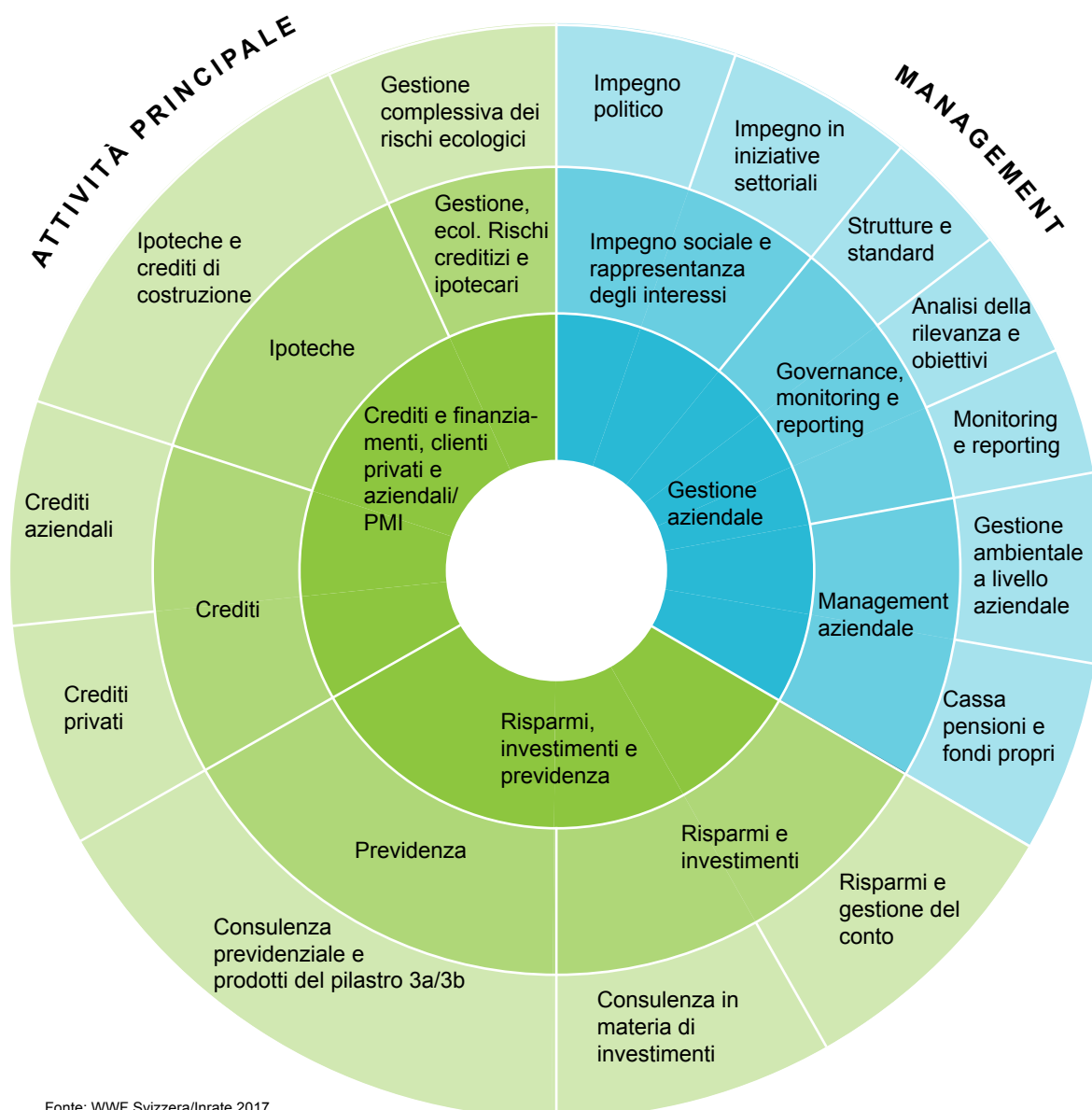
Sintesi

A Metodologia di rating

Il *Rating del retail banking svizzero WWF 2016/2017* valuta l'impatto globale sulla sostenibilità delle 15 principali banche retail in Svizzera (in base al totale di bilancio). In primo piano vi sono gli effetti sull'ambiente e, in parte, anche sulla società, vale a dire gli effetti sulla sostenibilità nel loro complesso.

Le banche retail svizzere si concentrano prevalentemente sulle classiche operazioni sul differenziale degli interessi con crediti ipotecari e aziendali. A ciò si aggiungono la gestione dei conti e l'amministrazione dei capitali di risparmio, d'investimento e di previdenza dei clienti nonché i servizi per i pagamenti (ad esempio versamenti). Pertanto lo studio di rating si concentra sulla valutazione delle attività operative principali (attività principale) indicate nonché della gestione aziendale e della portata degli effetti sulla sostenibilità da ciò risultanti.

Ambiti del rating del retail banking WWF



Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017.

