RAIFFEISEN

# Rivista dedicata all'esercizio 2022

Gruppo Raiffeisen

2022

**Previdenza e investimenti sostenibili**
Pag. 12

**A colloquio con Thomas A. Müller e Heinz Huber**
Pag. 8

**Ecco come gli investimenti sostenibili producono il loro effetto**
Pag. 18

**Le cooperative sono apprezzate anche nelle città**
Pag. 21

Breve ritratto

# Cooperativi per convinzione

**Il Gruppo Raiffeisen è la principale banca retail in Svizzera. Il Gruppo bancario è organizzato in forma cooperativa e presente in tutta la Svizzera. Tutte le Banche Raiffeisen sono giuridicamente indipendenti, formano insieme una comunità e sono solidalmente responsabili.**
**Le Banche Raiffeisen sono socie di Raiffeisen Svizzera società cooperativa, di cui sono titolari al 100 per cento. Sottoscrivendo le quote di una Banca Raiffeisen si diventa soci. In quanto Gruppo, Raiffeisen è la terza forza sul mercato bancario svizzero e la numero 1 in ambito di finanziamenti immobiliari. «Insieme possiamo fare di più». In tal senso, Raiffeisen persegue una politica aziendale orientata all'utile e all'efficienza, ma non alla massimizzazione del profitto nel breve termine.**

**1.18** miliardi di CHF
**Utile del Gruppo**

**281** miliardi di CHF
**Totale di bilancio**

**21** miliardi di CHF
**Capitale proprio**

**204** miliardi di CHF
**Volume ipotecario**

**205** miliardi di CHF
**Depositi della clientela**

**242** miliardi di CHF
**Patrimonio clienti gestito**

**3.6** milioni
**Clienti**

Oltre **2** milioni
**Soci**

**141** milioni di CHF
sono attribuiti ai
**vantaggi per i soci**

**11'652**
**Collaboratori**

**220**
**Banche Raiffeisen**

**803**
**Sedi**

Editoriale

# Care lettrici, cari lettori,

alla conclusione di un esercizio, contano soprattutto i dati finanziari. Questi sono pubblicati nel rapporto di gestione del Gruppo Raiffeisen. Le persone e le storie che stanno dietro alle cifre, sono in primo piano nella rivista dedicata all'esercizio: è a loro che si deve il successo del Gruppo cooperativo. Care lettrici e cari lettori, nella presente rivista vi illustriamo i punti salienti che hanno caratterizzato il nostro operato nel 2022.

L'attuale edizione è incentrata sul tema Previdenza e investimenti sostenibili e le numerose sfaccettature che comportano. Dato che sempre più clienti desiderano orientare i propri investimenti al futuro e in modo responsabile, Raiffeisen ha completato la propria gamma di soluzioni in questo ambito, orientandola coerentemente alla sostenibilità. In quale modo lo abbiamo fatto? Cosa significa active ownership? A queste domande e a molte altre trovate risposta nelle pagine che seguono. Vi troverete anche alcune cifre, ma solo le più importanti.

Vi auguriamo una buona lettura.

**Thomas A. Müller**
Presidente del Consiglio di amministrazione
Raiffeisen Svizzera

**Heinz Huber**
Presidente della Direzione
Raiffeisen Svizzera

# Indice

**Ritratto aziendale e risultato d'esercizio 2022** **4**

Modello cooperativo unico ... 5

A colloquio con Thomas A. Müller e Heinz Huber ... 8

Risultato d'esercizio 2022 e valori target strategici ... 11

**Previdenza e investimenti sostenibili** **12**

Gli investimenti sostenibili sono il nuovo standard ... 13

Intervista all'esperto: Investire in modo sostenibile significa investire con lungimiranza ... 14

20 anni di esperienza con soluzioni d'investimento sostenibili ... 15

Ritratto clienti: Ciò che facciamo ogni giorno conta ... 16

Approccio active ownership: Ecco come gli investimenti sostenibili producono il loro effetto ... 18

Il commento dell'ospite: Gli azionisti esercitano un'influenza ... 19

**Cooperativa** **20**

Le cooperative sono apprezzate anche nelle città ... 21

Il modello cooperativo è al passo con i tempi ... 22

Impegno per la società ... 24

Il commento dell'ospite: I doveri di Raiffeisen ... 25

Cultura dell'innovazione: Insieme verso la cooperativa del futuro ... 26

Rafforzare la stabilità della rete con auto elettriche ... 27

**Soluzioni per i clienti** **28**

Le soluzioni digitali di Raiffeisen sono intuitive? ... 29

Breve intervista: Il design UX suscita entusiasmo tra gli utenti ... 31

Ritratto clienti: Modernizzare in modo responsabile ... 32

Da dieci anni la Banca Raiffeisen della Campagnadorna non ha più sportelli ... 34

Ritratto clienti: Un'occasione del genere capita una volta sola ... 35

**Responsabilità** **36**

Strategia di sostenibilità: Ampliare l'impatto positivo ... 37

In azienda: Insieme per la protezione del clima ... 38

Eroilocali: Associazioni unite per il clima ... 39

La diversità stimola la forza innovativa e creatività ... 40

Primeggiare grazie alla formazione ... 42

**Gli investimenti sostenibili sono il nuovo standard**
Pag. 13

**Rafforzare la stabilità della rete con auto elettriche**
Pag. 27

**Modernizzare in modo responsabile**
Pag. 32

**Insieme per la protezione del clima**
Pag. 38

# Ritratto aziendale e risultato d'esercizio 2022

**Raiffeisen è organizzata in forma cooperativa, attiva a livello nazionale e radicata nella realtà locale. Il Gruppo bancario si fonda sui tradizionali valori cooperativi all'insegna del motto: «Insieme possiamo fare di più». In tal senso, Raiffeisen persegue una politica aziendale orientata all'utile e all'efficienza, ma non alla massimizzazione del profitto nel breve termine.**

Oltre **2** milioni

**Soci**

**14.4** milioni

**Quote**

Ritratto aziendale

# Modello cooperativo unico

Chi possiede una quota diventa socio della Banca, decide in merito al suo sviluppo e beneficia del risultato. Ogni Banca Raiffeisen è una cooperativa giuridicamente autonoma. Il Gruppo Raiffeisen nel suo complesso costituisce una comunità con responsabilità solidale al suo interno.

Le esigenze della clientela sono di centrale importanza per Raiffeisen. Tutto ciò che facciamo come Gruppo bancario è orientato coerentemente in tal senso: consulenza e finanziamenti per l'abitazione di proprietà, soluzioni in ambito previdenza, investimenti e traffico dei pagamenti, nonché consulenza e servizi destinati alle aziende, dalla costituzione al regolamento della successione. Oltre il 40 per cento della popolazione svizzera e un terzo delle imprese del paese, si affidano all'offerta orientata alle esigenze e alla competenza di consulenza delle Banche Raiffeisen.

Da fornitore di prodotti, Raiffeisen intende trasformarsi in fornitore di soluzioni ampliando i propri campi di attività Abitazione di proprietà privata, Clientela aziendale nonché Previdenza e Investimenti. Raiffeisen ha fissato il proprio orientamento strategico per gli anni dal 2021 al 2025 nella Strategia del Gruppo «Raiffeisen 2025». La Strategia definisce la visione, le iniziative e gli orientamenti strategici del Gruppo Raiffeisen, indica come Raiffeisen desidera presentarsi sul mercato bancario svizzero e come questo cammino possa essere percorso insieme a tutte le Banche Raiffeisen. ■

Maggiori informazioni sugli orientamenti strategici e sugli obiettivi sono disponibili al link
**report.raiffeisen.ch/strategia**

## Ogni socio ha un voto

Chi sottoscrive una quota di una Banca Raiffeisen, in qualità di socio può partecipare attivamente a determinarne lo sviluppo. Raiffeisen opera secondo i propri valori cooperativi e pratica una politica aziendale trasparente ed equa.

Grazie alla possibilità di sottoscrizione multipla, i soci possiedono oltre 14 milioni di quote delle Banche Raiffeisen. A differenza delle società anonime, ogni socio ha diritto a un solo voto, indipendentemente dal numero di quote. ■

**93%**

dell'utile **di esercizio** è stato capitalizzato nel 2022 **come riserva da utili**

**141** milioni di CHF

sono stati attribuiti nel 2022 ai **vantaggi per i soci**

## Partecipazione al risultato

Per le quote sottoscritte, che sono oltre 14 milioni, è prevista una remunerazione e i soci beneficiano di vantaggi loro accordati – nel 2022, per un importo superiore a CHF 140 milioni.

L'utile di esercizio confluisce perlopiù nelle riserve del Gruppo Raiffeisen per rafforzare la base di capitale. In linea con il pensiero cooperativo, Raiffeisen persegue una politica aziendale orientata all'utile e all'efficienza, ma non alla massimizzazione del profitto nel breve termine.

Il Gruppo Raiffeisen ha sancito nel suo statuto una rete equilibrata di sicurezza fondata sulla responsabilità reciproca. Con il fondo di solidarietà, quale riserva per la copertura dei rischi, il Gruppo è in grado di coprire casi di danno e perdite che eccederebbero le capacità delle singole Banche Raiffeisen. L'elevato capitale proprio e la responsabilità reciproca fanno di Raiffeisen una Banca molto sicura per la clientela. ■

**225** milioni di CHF

è quanto Raiffeisen ha versato nel 2022 per **imposte, donazioni e sponsoring**

**11'652**

**Collaboratori**

**95%**

dei fondi investiti in **soluzioni d'investimento Raiffeisen** confluisce in **fondi Futura sostenibili**

**4.4** milioni di CHF

è quanto Raiffeisen ha donato alla **Fondazione svizzera per il clima** dalla sua costituzione

## Impegno sociale

Le Banche Raiffeisen sono parte delle comunità regionali: pagano le imposte in loco e sostengono associazioni, istituzioni sociali ed eventi culturali e sportivi della zona e offrono il crowdfunding per tutti. Nel 2022 Raiffeisen ha versato, rispettivamente corrisposto, a comuni e associazioni oltre CHF 200 milioni sotto forma di imposte, donazioni e sponsoring. A inizio 2022, tramite la sua piattaforma di crowdfunding, Raiffeisen ha lanciato una raccolta di donazioni per l'Ucraina e, insieme a circa 8'000 sostenitori, ha raccolto in totale CHF 3.4 milioni, che ha versato alla Croce Rossa Svizzera.

Il Gruppo bancario è un importante datore di lavoro in Svizzera: esso offre infatti ottime condizioni d'impiego, incarichi stimolanti e posti di lavoro moderni a oltre 11'000 collaboratori in 800 comuni.

Raiffeisen opera in modo sostenibile e responsabile, tenendo conto, nelle proprie decisioni, di aspetti ecologici, sociali ed economici. Il 95 per cento circa del volume dei fondi è investito in modo sostenibile. Raiffeisen è socio fondatore della Fondazione Svizzera per il clima e dalla sua costituzione, nel 2008, ha investito circa CHF 4.4 milioni nella protezione del clima delle PMI svizzere. Il Gruppo Raiffeisen mira a «zero emissioni nette» entro il 2050; a livello operativo, dovrebbe essere raggiunto già nel 2030. ■

**220**

**Banche Raiffeisen**

**3.64** milioni

**Clienti**

**803**

**Sedi**

## Indipendenza e vicinanza

Ogni Banca Raiffeisen è una società autonoma sia sul piano giuridico che organizzativo, con organi propri eletti autonomamente. Titolari di ciascuna Banca sono i soci della cooperativa. Ogni Banca Raiffeisen opera nel proprio raggio di attività geograficamente definito. Il denaro rimane nella regione e, quindi, nell'economia locale.

Il Gruppo Raiffeisen è solidamente radicato in Svizzera, sia a livello locale che regionale, e gode di grande fiducia. Molti clienti scelgono Raiffeisen come Banca principale e, spesso, ne conoscono i collaboratori personalmente.

