



## **«IL VADEMECUM SULLA FINANZA SOSTENIBILE: UN ESEMPIO CONCRETO DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT»**

**CHIARA MAMBELLI ABI**

CONVEGNO #ILCLIENTE

26 novembre 2020



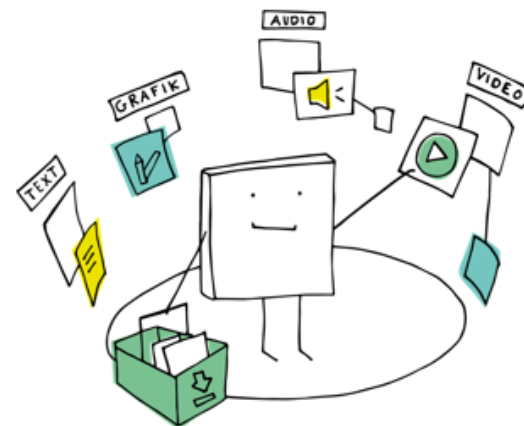
E' stato costituito nel 2019, su richiesta delle Associazioni dei consumatori, per....



- ❖ avviare un confronto sistematico sui temi della finanza sostenibile
- ❖ aggiornarsi sulle iniziative svolte dalle Associazioni dei consumatori e dal mondo bancario
- ❖ verificare possibili ambiti di lavoro comune, specialmente sul fronte dell'educazione finanziaria e della comunicazione alla clientela

## Due piani di lavoro per il 2020

- ❖ il piano della formazione: attraverso incontri di aggiornamento sui contenuti e sulle attività associative e istituzionali che muovono dal Piano "Finanziare la crescita sostenibile" del 2018 e dalle successive comunicazioni sul "Green Deal Europeo" e sul "Sustainable Europe Investment Plan"
- ❖ il piano della sensibilizzazione del consumatore: con la realizzazione di un output di natura info-educativa



**COS'E'**

Strumento divulgativo sotto forma di "domande e risposte" che, come una "cassetta per gli attrezzi", consenta anche ai meno esperti di avere indicazioni immediate sulla sostenibilità in banca, con contenuti condivisi dal gruppo di lavoro

**PAROLE  
CHIAVE**

Semplicità, attualità, fruibilità, immediatezza, creazione di cultura

**SOGGETTI  
COINVOLTI  
NEL  
PROCESSO**

17 Associazioni dei consumatori

GdL interbancari (CONSUMER, SOSTENIBILITA', CREDITI, FINANZA)

4 Strutture ABI

**QUANDO**

Fine 2020

## VANTAGGI LATO OFFERTA



## VANTAGGI LATO DOMANDA



- Dare visibilità all'impegno dedicato alla sostenibilità e far conoscere i diversi canali informativi utilizzati
- Incrementare la domanda di prodotti e servizi sostenibili
- Contribuire a creare una cultura della finanza sostenibile

- Avere una visione più generale della sostenibilità, intesa come un modello economico consapevole (e non solo ambientale) e approcciare il tema dell'economia circolare
- Conoscere i canali per informarsi (DNF, siti, campagne educative ...)
- Focalizzare il concetto di sostenibilità per la banca e come i clienti giochino un ruolo fondamentale nello sviluppo della domanda di finanza sostenibile



Dove risiede il valore aggiunto dello strumento?



Contenuti, argomenti, modalità operative prescelte, sono il frutto della collaborazione tra banche e Associazioni  
(il risultato prodotto è maggiore della somma delle singole componenti)

- Siti internet



- Social



- Comunicati stampa



- Eventi pubblici



- Iniziative info educative con partner istituzionali



- Newsletter



- Intranet aziendale



**RISCONTRO PER  
MONITORARE L'INIZIATIVA**

# Grazie per l'attenzione

Ufficio Rapporti con le Associazioni dei Consumatori

OC@abi.it

c.mambelli@abi.it