Classi di ordinamento delle banche retail

Sulla base dei risultati del rating, le banche retail sono state assegnate a cinque classi di ordinamento: lungimiranti, precorritrici, inseguitrici, mediane e ritardatarie/non trasparenti:

- **Lungimiranti:** una banca retail lungimirante persegue una strategia aziendale sostenibile in modo sistematico, tenendo sott'occhio un orizzonte temporale a lungo termine e intergenerazionale. Essa cerca di dirigere i propri flussi finanziari verso attività improntate alla sostenibilità. Inoltre, nel quadro delle proprie possibilità, si sforza di influenzare il comportamento delle aziende e dei creditori in modo tale che essi agiscano in modo più sostenibile.
- **Precorritrici:** le precorritrici considerano la sostenibilità come un importante obiettivo aziendale, oltre agli obiettivi economici (Triple Bottom Line). Esse si impegnano attivamente per migliorare i propri effetti sulla sostenibilità, registrando in tale ambito alcuni successi. Vanno avanti con coraggio in singoli settori, sviluppando soluzioni innovative. Le Antesignane propongono ai propri clienti un'offerta relativamente ampia di prodotti finanziari sostenibili e li promuovono attivamente. Tuttavia esse non hanno ancora integrato in maniera sistematica importanti aspetti relativi alla sostenibilità – i cosiddetti fattori ESG (ambientali, sociali e governance) – nelle loro attività operative mainstream quotidiane.
- **Inseguitrici:** Le inseguitrici hanno riconosciuto che il tenere conto di fattori ESG comporta opportunità economiche ed è adatto a minimizzare i rischi. Esse propongono singoli prodotti di nicchia nel settore della sostenibilità, senza tuttavia portare avanti personalmente delle innovazioni. La loro gamma di prodotti sostenibili non copre tutti i settori di prodotti.


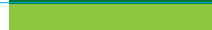



- **Mediane:** Le banche retail nel settore mediano hanno integrato singoli fattori ESG, in quanto hanno riconosciuto che essi sono economici a breve termine e quindi rilevanti per la massimizzazione del valore per gli azionisti. Di conseguenza, esse hanno un atteggiamento piuttosto difensivo.

- **Ritardatarie/non trasparenti:** Le ritardatarie tengono pochissimo d'occhio i fattori ESG, la loro politica commerciale è orientata a fattori puramente finanziari. Esse reagiscono ai temi relativi alla sostenibilità soltanto se vengono spinte a farlo da gruppi interessati, ad esempio ONG o clienti affini alla sostenibilità. Le banche retail non trasparenti non forniscono alcuna informazione sul fatto di considerare o meno i fattori ESG. Riteniamo relativamente probabile che, di conseguenza, esse non considerino o tengano poco conto dei temi relativi all'ambiente e alla sostenibilità. Un primo passo per le banche non trasparenti sarebbe creare la necessaria trasparenza per migliorarsi successivamente sulla base di tale situazione.

Categorie di valutazione per i criteri di rating

Il rating si basa su un set di 34 criteri singoli. Analogamente alle cinque classi di ordinamento sopra menzionate, per ogni criterio era possibile assegnare un voto massimo pari a 5 e minimo pari a 1. In linea generale, il voto massimo di 5 definisce uno stato che WWF Svizzera ritiene auspicabile e raggiungibile per una banca retail entro il 2025 da un ampio punto di vista in merito alla sostenibilità. Complessivamente, le categorie di valutazione verdi – «lungimirante – la banca 2025» (voto 5), «innovativa» (voto 4) e «al passo con i tempi» (voto 3) – rappresentano valutazioni «superiori alla media».

Categorie di valutazione e classi di ordinamento del rating delle banche retail WWF

Codici di colore	Categorie di valutazione	Classi di ordinamento
	5 Lungimirante – la banca 2025	Lungimiranti
	4 Innovativa	Superiore alla media
	3 Al passo con i tempi	Inseguitrici
	2 Nella media	Inferiore alla media/ nella media
	1 Inferiore alla media/non trasparente	Ritardatarie/non trasparenti

Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

B Risultati di rating

Panoramica dei risultati di rating

Nel complesso, tre banche retail – Berner Kantonalbank, il Gruppo Raiffeisen e Zürcher Kantonalbank – vengono valutate come «inseguitrici» e quindi «superiori alla media». Dieci banche si trovano nel «settore mediano» e due banche retail sono state identificate come «ritardatarie» e quindi «inferiori alla media».

Classi di ordinamento e risultati del rating delle banche retail WWF

Lungimiranti		
Precorritrici		
Inseguitrici	Berner Kantonalbank Gruppo Raiffeisen* Zürcher Kantonalbank	
Mediane	Aargauische Kantonalbank Banque Cantonale Vaudoise Basellandschaftliche Kantonalbank Basler Kantonalbank Credit Suisse Svizzera	Luzerner Kantonalbank Banca Migros Neue Aargauer Bank** St. Galler Kantonalbank UBS***
Ritardatarie	PostFinance Valiant Bank	Non trasparenti

Fonte: WWF/Inrate 2017

- * Il rating del Gruppo Raiffeisen si concentra sul retail banking delle banche Raiffeisen e di Raiffeisen Svizzera.
- ** Questa banca non ha compilato una parte del questionario, pertanto è stato possibile valutare una parte dei criteri soltanto in base alle informazioni pubblicamente disponibili.
- *** Il rating di UBS si concentra sugli affari di retail banking della divisione di business «Personal & Corporate Banking» in Svizzera.

La tabella seguente riassume i risultati dai singoli criteri del sondaggio.