Grazie alle oltre 800 agenzie, più del 90 per cento della popolazione svizzera raggiunge una Banca Raiffeisen in auto entro 10 minuti, circa l'80 per cento addirittura in 5. ■

Maggiori informazioni sul Gruppo Raiffeisen sono disponibili al link
**report.raiffeisen.ch/ritratto**

A colloquio

# «Quale Banca cooperativa, siamo particolarmente chiamati a operare in modo sostenibile.»

Thomas A. Müller, Presidente del Consiglio di amministrazione di Raiffeisen Svizzera, e Heinz Huber, Presidente della Direzione di Raiffeisen Svizzera, ripercorrono insieme l'anno trascorso, dando uno sguardo al futuro.

**Nel 2022 Raiffeisen ha nuovamente conseguito un ottimo risultato. Di cosa è particolarmente orgoglioso?**

**Heinz Huber:** Del lavoro di squadra di Raiffeisen quale Gruppo. L'eccellente risultato di esercizio è merito del grande impegno e dell'ottimo lavoro congiunto di tutti i collaboratori delle Banche cooperative e di Raiffeisen Svizzera.

Sono inoltre orgoglioso del positivo andamento delle nostre attività di previdenza e d'investimento. In questo campo di attività continuiamo a crescere. Oggi posso dire che nel settore Previdenza e Investimenti siamo ottimamente posizionati per la nostra clientela.

**Thomas A. Müller:** Il mercato delle operazioni su differenza d'interesse è molto concorrenziale. Con la Strategia del Gruppo «Raiffeisen 2025» perseguiamo quindi l'obiettivo di diversificarci ulteriormente, con risultati davvero rilevanti.

Personalmente, sono inoltre soddisfatto dell'evoluzione della nostra cooperativa: le riforme adottate negli ultimi anni volte a una migliore cooperazione all'interno del Gruppo sono efficaci e lo scambio tra i comitati dei titolari e Raiffeisen Svizzera funziona molto bene. Oggi sfruttiamo meglio il know-how e il potenziale dell'intero Gruppo, distinguendoci in tal modo dalla concorrenza. Il numero di soci è ulteriormente aumentato: da dicembre 2022 ne contiamo due milioni. Questo per me significa che i clienti riconoscono il plusvalore del modello cooperativo e hanno fiducia in Raiffeisen.

**«Le riforme adottate negli ultimi anni, volte a una migliore cooperazione all'interno del Gruppo, sono efficaci.»**

**Thomas A. Müller**
Presidente del Consiglio di amministrazione di Raiffeisen Svizzera

**Raiffeisen ha rafforzato molto le attività di previdenza e d'investimento. In che misura il campo di attività è ora più sostenibile?**

**Heinz Huber:** Raiffeisen ha lanciato i primi fondi sostenibili già oltre 20 anni fa, con il marchio «Futura», ampliando da allora costantemente l'offerta di soluzioni previdenziali e d'investimento sostenibili. Sulla piazza finanziaria svizzera abbiamo quindi assunto il ruolo di precursori. Con la Strategia «Raiffeisen 2025» intendiamo diventare ancora più sostenibili.

Oggi le soluzioni Futura costituiscono la colonna portante della nostra gamma di prodotti e di offerte. Circa il 95 per cento del volume dei fondi Raiffeisen è investito in modo sostenibile. E non ci fermiamo qui: dopo la nostra gamma di fondi, stiamo orientando alla sostenibilità anche i nostri mandati di gestione patrimoniale. Già a fine 2021 Raiffeisen è stata la prima banca retail in Svizzera a lanciare un ETF sull'oro responsabile. Con «Futura Impact» offriamo da fine 2022 – anche in questo caso siamo la

## «Oggi Raiffeisen è anche una Banca d'investimento.»

**Heinz Huber**
Presidente della Direzione di Raiffeisen Svizzera

prima banca retail nazionale a farlo – un mandato di gestione patrimoniale che, oltre agli obiettivi finanziari, mira a un impatto ecologico e sociale positivo e misurabile. In collaborazione con la fondazione svizzera Ethos puntiamo inoltre su un dialogo attivo a livello di investitori con aziende selezionate, al fine di apportare un cambiamento positivo nelle pratiche ambientali, sociali e di governance. Interveniamo quindi in diversi ambiti.

**Thomas A. Müller:** Stiamo attraversando una fase di cambiamento verso un'economia responsabile. Quale Gruppo bancario, vogliamo partecipare attivamente a tale processo. Per questo motivo abbiamo peraltro saldamente integrato questa tematica nella nostra Strategia. Vogliamo tenere conto delle conseguenze a lungo termine delle nostre azioni, prendendo le nostre decisioni in funzione di ciò, in ambito sia aziendale che ecologico e sociale.

**L'attività d'investimento è davvero adatta a una banca retail?**

**Heinz Huber:** Assolutamente sì, Raiffeisen è oggi anche una banca d'investimento. Il nostro obiettivo è consentire a un ampio pubblico una costituzione di patrimonio sostenibile e una sua gestione professionale. Lo abbiamo peraltro stabilito nella nostra Strategia. Puntiamo su soluzioni semplici e comprensibili e su una consulenza competente. Abbiamo fissato soglie d'entrata deliberatamente basse: CHF 5'000 per la gestione patrimoniale digitale Rio e CHF 50'000 per i mandati di gestione patrimoniale. I risultati ci danno ragione: lo scorso anno, i clienti hanno aperto presso Raiffeisen oltre 40'000 nuovi depositi e stipulato più di 30'000 mandati di gestione patrimoniale. Ciò attesta l'interesse e, soprattutto, la grande fiducia nelle competenze di Raiffeisen in materia di previdenza e di investimenti.

**Lei parla di investimenti nella sostenibilità. Raiffeisen può veramente differenziarsi in termini di sostenibilità?**

**Thomas A. Müller:** Per quanto concerne la sostenibilità, per noi non è tanto importante se e come ci differenziamo, bensì lasciare alle generazioni che verranno dopo di noi almeno altrettante risorse di quante ne abbiamo trovate a nostra volta. Quale Banca cooperativa, siamo particolarmente chiamati a operare in modo sostenibile – ciò è profondamente radicato nel nostro DNA. Credibilità, imprenditorialità, vicinanza e sostenibilità sono valori importanti per noi: sono alla base della nostra strategia e del nostro lavoro. Ciò significa che Raiffeisen è sostenibile per definizione.

## «Credibilità, imprenditorialità, vicinanza e sostenibilità sono valori importanti per noi.»

**Thomas A. Müller**
Presidente del Consiglio di amministrazione Raiffeisen Svizzera

## «Sono convinto che le prestazioni di consulenza personali resteranno importanti.»

**Thomas A. Müller**
Presidente del Consiglio di amministrazione
di Raiffeisen Svizzera

**Heinz Huber:** Anche in futuro intendiamo investire in banking responsabile, creando plusvalore. Lo facciamo in tutta la Svizzera con le nostre Banche cooperative e con la nostra strategia climatica – «zero emissioni nette» entro il 2050 rispettivamente nell'attività operativa aziendale già entro il 2030 – promuovendo la sostenibilità nei nostri servizi e nelle nostre soluzioni e investendo nella formazione. Nel 2022 Raiffeisen ha investito CHF 17.9 milioni nella formazione e nel perfezionamento dei suoi collaboratori.

**La vicinanza alla clientela è una caratteristica distintiva di Raiffeisen. In che modo il Gruppo intende assicurarsi questo vantaggio anche in futuro?**

**Heinz Huber:** Finora, la nostra vicinanza alla clientela ha riguardato principalmente la presenza fisica nelle regioni: oltre il 90 per cento della popolazione svizzera può raggiungere una delle nostre 803 sedi in auto entro dieci minuti. Ora vogliamo realizzare questa incomparabile vicinanza anche sul canale digitale. I presupposti in tal senso sono molto buoni: il nostro e-banking, con oltre 1.7 milioni di utenti, è tra i più utilizzati della Svizzera. I nostri clienti dovranno poter scegliere in quale modo entrare in contatto con noi e quando passare dal canale fisico a quello digitale e viceversa. Questo è un obiettivo esplicito della nostra Strategia «Raiffeisen 2025».

La digitalizzazione consente di lavorare in modo più efficiente in background, cosa che vogliamo sfruttare ad esempio per ottimizzare il processo di concessione di crediti o ipoteche. Il tempo risparmiato lo investiremo nella consulenza alla nostra clientela.

**Thomas A. Müller:** Raiffeisen punta su un modello aziendale ibrido, in cui la consulenza personale e i servizi digitali si integrino a vicenda nel modo più fluido possibile. La presenza sul posto e, quindi, il radicamento locale, rimangono invariati. Anche in futuro vogliamo essere presenti fisicamente: per le decisioni importanti della vita, le persone vogliono un interlocutore personale. Sono convinto che la consulenza personale resterà importante.

**Quali sono le novità digitali previste da Raiffeisen per i prossimi anni?**

**Heinz Huber:** La novità principale è certamente l'app Raiffeisen, sulla quale metteremo gradualmente a disposizione, entro il 2025, tutti i nostri servizi digitali. Ciò significa che in futuro, attraverso l'app, si potranno stipulare nuovi prodotti, ordinare carte bancarie e gestire prodotti esistenti quali le ipoteche. Già nel 2023

sarà possibile, tramite il canale digitale, diventare clienti Raiffeisen in soli cinque minuti.

**Il contesto muta molto rapidamente. Raiffeisen deve quindi modificare la propria strategia?**

**Thomas A. Müller:** Raiffeisen ha definito le giuste priorità per far fronte alle sfide attuali e future. Lo dimostrano i nostri eccellenti risultati d'esercizio e il numero di nuovi clienti e nuovi soci. Verifichiamo tuttavia regolarmente la nostra strategia, adeguandola ove necessario. Una certa flessibilità è importante e ci consente di riconoscere e sfruttare tempestivamente le opportunità. Il nostro punto di forza è l'attività bancaria, ci focalizziamo sui servizi bancari e servizi affini e ci orientiamo in base a essi.

**Raiffeisen è sinonimo di banking responsabile. Come evolverà la Banca cooperativa?**

**Thomas A. Müller:** Quale Banca cooperativa, Raiffeisen punta su stabilità e sicurezza. La nostra strategia è orientata al lungo termine e non al solo contesto del mercato, bensì soprattutto alle esigenze della nostra clientela. Vogliamo essere vicini ai nostri clienti, sia a livello fisico che digitale, ed entusiasmarli con le nostre soluzioni. Accanto alla sua trasformazione in fornitrice di soluzioni, Raiffeisen continua a essere sinonimo di sostenibilità e stabilità. Pur essendo orientati agli utili, teniamo anche a impegnarci per la società e per i nostri oltre due milioni di soci.

**Heinz Huber:** Apprezziamo molto la fiducia accordataci. E posso assicurare che prendiamo molto sul serio la nostra responsabilità di Banca – in particolare di Banca cooperativa – e di datore di lavoro. ■

Maggiori informazioni sulla strategia al link
**report.raiffeisen.ch/strategia**

Risultato d'esercizio 2022 e valori target strategici

# Ottimo risultato di esercizio

Raiffeisen ha di nuovo dato prova della sua forza operativa, registrando nel 2022 un ottimo risultato. La vicinanza alla clientela è un fattore di successo del Gruppo bancario cooperativo e il crescente numero di soci sottolinea la fiducia nel nostro modello.

**1.18** miliardi di CHF
**Utile del Gruppo**

**204** miliardi di CHF
**Volume ipotecario**

**591** milioni di CHF
**Risultato da operazioni su commissione e da prestazioni di servizio**

**205** miliardi di CHF
**Depositi della clientela** S

**2.5** miliardi di CHF
**Risultato netto da operazioni su interessi**

**3.64** milioni
**Clienti** S

**24%**
**Quota delle operazioni indifferenti** S

**35.1%**
**Relazioni bancarie principali**[1] S

**55.9%**
**Cost Income Ratio** S

**23**ª posizione posizione
nella **classifica dei datori di lavoro** di universumglobal.com S

Oltre **2** milioni
**Soci** S

**141** milioni di CHF
attribuiti ai **vantaggi per i soci**

S valore target strategico

1 Quota di clienti privati che effettuano la maggior parte delle loro operazioni bancarie presso Raiffeisen (calcolata sulla base dell'utilizzo dei prodotti).

# Previdenza e investimenti sostenibili

**Con la sistematica considerazione di fattori ecologici e sociali nelle nostre soluzioni previdenziali e d'investimento, influiamo sui rischi e sfruttiamo le opportunità. Generiamo così plusvalore per i nostri clienti: in modo comprensibile e proficuo.**

**95%**

dei fondi investiti in **soluzioni d'investimento Raiffeisen** confluisce in **fondi Futura sostenibili**

Strategie patrimoniali

# Gli investimenti sostenibili sono il nuovo standard

Sempre più clienti desiderano improntare i loro investimenti in modo orientato al futuro e responsabile, in linea con i propri valori personali. Per questa clientela – già da oltre 20 anni – Raiffeisen elabora strategie patrimoniali sostenibili.

Investire anziché speculare. Investire sul lungo termine anziché sperare in un rapido profitto, non solo preserva i nervi, ma è anche più proficuo. Adottare una prospettiva a lungo termine diventa sempre più importante per molte persone, quando si tratta di soluzioni previdenziali e d'investimento: sia perché vogliono investire in aziende le cui attività arrechino meno danni possibili all'ambiente e che operino in modo equo, sia perché con i loro investimenti intendono sostenere personalmente il cambiamento ecologico o sociale. «Siamo convinti che, con la sistematica considerazione della sostenibilità nelle nostre soluzioni d'investimento, sul lungo termine possiamo migliorarne l'andamento del valore, a vantaggio della nostra clientela», afferma Roland Kläger, Responsabile Investment Solutions presso Raiffeisen Svizzera.

**Gli investimenti sostenibili sono adeguati alla Banca cooperativa**

La sostenibilità è parte integrante fondamentale del modello aziendale di Raiffeisen quale Banca cooperativa. «Agire in modo responsabile e orientato al futuro conviene sia alle aziende che agli investitori», afferma con convinzione Roland Kläger. In questo contesto Raiffeisen promuove in modo coerente gli investimenti sostenibili orientati al futuro e, a tal fine, si fonda su oltre 20 anni di esperienza nei fondi d'investimento sostenibili con il marchio «Futura». «Alla tradizionale analisi finanziaria, con i relativi criteri di redditività, liquidità e sicurezza, aggiungiamo gli aspetti legati ad ambiente e società», afferma Roland Kläger. «E applichiamo criteri di esclusione, ad esempio, nei nostri universi d'investimento sostenibili non includiamo le azioni e le obbligazioni di aziende che operano in campi di attività controversi quali armamenti, tabacco o gioco d'azzardo». Non sono presi in considerazione neppure i titoli di stato di paesi con scarsi diritti civili o corruzione diffusa.

> **«Agire in modo responsabile conviene sia alle aziende che agli investitori.»**
>
> **Roland Kläger**
> Responsabile Investment Solutions
> Raiffeisen Svizzera

Se l'investimento, oltre al rendimento finanziario, contribuisce positivamente anche a uno sviluppo sostenibile, tanto meglio. Il pregiudizio secondo cui una buona coscienza vada a scapito del rendimento è stato confutato da una serie di studi: poiché effettivamente le azioni di imprese con un orientamento sostenibile offrono un rapporto interessante tra rendimento e rischio. ■

Intervista all'esperto

# Investire in modo sostenibile significa investire con lungimiranza

**«Si è evidenziato che con la sostenibilità è possibile ridurre i rischi legati agli investimenti.»**

**Erol Bilecen**
Responsabile Centro di competenze Sostenibilità Previdenza e Investimenti Raiffeisen Svizzera

**Perché la sostenibilità nella previdenza e negli investimenti è importante per Raiffeisen?**
**Erol Bilecen:** Quando i clienti ci affidano il loro patrimonio, si aspettano che ce ne prendiamo cura nel miglior modo possibile. Il rendimento è certamente un indice importante, ma non è il solo. A cosa serve, infatti, dopo 30 anni di previdenza, avere più denaro, se ciò avviene a scapito di ambiente e società? Proprio quale società cooperativa, riteniamo al riguardo di avere una particolare responsabilità anche nei confronti delle generazioni future.

**In che modo Raiffeisen garantisce che gli investimenti siano effettivamente sostenibili?**
A tale fine adottiamo tre misure. In primo luogo: la selezione di partner eccellenti con cui collaboriamo strettamente, ma nei confronti dei quali esiste anche una chiara suddivisione dei compiti, escludendo in tal modo fin dall'inizio possibili conflitti di interesse. In secondo luogo: la coerente applicazione del nostro regolamento Futura con i relativi processi di controllo. In terzo luogo: la trasparenza tramite il nostro nuovo reporting personale sulla sostenibilità per la nostra clientela.

i

**Vincitrice assoluta nel rating del Private Banking 2022 della rivista BILANZ**

Qual è la qualità dei servizi delle banche svizzere relativi agli investimenti? Anche nel 2022 ciò è stato verificato dalla rinomata rivista economica BILANZ. Nel test, a nome di un vero cliente, sono state contattate per iscritto oltre 90 banche, alla ricerca di una soluzione di finanziamento e di investimento globale. Raiffeisen ha analizzato i valori patrimoniali e la situazione complessiva del cliente, elaborando una proposta di soluzione globale, risultata convincente: la giuria ha designato Raiffeisen quale vincitrice assoluta nel rating del Private Banking 2022 e quale migliore banca d'investimento «a livello nazionale».

Maggiori informazioni al link
**raiffeisen.ch/banca-di-investimenti**

**Gli investimenti sostenibili apportano plusvalore?**
Certo. Il plusvalore dipende però essenzialmente dall'approccio scelto, dato che gli investimenti sostenibili sono diversi tra loro. Per coloro che desiderano vedere i propri valori rispecchiati nel deposito, ciò significa una coscienza tranquilla. Altri invece, tramite impact investment, al di là del rendimento vogliono anche fare qualcosa di positivo per ambiente o società. Vi è inoltre anche il possibile plusvalore finanziario.

**Con gli investimenti sostenibili si rinuncia al rendimento?**
Se, in quanto investitori, ci si lascia sfuggire il megatrend della sostenibilità, allora probabilmente sì. Più importante della domanda sul rendimento, ritengo essere quella relativa al rischio. A questo proposito, in passato si è evidenziato che con la sostenibilità è possibile ridurre i rischi legati agli investimenti. Investire in modo sostenibile significa in effetti che, oltre a quelli finanziari, si prendono in considerazione anche criteri ecologici, sociali e di governance – investendo quindi in modo lungimirante. Proprio in riferimento alle sfide future, prevedo che questa prospettiva, a breve, diventi ancora più importante. ■

Soluzioni d'investimento sostenibili

# Oltre 20 anni di esperienza

Da cosa si riconosce un investimento sostenibile di Raiffeisen? Semplicissimo: la sua denominazione contiene la dicitura supplementare «Futura» ed è contrassegnato dal marchio Futura.

## 2001

Lancio dei **primi** quattro **fondi Raiffeisen Futura sostenibili**

## 2009

Fondi Futura: **esercizio attivo dei diritti di voto** nell'interesse degli investitori presso aziende svizzere

## 2014

Lancio del **Futura Immo Fonds, specializzato in immobili sostenibili**

## 2016

50% +

La **quota dei fondi Futura** rispetto all'intero volume dei fondi Raiffeisen supera il **50 per cento**

## 2018

Lancio del **mandato di gestione patrimoniale Futura**

## 2019

- **Tutti i fondi previdenziali** di Raiffeisen diventano **sostenibili**
- La quota dei fondi Futura rispetto all'intero volume dei fondi Raiffeisen aumenta a **oltre due terzi**

## 2020

Fondi Futura: esercizio attivo dei **diritti di voto** anche presso aziende **internazionali**

## 2021

- Tutti i **fondi d'investimento Raiffeisen** vengono orientati a **Futura**
- Approvvigionamento di oro responsabile: lancio del Raiffeisen **ETF Solid Gold Responsibly Sourced & Traceable**
- La quota di **fondi con il marchio Futura rispetto** all'intero volume dei fondi Raiffeisen ammonta a circa il **95 per cento**

## 2022

- I **mandati di gestione patrimoniale già esistenti** tengono ora in considerazione anche **criteri ecologici, sociali e di governance** (ESG)
- Lancio del **mandato di gestione patrimoniale Raiffeisen Futura Impact**
- Viene introdotto un **reporting sulla sostenibilità** come parte dell'estratto patrimoniale
- Cooperazione con la **fondazione Ethos** per il **dialogo con gli investitori**

Ritratto clienti

# Ciò che facciamo ogni giorno conta

**Viaggia in treno, mangia raramente carne e ha sempre con sé un sacchetto di stoffa: Aline Köfer, cliente Raiffeisen, si impegna a condurre uno stile di vita rispettoso delle risorse e del clima. Per lei la sostenibilità comprende anche le finanze: i suoi valori personali contano anche nella pianificazione previdenziale.**

### Pilastro 3a sostenibile

Chi, per il pilastro 3a, opta per un fondo previdenziale Raiffeisen con marchio Futura, investe il proprio denaro in aziende e in stati che soddisfano determinati criteri di sostenibilità e che, nella propria attività, tengono conto di aspetti ecologici, etici e sociali. Oltre al puro rendimento finanziario, l'investimento fornisce anche un contributo positivo misurabile a uno sviluppo sostenibile: una gradevole sensazione.

**«Non si può salvare il mondo da soli. Tuttavia, se viviamo tutti, ogni giorno in modo un po' più sostenibile, possiamo fare molto.»**

**Aline Köfer**
Infermiera diplomata

Gettare i jeans indossati una sola volta nel cesto del bucato sporco? Acquistare carne importata da allevamento intensivo? Prendere l'aereo per andare da Zurigo a Parigi? Tutte cose fuori discussione per Aline Köfer. «Cerco di contenere al massimo la mia impronta ecologica», afferma la 35enne. Aline abita con la sorella nel Kreis 3 di Zurigo e la sostenibilità è importante per entrambe. «È un concetto che ci è stato trasmesso sin dall'infanzia», spiega Aline Köfer. Nell'appartamento che condividono, ad esempio, riscaldare in modo moderato, risparmiare elettricità, consumare in modo consapevole ed evitare la plastica è del tutto ovvio.

**Impegno nel lavoro – e fruizione consapevole del tempo libero**

Aline Köfer, infermiera diplomata, si è costantemente perfezionata a livello professionale. Nello sviluppo del suo ambito professionale, si impegna affinché la sua professione venga maggiormente riconosciuta dalla società. Nel tempo libero ama praticare sport a contatto con la natura, preferibilmente sul Lago di Costanza, dove è cresciuta. «Con i mezzi di trasporto pubblici raggiungo velocemente la mia città d'origine», afferma. Ecco perché la sua tavola per stand up paddle è depositata lì, in una casa certificata Minergie-P, con impianto fotovoltaico. Ha acquistato questa casa dieci anni fa insieme a sua madre, che ci vive in modo permanente. Aline Köfer ama costeggiare tranquillamente il lago anche in bicicletta, con un cestino da picnic. Cosa vi ripone? «Mele turgoviesi e prugne mature, in ogni caso: prodotti locali e stagionali.»