Risultati di rating delle banche retail, in base a sottosectori e nel complesso

	Gestione aziendale			Risparmi, investimenti e previdenza		Crediti e finanziamenti			Risultato complessivo
	Impegno sociale e rappresentanza degli interessi	Governance, Monitoring e reporting	Management aziendale	Risparmi e investimenti	Previdenza	Crediti	Ipotecche	Gestione ecol. Rischi creditizi e ipotecari	
Aargauische Kantonalbank (AKB)									
Banque Cantonale Vaudoise (BCV)									
Basellandschaftliche Kantonalbank (BLKB)									
Basler Kantonalbank (BKB)									
Berner Kantonalbank (BEKB)									
Credit Suisse Svizzera (CS)									
Luzerner Kantonalbank (LUKB)									
Banca Migros (MB)									
Neue Aargauer Bank (NAB)*									
PostFinance (PostFinance)									
Gruppo Raiffeisen** (Raiffeisen)									
St. Galler Kantonalbank (SGKB)									
UBS*** (UBS)									
Valiant Bank (Valiant)									
Zürcher Kantonalbank (ZKB)									

Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

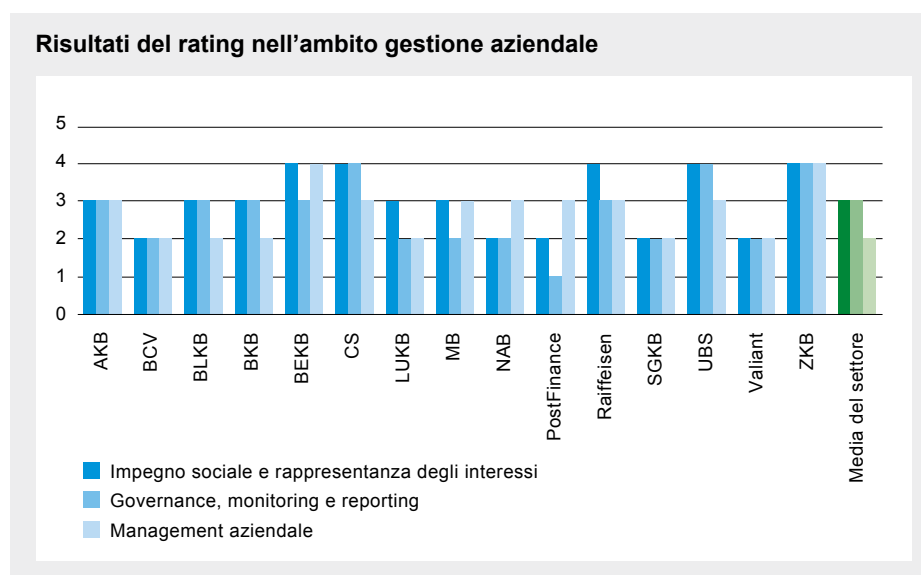
* Questa banca non ha compilato una parte del questionario, pertanto è stato possibile valutare una parte dei criteri soltanto in base alle informazioni pubblicamente disponibili.

** Il rating del Gruppo Raiffeisen si concentra sul retail banking delle banche Raiffeisen e di Raiffeisen Svizzera.

*** Il rating di UBS si concentra sugli affari di retail banking della divisione di business «Personal & Corporate Banking» in Svizzera.

Gestione aziendale

Generalmente, gli aspetti ecologici e sostenibili sono relativamente ben consolidati nella gestione aziendale delle banche retail esaminate: per metà delle banche retail la gestione aziendale è almeno «al passo con i tempi» e per l'altra metà «nella media». Tuttavia, a un esame più attento, si nota che generalmente la gestione aziendale è soprattutto concentrata su temi ecologico-aziendali, cioè sul risparmio di energia e di risorse per le banche stesse. La più grande leva degli istituti bancari risiede tuttavia nell'attività principale, vale a dire nella domanda su quali attività e settori vengano da ultimo finanziati e quindi sostenuti, se essi sono particolarmente dannosi dal punto di vista ambientale o ecologici. Fino a oggi soltanto pochi istituti di credito hanno riconosciuto l'importanza di questa leva come davvero centrale, orientando la loro gestione aziendale e le loro decisioni strategiche in modo corrispondente. Di conseguenza, le pratiche di sostenibilità della maggior parte delle banche retail nelle attività chiave sono ancora poco mature.



I risultati sono arrotondati a valori interi.

Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

Sotto molti aspetti, le banche retail svizzere valutate erano «al passo con i tempi» nel settore della gestione aziendale: nell'integrazione della tutela dell'ambiente e della sostenibilità nelle proprie strutture di governance, nella creazione di sistemi di gestione ambientale (nel migliore dei casi certificati), nella riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas serra nella propria azienda nonché nell'impegno in iniziative e associazioni di settore, in cui la sostenibilità o la tutela ambientale è un obiettivo (parziale) esplicito.

Appena «superiori alla media» sono state le banche retail prese in esame quando si è trattato di identificare i temi per loro rilevanti dal punto di vista della sostenibilità e di definire da essi obiettivi concreti, il più possibile quantitativi e misurabili. Non ancora tutte le banche hanno riconosciuto che gli effetti sulla sostenibilità dei propri servizi e prodotti finanziari sono di importanza centrale per diventare più sostenibili e soltanto poche si sono poste obiettivi qualitativi o addirittura quantitativi concreti in merito a ciò. Lievemente «superiori alla media» sono state le banche anche nel loro impegno politico volto a promuovere condizioni quadro a favore della sostenibilità e dell'ambiente in Svizzera.

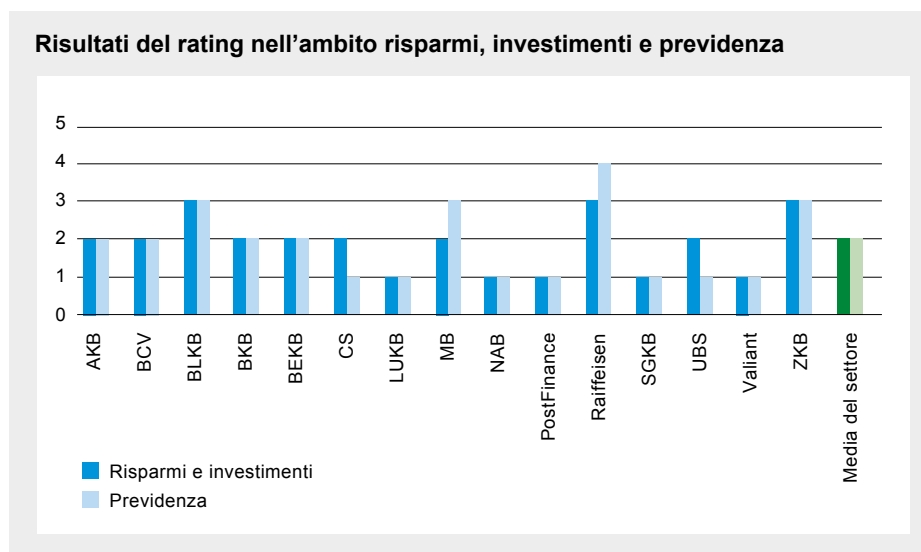
È interessante che le banche fossero soltanto «nella media» nell'investire i loro capitali delle casse pensioni aziendali e i mezzi propri. Ciò potrebbe risiedere nel fatto che generalmente questi temi non vengono resi esternamente visibili a gruppi interessati e quindi essi vengono percepiti, all'interno della banca, come meno rilevanti rispetto ai «classici» temi ecologico-aziendali sopra menzionati o ai prodotti d'investimento ecologici/sostenibili (v. sotto).

Risparmi, investimenti e previdenza

Per quanto concerne i **conti di risparmio**, finora il concetto di sostenibilità è stato applicato in modo poco sistematico. La maggior parte delle banche si è distinta come «inferiore alla media», in quanto esse non disponevano di linee sostenibili ed ecologiche nel settore dei risparmi su conti e quindi non consideravano aspetti relativi alla sostenibilità e all'ambiente. In linea di principio i prodotti di risparmio rappresentano tuttavia delle leve rilevanti per ottenere una maggiore sostenibilità nel sistema bancario.

Un'efficace possibilità è una maggiore trasparenza in merito ai prodotti. Le banche possono comunicare in quali attività e settori rilevanti dal punto di vista ambientale e della sostenibilità confluiscono, nella concessione di crediti, i capitali accumulati provenienti dai diversi segmenti di risparmio. In questo modo, nella scelta di un prodotto di risparmio i clienti potrebbero selezionare in modo mirato quello più sostenibile. Attualmente, tra le 15 banche retail valutate vi è un solo prodotto di risparmio «al passo con i tempi», ossia quello di Zürcher Kantonalbank, il quale mira a ottenere un effetto positivo sull'ambiente e garantisce inoltre una certa trasparenza nell'utilizzo dei capitali di risparmio.

Per quanto concerne i **prodotti d'investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b**, diversamente dai prodotti di risparmio la sostenibilità ha già una lunga tradizione in Svizzera. Tuttavia il mercato per i prodotti d'investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b sostenibili continua a essere relativamente immaturo. Per la maggior parte delle banche retail i prodotti sostenibili sono prodotti prettamente di nicchia e la loro percentuale nei patrimoni complessivi amministrati non è di conseguenza degna di nota. Alcune banche sono addirittura ancora agli inizi. Vi sono tuttavia anche dei

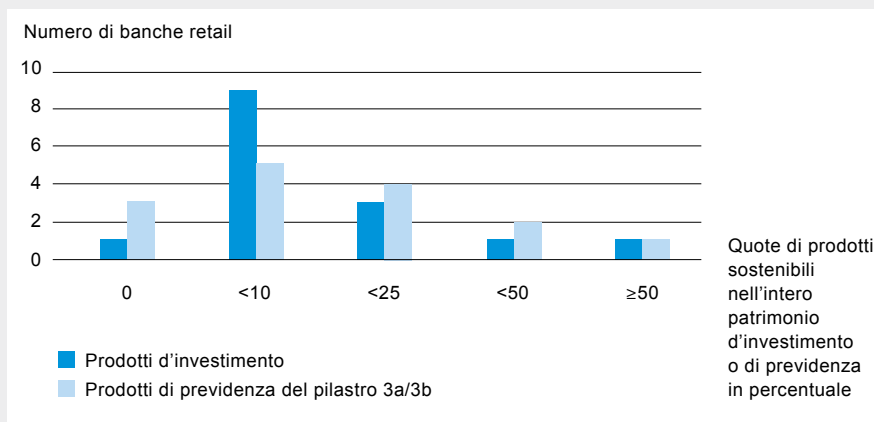


I risultati sono arrotondati a valori interi.

Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

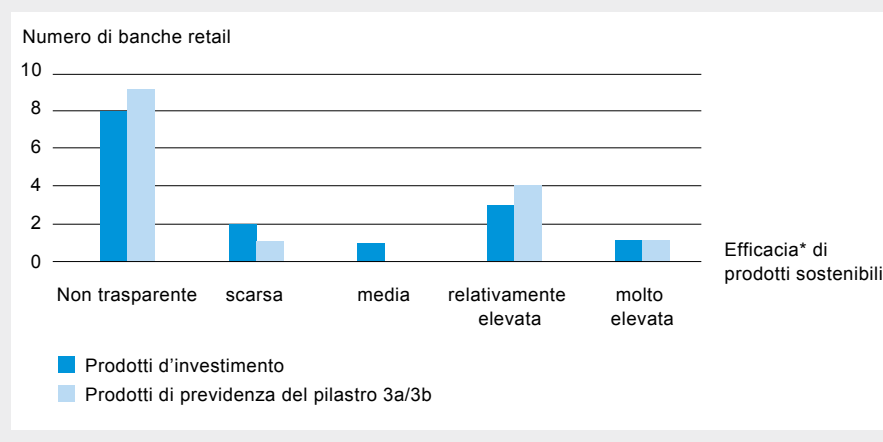
pionieri – in testa il Gruppo Raiffeisen, davanti a Banca Migros e a Banque Cantonale Vaudoise – per cui i prodotti d’investimento e/o di previdenza del pilastro 3a/3b sostenibili rappresentano una quota di mercato superiore al 25%. Un’ulteriore buona notizia è che l’efficacia dei prodotti sostenibili di questi istituti di credito è almeno «innovativa», addirittura «lungimirante» nel caso del Gruppo Raiffeisen. Ciò significa che per queste banche retail i clienti possono partire dal presupposto che, scegliendo i loro prodotti d’investimento e di previdenza sostenibili, essi contribuiscono in maniera fattiva a un’economia e a una società più sostenibili.

Quote di prodotti d’investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b sostenibili nel patrimonio d’investimento o di previdenza 2015



Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

Efficacia* dei prodotti d’investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b sostenibili



Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

* L’efficacia di prodotti d’investimento sostenibili indica l’adeguatezza delle strategie d’investimento sostenibili che vi stanno alla base a migliorare l’impatto sulla sostenibilità dei prodotti d’investimento. La valutazione dell’efficacia si basa sul metodo di rating di Inrate.

Per una parte delle banche retail l'**efficacia dei prodotti d'investimento sostenibili** è tuttavia limitata, il che significa che in questi casi i prodotti sostenibili contribuiscono in modo circoscritto o addirittura minimo a una maggiore sostenibilità. Ciò evidenzia una grave carenza sul mercato dei prodotti d'investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b sostenibili: continuano a mancare standard affidabili per prodotti d'investimento e di previdenza sostenibili nel retail banking. Sarebbero opportune, ad esempio, dichiarazioni in merito ai prodotti che mostrino in modo trasparente e di semplice comprensione l'effettiva portata dell'impatto sull'ambiente e in particolare sul clima dei prodotti sostenibili rispetto a quelli convenzionali. Sarebbe inoltre concepibile uno standard minimo chiaramente definito, ad esempio analogamente a quanto avviene per lo standard bio definito per legge per gli alimentari. L'obiettivo è che i clienti possano riconoscere in modo relativamente semplice quali o quanti danni ambientali o gas serra genera oppure può evitare un franco svizzero investito in modo sostenibile rispetto a un franco investito in modo non sostenibile. Soltanto pochissime delle 15 banche retail valutate calcolano e comunicano l'**impatto ambientale e l'impronta di carbonio** dei loro prodotti d'investimento e di previdenza. Il che è probabilmente dovuto al fatto che i metodi attualmente utilizzati, fatta eccezione per quelli di un istituto – il Gruppo Raiffeisen –, non tengono ancora in considerazione l'intera portata degli effetti sull'ambiente lungo le intere catene di creazione del valore. Ciò significa che, ad esempio, per gli investimenti in produttori di automobili o di aerei normalmente vengono valutati solo gli effetti diretti sull'ambiente e sul clima (intensità scope 1 e 2) durante la produzione. Determinanti per le notevoli ripercussioni sul clima sono tuttavia gli effetti durante l'utilizzo del prodotto. Ciò sottolinea la necessità di migliorare la base di giudizio metodologico per la maggior parte delle valutazioni in merito alla sostenibilità.