**Fare qualcosa di positivo con gli investimenti sostenibili**

Se si ritiene una tipica rappresentante della sua generazione? «Nella mia cerchia di amici parliamo di protezione della natura e cambiamento climatico – e ci impegniamo per uno stile di vita sostenibile», afferma Aline Köfer. «Siamo consapevoli di dover trattare il pianeta con rispetto: lo dobbiamo alle generazioni future». Tuttavia, proprio le donne non dovrebbero preoccuparsi solo del futuro del pianeta, ma anche del proprio e dovrebbero occuparsi della pianificazione previdenziale. «Che in tale ambito si potesse anche operare in modo sostenibile, è stata una scoperta per me», racconta. Il suo consulente alla clientela di lunga data della Banca Raiffeisen Regio Altnau, l'ha resa attenta ai prodotti di investimento sostenibili per il pilastro 3a. «Essi mirano a un rendimento finanziario connesso a maggiore attenzione ad ambiente e società. Ritengo sia una buona cosa. Inoltre, apprezzo molto che si possa cominciare già con una somma relativamente ridotta – e non si debba essere un top manager!» ■

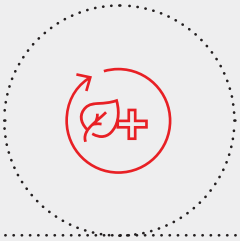
Approccio active ownership

# Ecco come gli investimenti sostenibili producono il loro effetto

L'azionariato attivo comprende il dialogo attivo con le aziende e l'esercizio consapevole dei diritti di voto connessi agli investimenti. Significa anche che Raiffeisen si impegna, a diversi livelli, per il miglioramento di tematiche ecologiche e sociali. Ogni giorno.

**In quali aziende ci impegniamo?**
Identifichiamo aziende internazionali e svizzere e ci concentriamo su quelle che sono rappresentate nei nostri fondi d'investimento correlati agli indici. In tal modo includiamo esplicitamente aziende che, in materia di sostenibilità, non sono ancora tra le migliori e, pertanto, possiedono il maggior potenziale di miglioramento.

**Con quali temi vogliamo ottenere un impatto?**
Attualmente ci focalizziamo su tre temi: cambiamento climatico (ad es. energia rinnovabile), diritti dei lavoratori e diritti umani (ad es. niente lavoro minorile) e responsabilità digitale (ad es. sicurezza dei dati, gestione dei dati dei clienti).



**Come misuriamo i progressi?**
Per ogni tematica e azienda fissiamo degli indici chiave (Key Performance Indicator, KPI), rendendo in tal modo misurabile e visibile l'effetto auspicato (Impact).

**In che modo possiamo attuare un cambiamento?**
Gestiamo il dialogo attivo con le aziende ed esercitiamo i nostri diritti di voto in occasione delle Assemblee generali. In tal senso ci concentriamo su aziende con potenziale di miglioramento nella sostenibilità. In questo processo Raiffeisen si avvale di due partner: Ethos e ISS.

**Ethos**

**Partner per il dialogo attivo e l'esercizio dei diritti di voto in Svizzera**

Ethos, Fondazione svizzera per lo sviluppo sostenibile, è fornitore leader in Svizzera di servizi di consulenza sulle tematiche legate all'esercizio dei diritti di voto e al dialogo attivo con le aziende. Per Raiffeisen, Ethos conduce un dialogo attivo a livello mondiale con aziende selezionate. Per i fondi Raiffeisen Futura a gestione attiva, Ethos è incaricata dalla direzione del fondo dell'esercizio dei diritti di voto presso le aziende svizzere.

Il commento dell'ospite

# Gli azionisti esercitano un'influenza

**Vincent Kaufmann**
Direttore di Ethos, Fondazione svizzera per lo sviluppo sostenibile

**Chi volesse persuadere le aziende a introdurre le «best practice» nei settori ambiente, aspetti sociali e governance (ESG), dovrebbe utilizzare tutti gli strumenti del diritto azionario a disposizione. La Fondazione Ethos si impegna con successo, a nome dei suoi membri, a favore di un'attività sostenibile e di una buona gestione aziendale.**

Chi investe in aziende tramite azioni, può influenzarne, in una certa misura, decisioni e attività. I maggiori azionisti possono inoltre sedere negli organi direttivi o persino nel Consiglio di amministrazione. Gli azionisti minori possono a loro volta unirsi per avviare un dialogo con le aziende di cui sono comproprietari. In tal senso è importante definire valori comuni.

### Votare e mettere temi all'ordine del giorno

Dalla sua costituzione, 25 anni fa, la fondazione Ethos promuove l'attenzione allo sviluppo sostenibile e alla buona gestione aziendale presso le aziende. Tale approccio è particolarmente adatto agli interessi di molti investitori istituzionali, che si tratti di casse pensioni o banche cooperative quale Raiffeisen, che gestiscono patrimonio sul lungo termine.

Nel corso degli anni, Ethos ha instaurato un dialogo costruttivo con tutte le imprese quotate in borsa della Svizzera. Affinché questo dialogo sia efficace è però importante che sia affiancato da altre misure, tra cui rientra in particolare l'esercizio dei diritti di voto in occasione delle Assemblee generali (AG). Con il rifiuto della rielezione di un membro del Consiglio di amministrazione, un voto contrario a una remunerazione o a una strategia climatica insufficientemente ambiziosa, gli azionisti dispongono di un importante strumento di pressione.

> **«Un azionariato attivo può indurre le aziende a cambiare atteggiamento, nel senso di maggiore sostenibilità.»**
>
> **Vincent Kaufmann**
> Direttore di Ethos, Fondazione svizzera per lo sviluppo sostenibile

Gli azionisti possono esercitare la loro influenza anche facendo mettere un determinato punto all'ordine del giorno di un'AG. È un modo di procedere più volte adottato dalla fondazione Ethos per rafforzare la corporate governance. Ad esempio, ha richiesto che si votasse in merito a remunerazioni, oppure all'opportunità di separare le funzioni di Presidente e di CEO. Negli ultimi anni si è spesso trattato dell'introduzione di strategie climatiche credibili e ambiziose. Anche nei casi in cui le richieste di Ethos non hanno ottenuto la maggioranza dei voti, hanno però spesso incontrato ampio sostegno, riuscendo a indurre cambiamenti: le aziende si sono mostrate disposte a concessioni.

Che fare se il dialogo con le aziende e gli strumenti menzionati non sono sufficienti a ottenere miglioramenti delle pratiche sostenibili? In ultima analisi, gli azionisti dovrebbero prendere in considerazione la vendita delle azioni, dato che è in gioco la credibilità della loro strategia d'investimento responsabile. ■

**Come saperne di più?**
A cadenza annuale forniamo un resoconto delle nostre attività, valutando i progressi effettuati e facendo proposte per le tematiche chiave del nostro impegno per il periodo successivo.

Report sull'impegno:
**raiffeisen.ch/dialogo-investitori**

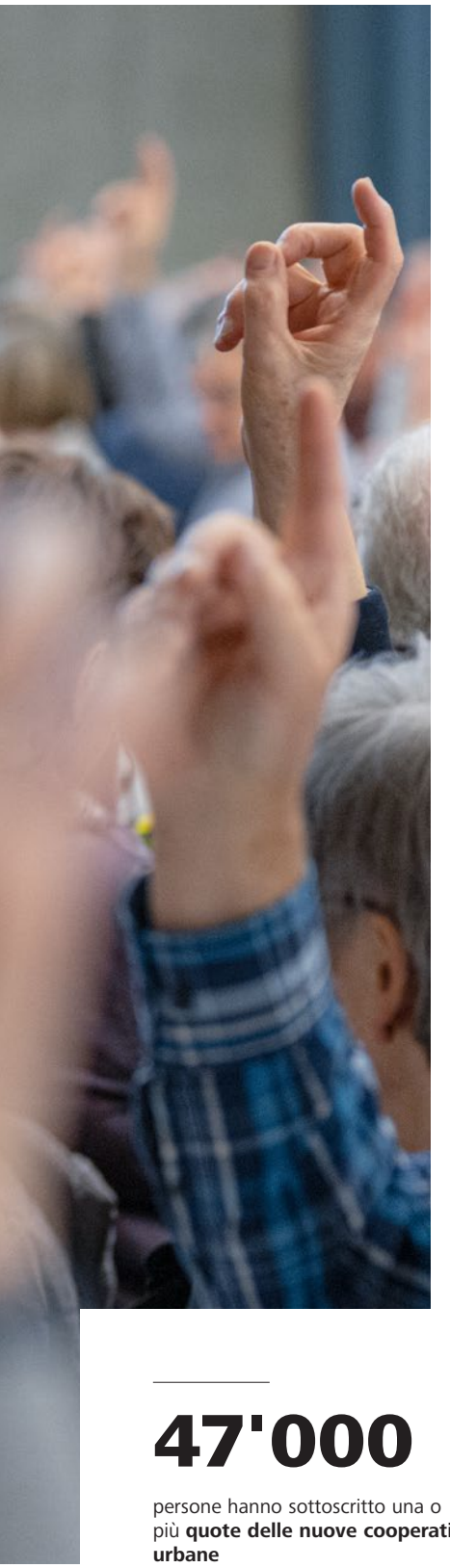
**ISS**

**Partner per l'esercizio dei diritti di voto a livello internazionale**

L'Institutional Shareholder Services Group of Companies è il fornitore leader a livello mondiale di soluzioni per corporate governance e investimenti responsabili. ISS affianca le direzioni dei fondi Raiffeisen nell'esercizio dei diritti di voto connessi alle azioni.

# Cooperativa

**Raiffeisen si fonda sui valori cooperativi. Con successo: il numero dei soci è salito a oltre due milioni. È fortemente aumentato in particolare il numero dei soci della fascia d'età tra i 18 e i 39 anni. Abbiamo rafforzato il nostro modello aziendale attraverso l'indipendenza delle succursali. Per il suo ulteriore sviluppo, puntiamo sulla forza innovativa dei nostri oltre 11'000 collaboratori.**



Sedi in centri urbani

# Le cooperative sono apprezzate anche nelle città

La Svizzera è un paese di cooperative, non solo nelle regioni rurali: lo dimostra l'indipendenza delle sei succursali di Raiffeisen Svizzera, le cui sedi si trovano tutte in centri urbani. Ognuna di queste Banche Raiffeisen ha raccolto il capitale proprio necessario prima della scadenza del termine di sottoscrizione.

Raiffeisen ha solide radici regionali. Negli ultimi 20 anni, il numero di soci è raddoppiato. Ma come stanno le cose nei centri urbani degli anni 2020? Le persone acquisterebbero quote di una Banca Raiffeisen indipendente a Zurigo? A questa domanda è stata data chiara risposta in occasione della trasformazione delle sei succursali di Raiffeisen Svizzera in cooperative autonome: le nuove Banche Raiffeisen Basel, Bern, St.Gallen, Thalwil, Winterthur e Zürich hanno raggiunto la propria capitalizzazione entro i termini. «I valori cooperativi sono apprezzati anche nei centri urbani», afferma Roger Reist, Membro della Direzione di Raiffeisen Svizzera responsabile dell'indipendenza delle succursali. «Le quote sociali di tutte le nuove Banche Raiffeisen sono state molto richieste – il numero minimo di quote della Banca Raiffeisen Zürich è stato sottoscritto in poche ore.»

**Modello di successo**

«Il modello cooperativo ha origine nel XIX secolo e caratterizza il nostro Gruppo da 123 anni», spiega Roger Reist. Attualmente, in ordine di grandezza, Raiffeisen è il terzo gruppo bancario svizzero e nel 2014 è stata dichiarata «rilevante per il sistema» dalla Banca nazionale svizzera. Stimolata da processi di globalizzazione e di digitalizzazione, Raiffeisen si è comunque orientata in modo coerente alle esigenze della clientela, sviluppando nuovi ed efficienti modelli aziendali. Secondo Roger Reist, la moderna struttura di Raiffeisen convince la clientela: «A differenza del trend europeo caratterizzato dalla centralizzazione, presso Raiffeisen il fulcro, ovvero il modello cooperativo, è rimasto invariato. Con esso, il Gruppo bancario ha più successo che mai.» Attualmente il Gruppo conta oltre due milioni di soci: un record! ■

**47'000**

persone hanno sottoscritto una o più **quote delle nuove cooperative urbane**

Sviluppo

# Il modello cooperativo è al passo con i tempi

Negli ultimi 20 anni il numero di soci è aumentato: oggi Raiffeisen ne conta oltre due milioni. Perché i clienti diventano soci?

Un quarto degli abitanti adulti della Svizzera è socio Raiffeisen; possiedono quindi almeno una quota di una Banca Raiffeisen oltre due milioni di persone, che hanno pertanto il diritto di partecipare alle decisioni nel corso dell'Assemblea generale e possono beneficiare di molti vantaggi per i soci.

**I valori comuni uniscono**

Ma sono davvero questi i motivi principali per cui i clienti vogliono diventare soci? Questa è la domanda che il Centro di competenze per cooperative «Idée Coopérative» ha approfondito, conducendo un sondaggio presso le cooperative svizzere. La domanda centrale era: quali sono le caratteristiche distintive delle cooperative? La risposta più frequente è stata «responsabilità sociale»: un valore che dovrebbe aver acquisito grande importanza alla luce dell'attualità della questione climatica. Al secondo posto figurava la «sostenibilità», seguita da «promozione delle strutture regionali», «vicinanza alla clientela» e «partecipazione».

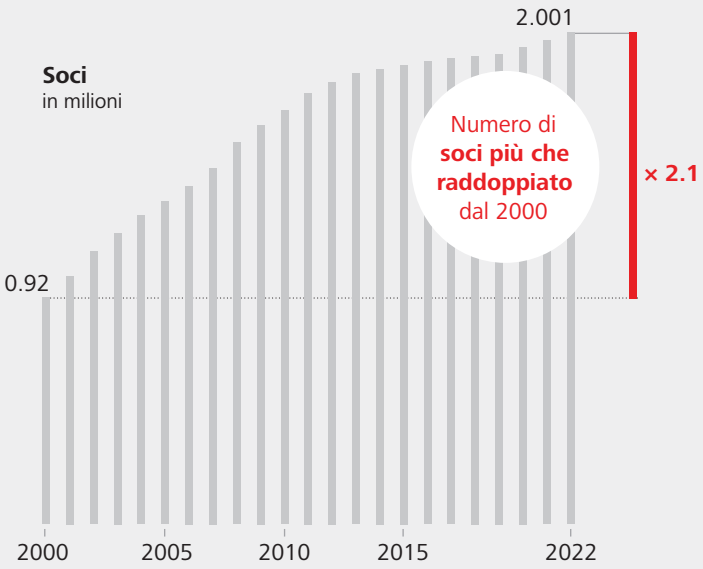
Le cooperative incarnano valori che, nella società odierna, sono più attuali che mai, sebbene il modello abbia avuto successo già alla fine del XIX secolo. Insomma, il modello cooperativo è al passo con i tempi. ■

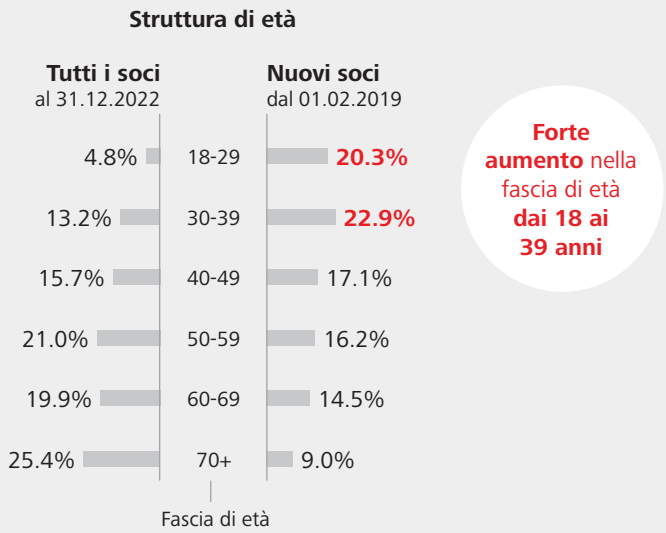
Maggiori informazioni al link **ideecooperative.ch**

**i**

**Vantaggi per i soci con stato MemberPlus**

Che si tratti di iniziative in ambito culturale, sportivo o turistico, i soci beneficiano di interessanti vantaggi: ingressi gratuiti in oltre 500 musei, sconti fino al 40 per cento su skipass giornalieri, abbonamento Mobility a metà prezzo, sconti fino al 50 per cento su concerti, eventi, musical e molto altro ancora. Nel 2022 Raiffeisen ha investito CHF 141 milioni in vantaggi per i soci.



**«Apprezzo che un'azienda abbia un forte legame regionale. Se ho una domanda relativa alle mie finanze, chiamo il mio consulente bancario o passo un momento in Banca. Lo conosco personalmente e mi fido di lui.»**

**Ramon Zenhäusern**
Sciatore, socio della Banca Raiffeisen Region Visp

**«Tutti aspirano a partecipazione, uguaglianza e sostenibilità. Sono valori importanti anche per me, che mi aspetto dalla mia Banca.»**

**Chiara Lorenzetti**
Insegnante di scuola secondaria, socia della Banca Raiffeisen del Malcantone, Caslano

**«Sono diventata socia perché Raiffeisen corrisponde a ciò che mi aspetto da una banca a livello partecipativo, etico e solidale. Mi hanno convinto anche il radicamento locale e il supporto alla cultura: per me è importante che una banca si interessi di ciò che accade nella sua regione.»**

**Jeannine de Haller Kellerhals**
Presidente della Fondation pour le Théâtre du Jura, socia della Banca Raiffeisen Ajoie

Plusvalore per la Svizzera

# Impegno per la società

**225** milioni di CHF

è quanto Raiffeisen ha versato a **comuni** e **associazioni** tramite **sponsorizzazioni, donazioni** e **imposte**

**79** milioni di CHF

sono andati ai **soci** grazie agli **interessi** sulle quote

**36.5** milioni di CHF

sono stati raccolti dal lancio di **eroilocali.ch** nel 2016

**Nel contesto di un mercato competitivo, chi punta sulla differenziazione è chiaramente avvantaggiato. Nel settore finanziario, Raiffeisen gode di una posizione particolare grazie al suo modello aziendale di società cooperativa, fortemente radicata in tutte le parti del paese. Ciò si evidenzia anche nei suoi molteplici impegni.**

Raiffeisen è orientata al profitto, ma non a qualsiasi costo: accanto all'orientamento sostenibile e a lungo termine, il Gruppo bancario ritiene particolarmente importante impegnarsi per la società e per i suoi soci.

**Impegno a livello locale e nazionale**
Le Banche Raiffeisen si impegnano a livello locale nello sport, nella cultura e in progetti sociali, contribuendo in tal modo alla diversità e alla vitalità della Svizzera. Che si tratti di nuove magliette per la squadra di calcio giovanile del villaggio, di locali per la banda musicale o di borracce per il club di tennis, Raiffeisen supporta associazioni ed eventi locali e la sua scritta rossa si incontra un po' ovunque.

Raiffeisen è presente anche a livello nazionale con il suo impegno per Swiss Ski e come principale sponsor delle giovani leve negli sport invernali svizzeri. Grazie a sponsorizzazioni a livello nazionale, donazioni e imposte, nel 2022 sono stati versati, rispettivamente corrisposti, a comuni e associazioni oltre CHF 200 milioni. Nello sport di massa, Raiffeisen è uno degli sponsor principali.

Con eroilocali.ch, nel 2016 Raiffeisen ha fondato una propria piattaforma di crowdfunding in tre lingue che, a differenza di molte altre, è gratuita. Dal lancio sono stati finanziati più di 2'000 progetti con oltre CHF 36 milioni in donazioni. Un esempio:

**Negozio cooperativo in lotta con i supermercati**
Il «rampe5» è un negozio di generi alimentari organizzato su base cooperativa, in cui si possono acquistare prodotti alimentari e di uso quotidiano ecologicamente e socialmente sostenibili. Con questo progetto, i promotori vogliono cambiare l'approvvigionamento di generi alimentari della città di Zurigo: collaborano direttamente con i produttori, sono attenti all'ecosistema e garantiscono trasparenza nella catena produttiva. Creano in tal modo strutture alternative, garantendo maggiore sostenibilità e comunità. In brevissimo tempo, su eroilocali.ch, 361 persone hanno sostenuto il progetto con un importo totale di quasi CHF 50'000. ■

Il commento dell'ospite

# I doveri di Raiffeisen

**Nell'attuale dibattito sul ruolo sociale delle aziende, viene attribuita sempre maggiore importanza all'orientamento al bene comune. Raiffeisen si trova di fronte alla particolare sfida di sviluppare ulteriormente i propri punti di forza e di impiegarli per fronteggiare le grandi sfide sociali. Finora, ciò le è riuscito bene.**

Chi può, deve: ecco come si potrebbe riassumere la responsabilità delle Banche Raiffeisen in Svizzera. Dall'interazione tra una promessa di prestazione cresciuta storicamente, una struttura organizzativa cooperativa e la reputazione attuale non si è solo sviluppato un forte marchio: Raiffeisen, come poche altre organizzazioni oggi, infatti, rappresenta importanti aspetti dell'identità svizzera. Da ciò deriva il concetto di responsabilità.

**Timo Meynhardt**
Editore di GemeinwohlAtlas Schweiz

Dalla pubblicazione del primo Gemeinwohl-Atlas Schweiz (Atlante svizzero del bene comune), nel 2014, Raiffeisen figura al primo posto delle banche svizzere. Il Gemeinwohl-Atlas rileva, con le dimensioni Adempimento dei compiti, Morale, Qualità della vita e Coesione, in che misura un'organizzazione, agli occhi della popolazione, crea un vantaggio sociale nel proprio core business, contribuendo in tal modo al bene comune.

**«Raiffeisen rappresenta oggi importanti aspetti dell'identità svizzera.»**

**Timo Meynhardt**
Editore di GemeinwohlAtlas Schweiz

Gli ultimi anni hanno mostrato che Raiffeisen è stata in grado di mantenere questa posizione di spicco anche in un contesto difficile. Ciò è tutt'altro che scontato e va guadagnato col lavoro di ogni giorno. In questo ambito assume sempre più importanza la questione relativa al modo in cui le Banche Raiffeisen, con i loro prodotti e servizi, contribuiscono ad affrontare le grandi sfide del nostro tempo (crisi climatica, digitalizzazione, cambiamento demografico, ecc.). In questo risiede la chiave del futuro successo. ■

Maggiori informazioni al link
**gemeinwohl.ch**

**Promozione delle giovani leve**

Da alcuni anni Raiffeisen è il principale sponsor delle giovani leve negli sport invernali svizzeri. In tal modo, oltre 20'000 giovani atleti beneficiano di condizioni di allenamento ottimali: possono infatti avvalersi di allenatori professionisti, dell'organizzazione di trasporti e alloggi e di sessioni di allenamento speciali.

**Iniziativa berretti**

Dal 2010, Raiffeisen sostiene le giovani leve degli sport invernali svizzeri con la vendita di berretti. Negli ultimi 13 anni i fan degli sport invernali svizzeri hanno acquistato più di 500'000 berretti, per un importo di donazione di oltre CHF 2.5 milioni.

Maggiori informazioni al link
**welovesnow.ch**

Cultura dell'innovazione

# Insieme verso la cooperativa del futuro

Sfruttare le opportunità della digitalizzazione, garantendo al contempo la vicinanza alla clientela: ecco come il Gruppo Raiffeisen affronta i progetti innovativi. In tale ambito si affida ai suoi oltre 11'000 collaboratori di ogni parte del paese che, nell'ambito di campagne di innovazione, contribuiscono attivamente a plasmare il futuro del loro datore di lavoro.

**«Uniamo collaboratori di discipline diverse, in modo da sfruttarne il potenziale per il futuro della nostra cooperativa.»**

**Stefan Jeker**
Responsabile Gestione dell'innovazione Raiffeisen Svizzera

Presso Raiffeisen, tutti i collaboratori possono partecipare attivamente a plasmare e sviluppare ulteriormente la cooperativa. «Gli oltre 11'000 collaboratori in tutta la Svizzera, con le loro idee, la loro creatività e forza innovativa, sono la nostra risorsa più preziosa», afferma Stefan Jeker, Responsabile Gestione dell'innovazione Raiffeisen Svizzera. Affinché questo potenziale possa concretizzarsi, Raiffeisen offre le condizioni quadro adeguate: una vivace cultura dell'innovazione e la possibilità di uno scambio e di un dialogo che esula da discipline e settori.