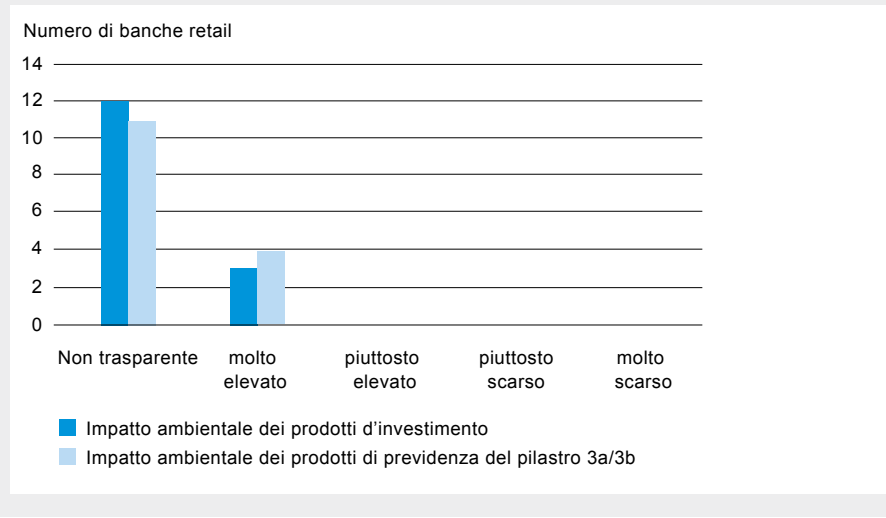
Anche nella comunicazione riferita ai prodotti vi sono delle carenze. Finora non vi sono banche retail per cui i clienti, nella scelta dei loro prodotti, riescano a riconoscere in modo semplice quale impatto ambientale complessivo o quale impronta di carbonio abbiano i loro capitali investiti. Una banca retail, Zürcher Kantonalbank, rende noto l'«indicatore di sostenibilità» per una parte dei propri prodotti d'investimento. Esso valuta tuttavia soltanto singoli aspetti relativi alla sostenibilità di fondi d'investimento o di portafogli e, per quanto concerne l'impronta di carbonio, registra soltanto gli effetti

diretti sul clima (scope 1 e 2) e non quelli complessivi lungo le intere catene di creazione del valore (scope da 1 a 3).

Per questo motivo, nel rating delle banche retail WWF, per le 15 principali banche retail svizzere si è cercato di creare per la prima volta trasparenza, analizzando l'intero impatto ambientale e l'impronta di carbonio (scope da 1 a 3) degli interi patrimoni (di previdenza e d'investimento) amministrati, sulla base dei metodi di valutazione Inrate. L'impatto ambientale valuta sempre in modo completo i costi ambientali esterni, mentre l'impronta di carbonio l'intensità del clima, vale a dire lungo gli interi cicli di vita del prodotto (scope da 1 a 3). I costi ambientali e l'intensità del clima vengono tradotti in una scala da 1 a 5. Un «1» rappresenta un impatto ambientale completo molto elevato o un'intensità del clima molto elevata, mentre un «5» un impatto ambientale estremamente basso o un'intensità del clima estremamente bassa. Di conseguenza, un «1» è negativo per le persone e per l'ambiente, mentre un «5» è positivo per le persone e per l'ambiente purché sia possibile sostituire le attività di maggiore impatto su ambiente e clima, ad esempio le fonti energetiche fossili con quelle rinnovabili.

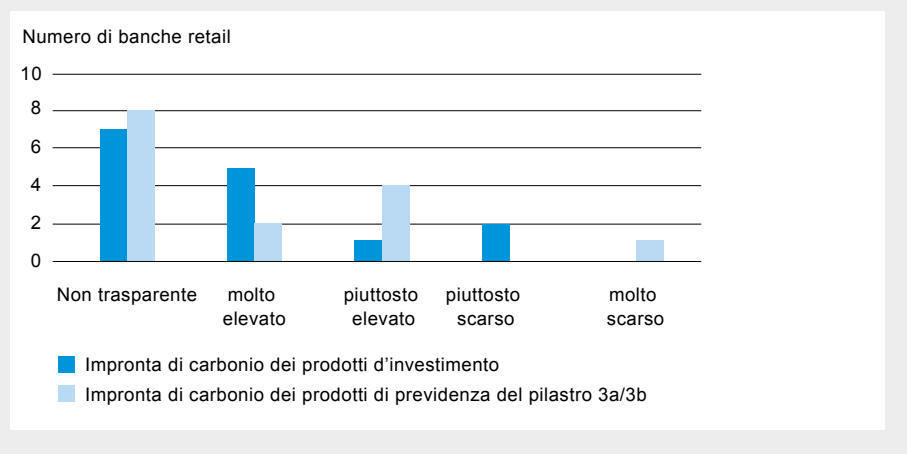
Il requisito per calcolare l'impatto ambientale e l'impronta di carbonio era che le banche retail prese in esame fossero in grado di fornire informazioni sulla suddivisione dei propri volumi d'investimento e di previdenza (in CHF o in %) in settori e sottosettori particolarmente rilevanti per l'ambiente (allocazione dei settori) nonché su mercati regionali (allocazione di paesi e di regioni) e strategie d'investimento sostenibili rispetto a quelle convenzionali. Le seguenti immagini mostrano che attualmente la maggior parte delle banche retail non è ancora in grado di fornire i dati richiesti e che quindi vi è una certa mancanza di trasparenza nel settore. La maggior parte delle banche trasparenti continua ad avere un impatto ambientale e/o un'impronta di carbonio molto o piuttosto elevati. Soltanto per due istituti gli impatti sono piuttosto o molto bassi: per Basellandschaftliche Kantonalbank (impronta di carbonio dei prodotti d'investimento piuttosto bassa) e il Gruppo Raiffeisen (impronta di carbonio dei prodotti d'investimento piuttosto bassa e impronta di carbonio dei prodotti di previdenza molto bassa).