**Efficaci campagne d'innovazione**

Periodicamente vengono avviate campagne d'innovazione su determinate tematiche. In tal senso, a fine 2021, era al centro dell'attenzione la ricerca di idee per la cooperativa del futuro. Da lavori individuali, workshop bancari e nell'ambito dell'Innovation Challenge sono risultate oltre 70 idee, che sono state inserite sul portale dell'innovazione. Rappresentanti delle Banche Raiffeisen e di Raiffeisen Svizzera hanno selezionato quelle che, secondo loro, erano le venti migliori idee. Queste sono poi state presentate a una giuria dai rispettivi team, in occasione dei «Pitching Days». Nella giuria erano tra l'altro rappresentate le Banche Raiffeisen, la Direzione e il Consiglio di amministrazione di Raiffeisen Svizzera. Sono state dichiarate vincitrici le migliori dieci idee presentate. Ad esempio, l'idea «Eroi della cooperativa», un risparmio dell'arrotondamento digitale a favore di progetti della regione, che possono proporre i soci stessi (si veda riquadro). Oppure l'idea del «consulente finanziario intelligente», un aiuto dinamico nell'e-banking che guida attraverso temi finanziari, analizza la situazione con la clientela e propone immediatamente soluzioni realizzabili. I team vincitori hanno ricevuto un finanziamento iniziale per la successiva fase di concezione delle loro idee. «Un processo inclusivo, semplice e al contempo efficace», afferma Stefan Jeker. «Abbiamo soprattutto constatato che il nostro potenziale d'innovazione è elevato e che abbiamo la possibilità di generare idee innovative a partire dal Gruppo Raiffeisen. Ora si tratta di sviluppare ulteriormente le idee in concetti realizzabili.» ■

## Eroi della cooperativa

Idea per un possibile progetto: mediante un sistema di risparmio per importi minimi automatizzato, il progetto «Eroi della cooperativa» stimola la clientela a partecipare a un salvadanaio collettivo visibile nell'e-banking. Nel corso dell'Assemblea generale della rispettiva Banca Raiffeisen i soci decidono poi quale progetto regionale si debba sostenere con i fondi raccolti. Questa è una delle idee vincitrici della campagna di innovazione Raiffeisen.

Progetto pilota

# Rafforzare la stabilità della rete con auto elettriche

**Per festeggiare i dieci anni dell'agenzia di Château-d'Œx, la Banca Raiffeisen Alpes Chablais Vaudois fa un regalo sostenibile alla regione: insieme alla cooperativa di car sharing Mobility, mette a disposizione un'auto elettrica particolarmente innovativa.**

Presso la stazione di Château-d'Œx, da dicembre 2022, chi lo desidera può salire su un'auto elettrica Mobility davvero speciale: quando non viene utilizzato, il veicolo con «carica bidirezionale» reimmette l'energia elettrica della propria batteria nella rete. Molto razionale: infatti, come noto, nel corso della giornata la maggior parte delle vetture passano più tempo ferme che in movimento.

### Utilizzare le auto elettriche come accumulatori e colmare eventuali carenze di corrente

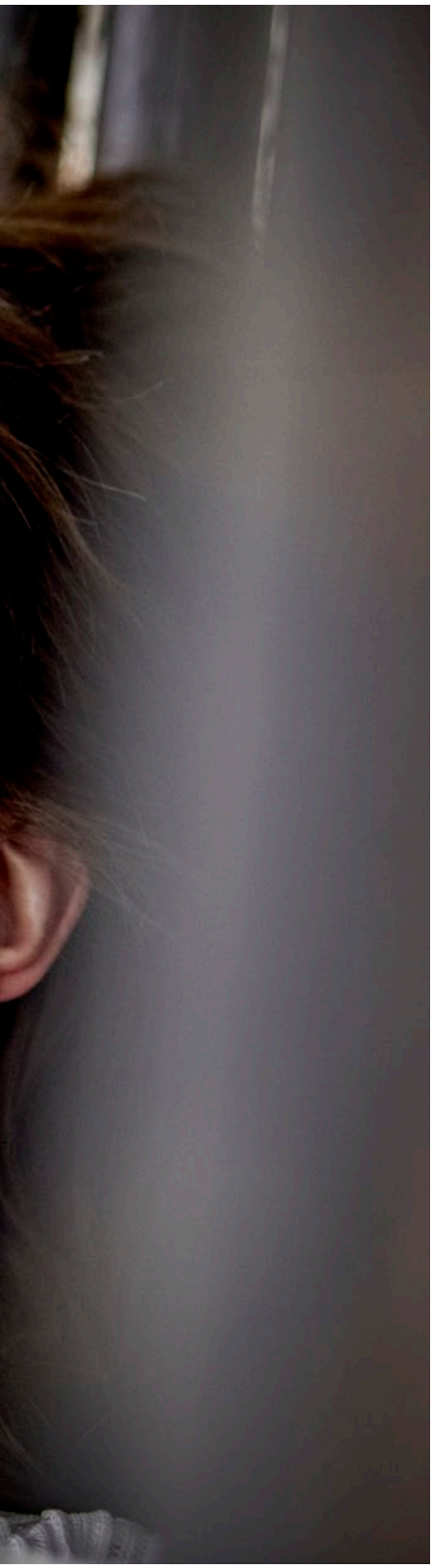
L'auto elettrica fa parte del progetto pilota «V2X Suisse», condotto dalla cooperativa di car sharing Mobility e sostenuto dall'Ufficio federale dell'energia. Per un anno, il funzionamento di cinquanta veicoli dotati della nuova tecnologia viene testato, in diverse condizioni, in tutta la Svizzera. «Quale Banca cooperativa abbiamo una responsabilità nei confronti dell'ambiente, della società e dei nostri collaboratori», afferma Frédéric Zulauf, Presidente della Direzione della Banca Raiffeisen Alpes Chablais Vaudois, indicando la motivazione alla base dell'impegno di Raiffeisen. «Con il supporto a questo progetto creiamo un plusvalore sostenibile e concreto.» A tal fine, la Banca Raiffeisen Alpes Chablais Vaudois mette a disposizione il parcheggio e, tramite l'impianto fotovoltaico sul tetto dell'agenzia, la corrente elettrica, mentre Mobility fornisce la colonna di ricarica e il veicolo.

I clienti di Raiffeisen possono beneficiare di offerte di car sharing scontate. Zulauf è dell'idea che, se l'esperimento avrà il successo auspicato, nulla impedirà l'acquisto di un altro veicolo elettrico. La nuova tecnologia potrebbe infatti contribuire a colmare eventuali carenze di corrente e ad aumentare la stabilità della rete. ■

Maggiori informazioni al link **mobility.ch/it/v2x**

# Soluzioni per i clienti

**Siamo vicini ai nostri clienti e li affianchiamo in modo globale, da pari a pari, sia che si tratti di investimenti, del risanamento dell'abitazione di proprietà o del regolamento della successione in azienda. Per sviluppare ulteriormente i nostri servizi fisici o digitali ci avvaliamo, tra l'altro, di panel clienti e di test svolti nell'UX Labor.**



Laboratorio di user experience

# Le soluzioni digitali di Raiffeisen sono intuitive?

Eseguire un rapido login nell'e-banking e con pochi click aprire un nuovo conto previdenza 3a: è possibile in modo semplice tramite app mobile o computer. Affinché i clienti raggiungano rapidamente lo scopo, Raiffeisen verifica dapprima nuove idee e prodotti nel laboratorio sperimentale.

Dove si volge lo sguardo della persona che partecipa al test? Quale pulsante e quale tasto preme? Dove ha difficoltà? Coloro che sono invitati a svolgere un test nel Laboratorio di user experience (UX Labor) di Raiffeisen, vengono osservati molto da vicino. Ma niente paura, a essere messi alla prova non sono l'intelligenza o l'abilità dei partecipanti al test, bensì i servizi di Raiffeisen: può trattarsi di nuove app, dello sviluppo di offerte già esistenti nell'e-banking o di un'applicazione digitale presso un'agenzia. Nell'UX Labor di San Gallo, i prototipi di diverse soluzioni e le funzioni delle applicazioni vengono testati per verificarne facilità d'uso – la cosiddetta usability –, chiarezza e semplicità. Alcuni test si svolgono anche online in un'area virtuale, oppure di persona, in loco presso una Banca.

**«Nell'UX Labor riceviamo feedback di prima mano.»**

**Laure Frank**
Responsabile Digital Business
Raiffeisen Svizzera

Concretamente, a coloro che partecipano al test vengono assegnati diversi compiti da svolgere autonomamente. Si tratta, ad esempio, di trovare una determinata informazione in una nuova app, una pubblicazione o il calcolatore del credito sul sito, oppure di compilare e inviare correttamente un formulario di ordinazione. I differenti elementi della navigazione vengono impiegati in modo mirato? Si capiscono correttamente le informazioni?

I responsabili dei prodotti e gli esperti UX formati, seguono lo svolgimento in modo mirato in un ambiente controllato, osservando e ascoltando con attenzione e in modo oggettivo. Al contempo, nei test di usability si impiegano le più recenti tecnologie per misurare le reazioni immediate di coloro che partecipano ai test. Per design selezionati ci si avvale anche di tecnologie quali il monitoraggio oculare, che consentono di analizzare i percorsi visivi e l'attenzione delle persone che partecipano ai test.

Su quale parte dello schermo si concentra l'attenzione dei partecipanti ai test? Nell'UX Labor viene mostrato dove devono essere collocate le diverse informazioni affinché possano essere trovate velocemente anche da utenti inesperti. Così Raiffeisen garantisce la semplicità d'uso e la continuità delle sue soluzioni digitali.

**«Come suscitare l'entusiasmo dei nostri clienti? È ciò che vogliamo imparare.»**

**Jana Nobel**
Responsabile Customer Experience
Raiffeisen Svizzera

In tal modo i team di sviluppo possono ricostruire dall'inizio alla fine ciò che vedono i clienti e meglio comprenderne la percezione. Le esigenze delle persone che partecipano ai test vengono rilevate in modo sistematico, per poter decidere su questa base di dati, e individuare ed eliminare tempestivamente eventuali ostacoli. Solo allora il prodotto viene ulteriormente sviluppato.

A seconda della soluzione si selezionano, come partecipanti ai test, gruppi di persone diversi: per meglio comprenderne le esigenze e gli interessi, si tratta perlopiù di clienti Raiffeisen potenziali o attuali. «Nell'UX Labor riceviamo feedback di prima mano. Impariamo dove possiamo migliorare il customer journey e l'esperienza cliente, e come poter suscitare l'entusiasmo dei nostri clienti. Su questa base vogliamo poi sviluppare le soluzioni digitali migliori per loro», spiega Laure Frank.

Entro il 2025 il Gruppo bancario svilupperà l'app Raiffeisen, che metterà a disposizione, in un unico luogo, le offerte di Raiffeisen in modo semplice e digitale, in modalità self service. In caso di necessità di consulenza, i clienti di Raiffeisen potranno continuare ad avvalersi in qualsiasi momento del servizio della loro Banca. L'obiettivo è offrire un'interazione fluida tra tutti i canali digitali e fisici. ■

## Contribuire a plasmare Raiffeisen

Partecipando al panel clienti Raiffeisen è possibile esprimere la propria opinione in sondaggi online. Da un panel, ad esempio, è emerso che per prodotti semplici i clienti preferiscono soluzioni digitali. Nel caso però di prodotti quali ipoteche o investimenti, è apprezzata la consulenza personale sul posto che rimarrà importante. Nel panel clienti si verifica anche la fattibilità di innovazioni concernenti il campo di attività di Raiffeisen.

Un piacevole effetto secondario: per ogni questionario online compilato, Raiffeisen dona un franco a un'organizzazione di beneficenza con sede in Svizzera.

Iscrizione tramite
**marktforschung@raiffeisen.ch**

Maggiori informazioni sull'UX Labor di Raiffeisen sono disponibili qui:
**qr.link/Xps51o**

Breve intervista

## Lo User Experience Design suscita entusiasmo tra gli utenti

**«Una buona usability rafforza la fedeltà della clientela.»**

**Laure Frank**
Responsabile Digital Business
Raiffeisen Svizzera

**Raiffeisen gestisce un UX Labor proprio. Perché?**
Abbiamo una struttura della clientela molto eterogenea. Le nostre soluzioni digitali devono tuttavia essere facilmente comprensibili e accessibili a tutti. Nell'UX Labor possiamo testare applicazioni digitali insieme ai nostri clienti, sviluppando per loro le soluzioni migliori.

**Come funziona tutto ciò esattamente?**
Eseguiamo usability test e studi eye-tracking, con cui verifichiamo l'utilizzabilità e monitoriamo lo sguardo delle persone che partecipano ai test. Le valutazioni evidenziano, ad esempio, se le informazioni vengono trovate e comprese correttamente. Ai test invitiamo clienti, ma anche persone che non hanno una relazione cliente con Raiffeisen.

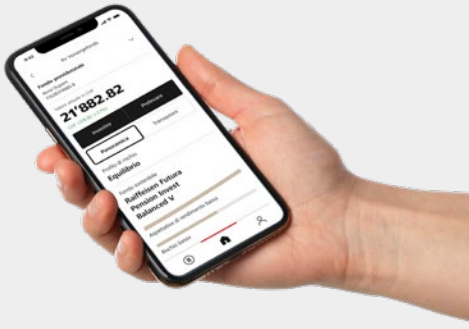
**Quali vantaggi offre lo User Experience Design?**
Lo User Experience Design è un fattore di successo. Se le soluzioni digitali soddisfano le esigenze della clientela, saranno utilizzate volentieri e in modo duraturo tutti i giorni. Con lo User Experience Design ci assicuriamo che le nostre soluzioni digitali siano semplici e uniformi. È un investimento che vale la pena fare e che ci consente di fidelizzare la clientela esistente e di acquisirne di nuova. ■

Pilastro 3a digitale

## Gestire e ottimizzare la previdenza privata in tutta semplicità

**1 Aprire un conto previdenza**
Un nuovo conto previdenza in tre minuti: eseguire il login nel Raiffeisen e-banking e selezionare il punto nel menu «Previdenza», premere su «Iniziare ora» e aprire un conto previdenza.

**2 Effettuare un versamento nel pilastro 3a**
Digitare l'importo desiderato ed effettuare il versamento fino all'importo massimo. L'avere 3a attuale è visibile in qualsiasi momento per ogni conto.




**3 Stipulare il contratto digitalmente**
Visionare i documenti contrattuali online e firmarli digitalmente.

**4 Investire patrimonio previdenziale**
Decidere se investire in titoli una parte del patrimonio previdenziale. Basta rispondere a poche domande e Raiffeisen propone la strategia d'investimento con l'adeguato profilo di rischio.

Ritratto clienti

# Modernizzare in modo responsabile

Segatura e giornali accartocciati? È stata una grande sorpresa per Walter Hunziker scoprire l'isolamento di origine del pavimento della casa dei genitori di sua moglie Judith. L'architetto in pensione ha risanato l'edificio da cima a fondo – dal punto di vista sia energetico che estetico.

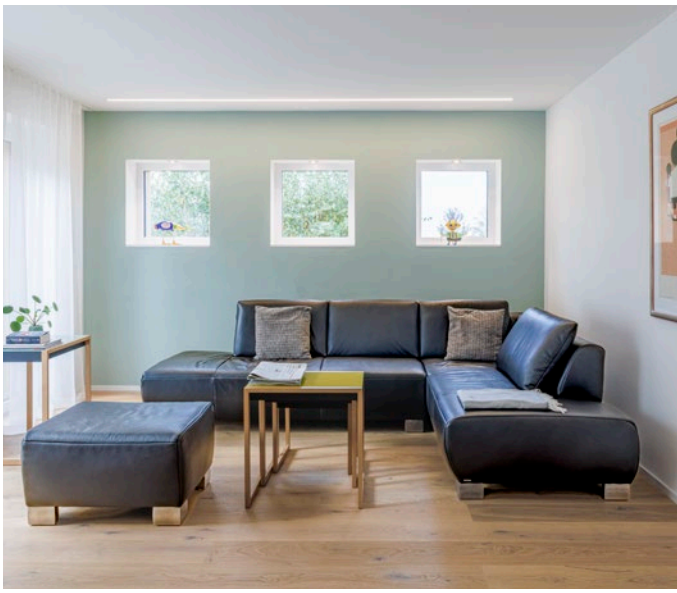
Quando Walter Hunziker, nella luminosa sala da pranzo, espone le foto di «prima e dopo» e i piani da lui stesso disegnati, la trasformazione ha dell'incredibile. Una classica casa unifamiliare degli anni 50 è diventata un vero e proprio gioiello: la facciata esterna è realizzata in una tonalità mediterranea; l'annesso con la grande finestra conferisce allo stabile una certa «coolness» e offre ai coniugi Hunziker una vista da sogno sul placido villaggio di Münchwilen, nel Canton Argovia.

Ad eccezione delle pareti esterne, la casa è stata interamente demolita. «Sono così venute alla luce alcune sorprese», racconta Walter Hunziker. «Tra le travi del pavimento abbiamo trovato, come materiale isolante, anche un quotidiano nazionale accartocciato del 1956.» Per la coppia era chiaro che alcuni elementi della casa dei genitori di Judith Hunziker dovessero essere conservati: le finestre quadrate, ad esempio. Un risanamento energetico completo, comunque, era urgentemente necessario. «Inoltre, non volevamo fare le cose a metà», spiega l'architetto in pensione. «Abbiamo eliminato anche il riscaldamento a gasolio, installato solo due anni prima.»

**«Non volevamo fare le cose a metà e abbiamo realizzato tutte le misure di risanamento.»**

**Walter Hunziker**
Committente della costruzione

Prima che si giungesse a ciò, Walter Hunziker, dietro suggerimento del suo consulente bancario Raiffeisen, Thomas Mahrer, ha richiesto un CECE®, il Certificato Energetico Cantonale degli Edifici. Il CECE® plus, il rapporto sulla necessità di modernizzazione energetica, riportava le misure consigliate. «Da veri studenti modello, abbiamo implementato tutto quanto», afferma Walter Hunziker. È stata



installata una pompa di calore in cantina, le pareti sono state raddoppiate, il tetto è stato isolato e sono state montate finestre con triplo vetro. «In tal modo raggiungiamo valori di isolamento conformi a una casa Minergie.»

Per il risanamento energetico i coniugi Hunziker hanno beneficiato delle sovvenzioni del Cantone Argovia. La soluzione di finanziamento è stata sviluppata con la Banca Raiffeisen Regio Frick-Mettauertal. «Non è stata un'operazione complicata», afferma Walter Hunziker. Già nel 1975, infatti, Raiffeisen aveva finanziato l'acquisto della prima casa a Münchwilen della famiglia Hunziker, in cui si è ora trasferita quella del figlio. I nipotini vanno molto volentieri a trovare i nonni: scorrazzano intorno alla casa con il triciclo e sentono il profumo delle erbe nel nuovo giardino. ■

Consigli

## Pianificare il risanamento in 5 fasi

Che intendiate risanare in parte o completamente l'abitazione di proprietà: all'inizio dovrebbe essere effettuata la valutazione energetica. Affinché investimenti e vantaggi siano in sintonia, dovreste effettuare una pianificazione globale e procedere passo dopo passo.

- Analizzare lo stato effettivo
- Sviluppare una strategia di risanamento e un progetto
- Stilare i costi del progetto e chiarire il finanziamento
- Richiedere il permesso di costruzione
- Incaricare l'architetto e fare domanda di risanamento

Trovate tool e contributi utili su **raiffeisen.ch/risanamento**

Maggiori informazioni sul Certificato energetico cantonale degli edifici CECE® al link **cece.ch**

Banca di consulenza

# «Da dieci anni, la nostra Banca non ha più sportelli.»

**Il Direttore Doriano Baserga ha riunito tre piccole Banche nella Banca Raiffeisen della Campagnadorna e aperto la prima Banca di consulenza Raiffeisen della Svizzera Italiana. Dopo 32 anni presso Raiffeisen, ora va in pensione.**

«Sembra quasi inimmaginabile: durante il mio apprendistato bancario negli anni '70 non esistevano ancora i PC. Oggi, invece, con un semplice clic i clienti possono fare nell'e-banking ciò che un tempo avrebbe richiesto numerosi passaggi. Nel 2008, quando ho assunto la Direzione della Banca Raiffeisen della Campagnadorna, mi era quindi chiaro che fossero necessari dei cambiamenti nella struttura interna delle agenzie: i classici versamenti e prelevamenti allo sportello erano in calo e sempre più spesso i clienti cercavano il dialogo riservato lontano dallo sportello. A seguito di ristrutturazione e nuova costruzione abbiamo completamente modificato il concetto di Banca: da dieci anni, infatti, siamo una Banca di consulenza. Ciò significa che da noi non ci sono più sportelli e che il denaro contante si preleva ormai solo ai bancomat. Ci sono invece agenzie che dispongono di uno schermo alla parete per le presentazioni, comode poltrone e una macchina per il caffè – un luogo per consulenze individuali e incontri non vincolanti. Due terzi di tutte le Banche Raiffeisen lavorano oggi con questo modello, appositamente sviluppato da Raiffeisen per far fronte alle mutate esigenze della clientela. Siamo stati la prima Banca della Svizzera italiana a passare a questo concetto di consulenza. Questa atmosfera più aperta e con una maggiore vicinanza tra clienti e consulenti, è adatta ai servizi che sempre più frequentemente vengono richiesti. In passato, in primo piano vi erano il traffico dei pagamenti e le ipoteche. Oggi forniamo sempre più consulenze in merito a previdenza, investimenti e modernizzazione di immobili.

**«Siamo stati la prima Banca Raiffeisen della Svizzera italiana a passare al concetto di Banca di consulenza.»**

**Doriano Baserga**
Direttore Banca Raiffeisen della Campagnadorna

Inizialmente le persone erano un po' restie ad accedere all'area sportelli ristrutturata, in cui tutto sembrava tanto diverso. Per circa un anno, i collaboratori hanno assistito i clienti presso i bancomat. Ora sono in grado di svolgere autonomamente le operazioni in contanti anche coloro che, in passato, le richiedevano allo sportello. E se cerco di immaginarmi la Raiffeisen del futuro, vedo una Banca in cui i clienti si informano e utilizzano servizi online ancor più di oggi, laddove tuttavia i contatti personali restano fondamentali. Il Gruppo bancario sta lavorando in questa direzione e io sono grato di averne fatto parte per così tanti anni.» ■

Ritratto clienti

# «Un'occasione del genere capita una volta sola»

**Si era alla ricerca di un capannone e alla fine è stata acquisita un'intera azienda: così è sorta la seconda sede della Eschler Fahrzeugbau AG di San Gallo. Il finanziamento si basa su una riuscita soluzione di successione.**

In un primo momento, Samuel Eschler, Direttore della Eschler Fahrzeugbau AG di Bronschhofen (SG), nella primavera 2022 era semplicemente alla ricerca di un capannone da affittare sull'altro versante della galleria del Gubrist. «Volevamo servire meglio i nostri clienti della Svizzera occidentale e nord-occidentale, risparmiando loro i viaggi lungo il tratto del Gubrist con le sue frequenti code.»

La Eschler AG finì invece per acquisire un'intera azienda: la Leo Fahrzeugbau AG di Wiedlisbach (BE). Samuel Eschler ricorda la sua grande sorpresa, quando Leo von Wyl gli ha direttamente proposto di acquistare la sua azienda: «Un'occasione del genere capita una volta sola nella vita.» Già da parecchio tempo stava pensando a una seconda sede a ovest del Gubrist. Inoltre, la Leo Fahrzeugbau AG serviva lo stesso segmento di clientela: situazione ideale! Otto mesi dopo il primo colloquio, l'acquisto dell'azienda era cosa fatta.