Impatto ambientale completo dei prodotti d'investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b



Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

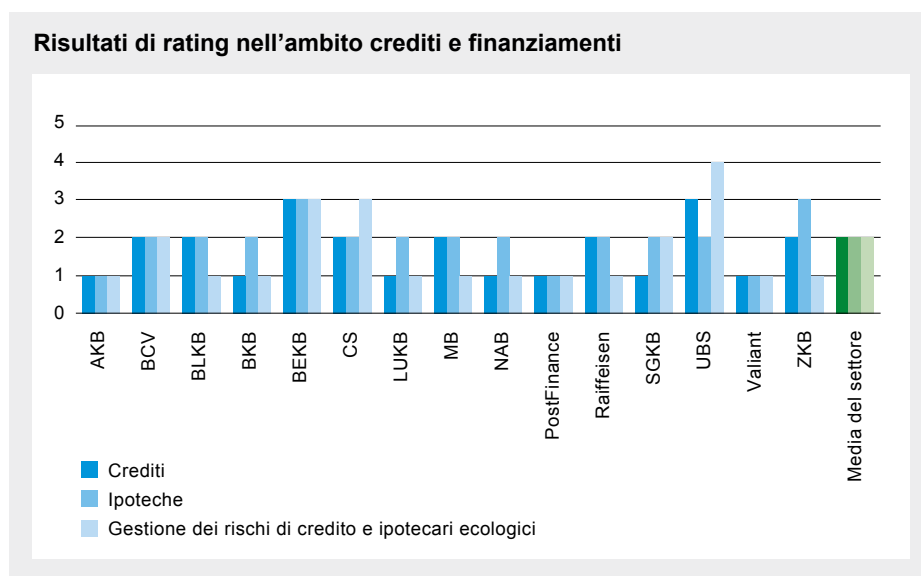
Impronta di carbonio completa (scope da 1 a 3) dei prodotti d'investimento e di previdenza del pilastro 3a/3b



Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

Crediti e finanziamenti

Anche per quanto riguarda i crediti e i finanziamenti le banche retail non hanno ancora fatto grandi progressi nell'integrare in modo coerente aspetti ecologici. Per quanto concerne i prodotti di credito ecologici, attualmente le banche propongono soltanto due categorie: ipoteche ecologiche e singoli prodotti innovativi nel settore dei trasporti. Per tutti gli istituti di credito le percentuali di questi prodotti nei volumi di finanziamento complessivi sono soltanto minime, ossia inferiori al 5%. Con ciò si evidenzia che le soluzioni di finanziamento ecologiche sono molto meno progredite rispetto al settore degli investimenti e della previdenza.



I risultati sono arrotondati a valori interi.

Fonte: WWF Svizzera/Inrate 2017

Il rating del retail banking WWF ha inoltre sottolineato che i rischi di finanziamento ecologici non vengono sempre gestiti in maniera sistematica. Al momento dell'analisi una minoranza delle banche non si era ancora occupata di rischi ecologici e altre banche (poco meno della metà per i crediti aziendali e due per le ipoteche) in maniera piuttosto non sistematica. Comunque sia, sei banche retail per quanto concerne i crediti aziendali e dieci per quanto riguarda le ipoteche affrontano il tema dei rischi ambientali in modo relativamente sistematico. In merito ai crediti aziendali vengono controllati prevalentemente criteri settoriali e nel settore ipotecario il tema degli impegni da liquidare. Si può partire dal presupposto che, nella maggior parte dei casi, i criteri di rischio settoriali vengano applicati per motivi di reputazione. D'altro canto gli impegni da liquidare vengono valutati, in quanto tale aspetto ambientale è legalmente sancito dal diritto in materia di responsabilità. Di conseguenza, tali rischi ambientali vengono analizzati, salvo poche eccezioni, soltanto qualitativamente e non quantitativamente.

Guardando oltre il livello di singoli crediti e ipoteche verso una gestione completa dei rischi di credito e ipotecari ecologici, si ha ancora un'immagine diversa. Qui la maggior parte delle banche retail svizzere è ancora quasi agli inizi, salvo poche eccezioni – in testa UBS, davanti a Berner Kantonalbank e a Credit Suisse Svizzera. Queste tre istituzioni si dedicano già oggi a considerare nel complesso i loro rischi di finanziamento ecologici.

Questo rapporto, nel complesso piuttosto esitante, nei confronti dei rischi di credito e di finanziamento ecologici nasconde diversi potenziali pericoli per le banche retail. Importanti rischi ambientali che non appaiono rilevanti né dal punto di vista della reputazione né da quello legale non vengono eventualmente riconosciuti e pertanto presi in considerazione. Probabilmente anche la dimensione finanziaria degli aspetti ambientali – ad esempio sotto forma di rischi sotto il profilo dei costi, ma anche di eventuali opportunità di ottenere utili – continua a non essere riconosciuta oppure non viene di conseguenza utilizzata. Se i rischi ambientali vengono controllati soltanto alla stipula dei crediti e delle ipoteche, ma non in modo ricorrente per la durata contrattuale, i rischi che si vengono a creare con il tempo (ad esempio impegni da liquidare) continuano a non essere individuati. Tale prospettiva statica non riconosce le dinamiche dei rischi ambientali e viene così a mancare la lungimiranza eventualmente necessaria.

Una valutazione e una gestione effettive dei rischi ambientali richiedono inoltre che queste non vengano analizzate e adeguatamente monitorate soltanto sul piano dei singoli contratti di credito, bensì anche a un livello superiore di interi portafogli di credito e ipotecari: infatti alcuni rischi possono ancora non figurare materialmente a livello di singoli contratti, ma potrebbero eventualmente a un livello più ampio. Un'osservazione completa dell'intero portafoglio di finanziamento schiude inoltre a una banca retail la possibilità di una certa compensazione dei rischi tra i diversi settori creditizi.

Un'insufficiente gestione dei rischi ambientali può comportare pericoli e svantaggi a livello di concorrenza non soltanto per le singole banche, ma, in caso di rischi sistemici (ad esempio «costi sommersi» della bolla del carbonio), può influenzare negativamente anche il settore bancario locale nonché il sistema finanziario nel suo complesso.

Autori

Dr. rer. pol. Regina Schwegler (Inrate SA), Claude Amstutz (WWF Svizzera)

Collaboratori

Ivo Mugglin e Britta Rendlen (WWF Svizzera), Bettina Rügge, Judith Reutimann, Antonius Knep (Inrate SA)

Disclaimer e metodologia

La presente pubblicazione nonché i relativi materiali non sono concepiti a scopo di consulenza finanziaria, creditizia, in materia di investimenti o previdenza e non costituiscono una consulenza di questo tipo. WWF Svizzera e Inrate non si assumono alcuna garanzia per quanto riguarda l'opportunità o l'adeguatezza di un deposito a risparmio nonché di investimenti in una determinata azienda, in un fondo d'investimento o in un altro veicolo di investimenti oppure in relazione ai prodotti di finanziamento e ai servizi di credito di una determinata entità, di una banca retail o di un altro fornitore di servizi per l'erogazione di servizi bancari e finanziari. Una decisione sull'utilizzo dei servizi di una banca retail o di un'altra entità non dovrebbe essere presa affidandosi alle affermazioni contenute nella presente pubblicazione. Anche se è stato fatto tutto il possibile per assicurare la correttezza delle informazioni contenute nella presente pubblicazione, WWF Svizzera, Inrate e i/le loro rappresentanti non possono garantire per la loro esattezza e non rispondono di eventuali pretese o perdite di qualsiasi tipo correlate alle informazioni contenute in questo documento, inclusi (ma non limitati a esse) mancati profitti, danni esemplari e conseguenti o pretese in seguito a negligenza.

Poiché le banche retail valutate possono essere clienti attuali o potenziali di Inrate, per evitare conflitti di interessi si è assicurato che per il presente studio non fosse coinvolto nella consulenza delle banche retail valutate il team Inrate competente. Inoltre, mediante la stringente metodologia, che è stata resa nota, nonché mediante processi di controllo, WWF Svizzera e Inrate hanno fatto in modo che venisse effettuata una valutazione obiettivamente comprensibile di tutte le 15 banche retail.

WWF Svizzera

La missione del WWF: il WWF intende fermare la devastazione dell'ambiente a livello mondiale e vuole creare un futuro in cui essere umano e natura convivano in armonia. Per compiere tale missione, il WWF si impegna a preservare la biodiversità a livello mondiale. Il WWF lotta inoltre per ridurre lo sfruttamento delle risorse naturali a un livello sostenibile. Per raggiungere tali obiettivi, il WWF opera su quattro livelli: sul campo, con le aziende, nella politica e con la popolazione. Il WWF effettua regolarmente rating di aziende, valutando così la performance in merito alla sostenibilità di aziende in settori importanti.



Inrate SA

Inrate è un'agenzia di rating di sostenibilità indipendente con sede in Svizzera. Dal 1990 offriamo soluzioni di ricerca innovative e aiutiamo i nostri clienti – dagli investitori internazionali ai fornitori di servizi finanziari fino alle organizzazioni internazionali – a integrare la sostenibilità nei loro processi d'investimento.



Con il nostro innovativo approccio di servizio valutiamo l'impatto ecologico e sociale lungo le intere catene di creazione del valore nonché la corporate governance di aziende, istituzioni internazionali, paesi e prodotti finanziari. Ciò consente ai nostri clienti di comprendere meglio e di ottimizzare gli effetti dei loro investimenti su ambiente e società, di ridurre i rischi nei loro investimenti nonché di riconoscere le possibilità di ottenere utili. Inoltre sosteniamo i nostri clienti nel tenere in considerazione valori etici nelle loro strategie d'investimento. Con i nostri servizi diamo un contributo a favore di un'economia e di una società maggiormente sostenibili.



WWF Svizzera

Hohlstrasse 110

Casella postale

8010 Zurigo

Telefono +41 (0)44 297 21 21

Fax +41 (0)44 297 21 00

wwf.ch/contatto

wwf.ch

Donazioni: CP 80-470-3



Inrate SA

Binzstrasse 23

8045 Zurigo

Telefono +41 (0)58 344 00 00

info@inrate.com

www.inrate.com



La nostra missione

Fermare la distruzione dell'ambiente nel mondo intero e costruire un futuro in cui l'umanità possa vivere in armonia con la natura.