Il momento dell'acquisizione era però sfavorevole: Samuel Eschler si trovava infatti nel bel mezzo dell'ampliamento della sede di Bronschhofen. Il progetto edilizio e la contestuale acquisizione aziendale non solo gli hanno richiesto un ingente sforzo organizzativo, ma hanno anche comportato una forte pressione finanziaria per la più che ventennale azienda familiare della Svizzera orientale.

**Soluzione di successione quale base per il finanziamento**

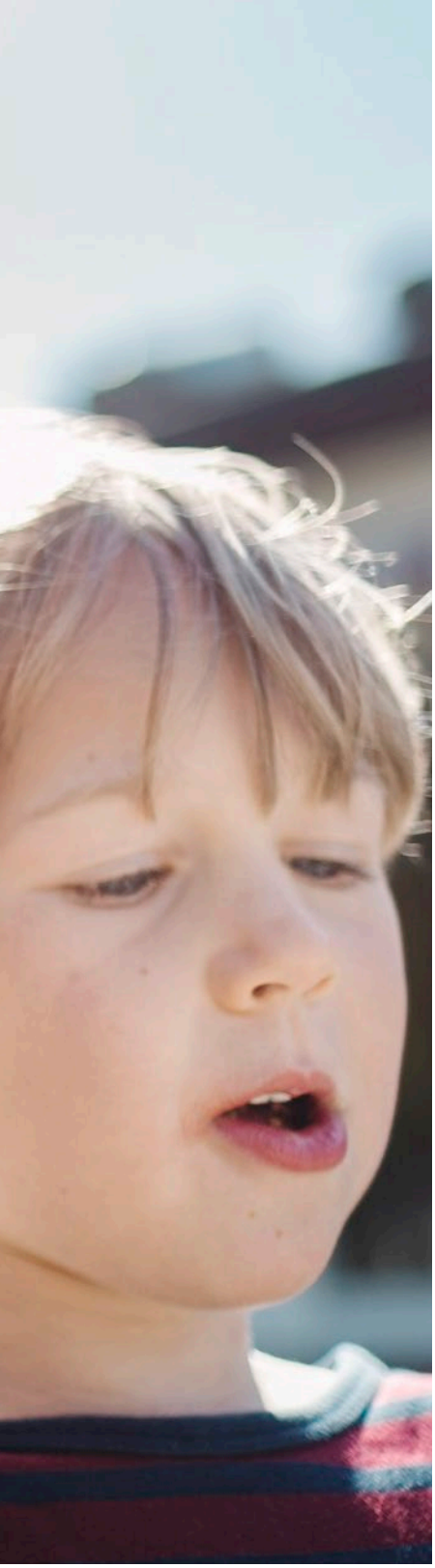
Già nel 2013, la Banca Raiffeisen Seerücken aveva affiancato la soluzione di successione interna alla famiglia dal padre Max al figlio Samuel Eschler. Grazie a questa relazione maturata nel corso degli anni, il consulente alla clientela Raiffeisen Sven Nussbaum conosceva personalmente l'imprenditore e molto bene anche la situazione aziendale della Eschler Fahrzeugbau AG. Insieme alla società fiduciaria di Samuel Eschler, la steffen rausch kessler ag weinfelden, è riuscito a sviluppare una soluzione su misura per il finanziamento. A seguito di questa acquisizione, la Eschler Fahrzeugbau è passata da 40 a oltre 60 collaboratori. «Ora stiamo potenziando la nostra offerta di servizi e introducendo nuove strutture e nuovi processi», afferma Samuel Eschler. «Per la nostra azienda familiare l'acquisizione ha rappresentato un significativo passo verso il futuro, cui guardo con fiducia.» ■

**«Per noi, Raiffeisen è stata un partner affidabile nel regolamento della successione e nell'acquisizione.»**

**Samuel Eschler**
Direttore
Eschler Fahrzeugbau AG

# Responsabilità

**Che si tratti di sostenere iniziative locali in ambito sportivo e culturale, di tener conto della protezione del clima nelle nostre strategie d'investimento o di promuovere la diversità e le pari opportunità in azienda, nel nostro agire vogliamo coniugare aspetti economici, ecologici e sociali.**



Strategia di sostenibilità

# Ampliare l'impatto positivo

Non vivere né oggi né domani a spese delle generazioni future: ecco come Raiffeisen interpreta il concetto di sostenibilità. Raiffeisen vuole operare con successo a lungo termine in linea con uno sviluppo sostenibile.

Per Raiffeisen in quanto azienda, sostenibilità significa agire in modo responsabile tenendo conto, oltre che dell'impatto economico, anche di quello ecologico e sociale. Quale istituto finanziario organizzato in modo responsabile e cooperativo, il nostro obiettivo è rafforzare costantemente la nostra performance di sostenibilità. In tal senso, il Gruppo bancario si concentra su cinque campi tematici:

**Prodotti e servizi sostenibili**
Sempre più clienti richiedono prodotti e servizi sostenibili. Pertanto, Raiffeisen rafforza e amplia costantemente la sua gamma di tali prodotti e servizi.

**Atteggiamento aperto ed equo nei confronti della clientela**
Curiamo un rapporto aperto ed equo con i nostri clienti. Ciò comporta soluzioni e servizi comprensibili, un rapporto qualità/prezzo equo e prezzi trasparenti. La protezione dei dati dei clienti affidatici, ha per noi la massima priorità. I nostri sondaggi, condotti annualmente tra la clientela, evidenziano un'elevata e costante soddisfazione riguardo a correttezza e trasparenza e una percezione chiaramente positiva nell'ambito di sostenibilità e responsabilità.

**Diversità e competenza dei collaboratori**
Il Gruppo bancario offre ai suoi collaboratori ampie possibilità di perfezionamento e sviluppo. Rispecchiamo nella nostra azienda la varietà della società, misuriamo e rafforziamo la diversità dei nostri collaboratori a tutti i livelli. Non tolleriamo alcuna discriminazione.

**Successo nel lungo termine**
Quale Banca cooperativa, creiamo plusvalore a lungo termine per la nostra clientela, i nostri collaboratori, investitori e altri partner. Raiffeisen è per tutti loro un partner indipendente e affidabile. Il capitale cooperativo viene remunerato equamente.

**«Quale Banca responsabile rafforziamo la sostenibilità dei nostri prodotti e servizi.»**

**Christian Hofer**
Responsabile Sostenibilità, Politica & Cooperativa Raiffeisen Svizzera

**Contenimento del cambiamento climatico**
Raiffeisen si impegna attivamente per una Svizzera clima-neutrale e per il rispetto degli obiettivi dell'Accordo di Parigi. Sosteniamo l'obiettivo di «zero emissioni nette» della Svizzera entro il 2050. Raiffeisen misura le proprie emissioni e le comunica in modo trasparente. Non vogliamo ridurre solo le emissioni dovute alle nostre attività, ma anche quelle legate ai nostri servizi finanziari. Dal 2020 Raiffeisen compensa tutte le emissioni $CO_2$ rimanenti, non riducibili, con l'acquisto di crediti di emissione da progetti destinati alla protezione del clima. Inoltre, quale socio fondatore della Fondazione Svizzera per il clima, supportiamo le innovazioni delle PMI per la protezione del clima. ■

Ridurre le emissioni dovute alle attività aziendali

# Insieme per la protezione del clima

Il Gruppo Raiffeisen si impegna per la protezione del clima e per l'efficienza energetica: mediante misure concrete, le diverse sedi svizzere riducono le loro emissioni. Come ha proceduto in questo ambito la Banca Raiffeisen del Vedeggio a Gravesano?

Presso la Banca Raiffeisen del Vedeggio, a Gravesano, recentemente ristrutturata, balza subito all'occhio l'importanza attribuita al concetto di «verde». La facciata esterna è ornata da una vegetazione verticale che si estende per diversi metri, che non ha però solo una funzione decorativa: le piante fanno ombra alla facciata in estate e hanno un effetto isolante in inverno. I rami, le foglie e il muschio fungono da impianto di climatizzazione naturale, offrendo un habitat a insetti e uccelli.

Il verde continua anche dietro la facciata: nell'accogliente cortile interno sono stati piantati alberi e cespugli e installati posti a sedere in legno di castagno autoctono. Qui i collaboratori possono condurre colloqui di consulenza in un'atmosfera rilassata. «Queste misure a favore della sostenibilità ambientale sono accolte molto positivamente, tanto dai nostri clienti quanto dai nostri collaboratori», afferma Roberto Rossi, Presidente della Direzione. «Strutturando in questo modo gli esterni, vogliamo dare inoltre un segnale visibile del nostro impegno – e creare plusvalore per l'ambiente circostante la sede.»

**«Una sede vicina alla natura, energeticamente risanata: ecco come lanciamo un segnale per la protezione del clima.»**

**Roberto Rossi**
Presidente della Direzione
Banca Raiffeisen del Vedeggio, Gravesano

**Produzione di corrente propria sul tetto**

Meno appariscente, ma altrettanto importante: nell'edificio è stato installato un impianto domotico che gestisce in modo efficiente, dal punto di vista energetico, processi quali riscaldamento, raffreddamento e aerazione. E la misura probabilmente più efficace per ridurre le emissioni di $CO_2$: sul tetto sono stati installati 440 collettori solari che producono corrente per l'attività della Banca.

**Raccomandazioni di intervento per il risparmio energetico**
Nell'autunno 2022, Raiffeisen Svizzera ha elaborato all'attenzione delle 220 Banche Raiffeisen e delle 803 sedi un catalogo dettagliato di misure a effetto immediato e a medio termine nonché di raccomandazioni d'intervento per il risparmio energetico. Ne sono esempi l'ottimizzazione del sistema di aerazione, lo spegnimento di grandi schermi al di fuori degli orari di apertura degli sportelli o la sostituzione di boiler elettrici con pompe di calore. Le Banche Raiffeisen decidono autonomamente quali misure attuare, mostrando il loro impegno a favore della protezione del clima: in questo modo Raiffeisen è riuscita a ridurre le sue emissioni negli ultimi dieci anni in misura sostanziale. ■

Maggiori informazioni sulla protezione del clima e sull'efficienza energetica al link **report.raiffeisen.ch/clima**

**100%**

corrente da **energia rinnovabile**

**1.76** GWh

**di corrente** è quanto hanno prodotto le Banche Raiffeisen nel 2022 con **impianti fotovoltaici** sui tetti dei loro edifici

Eroilocali: «La maglia verde»

## Associazioni unite per il clima

**Lunghe trasferte, molta corrente elettrica per riflettori e impianti di irrigazione: lo sport è un'attività ad alto consumo energetico. «La maglia verde» supporta le associazioni sportive nel migliorare la loro efficienza energetica. Raiffeisen promuove il progetto attraverso la sua piattaforma di crowdfunding eroilocali.ch.**

Il colore dominante nel calcio è il verde, purché il tappeto erboso sia regolarmente innaffiato. Ma quanto è verde il calcio in materia di sostenibilità? Ogni grande stadio possiede riflettori e impianti di irrigazione necessari all'illuminazione e alla cura del prato. L'energia necessaria al funzionamento di questi impianti è cara, e lo diventerà ancor più a causa della crisi energetica. E questo non solo per le leghe professionistiche, ma anche per le numerose associazioni amatoriali che utilizzano i riflettori per gli allenamenti serali.

Il calcio è solo un esempio: in Svizzera ci sono oltre 18'000 associazioni sportive con circa 2.8 milioni di membri. Qui entra in gioco «La maglia verde». Il progetto riunisce e fornisce consulenza a club sportivi che vogliono fare grandi passi avanti in materia di sostenibilità.

Se un'associazione aderisce, «La maglia verde» inizia dapprima con una consulenza energetica gratuita e un chiarimento delle necessità. Successivamente vengono definiti progetti concreti: può in tal caso trattarsi di un acquisto, ad esempio di un impianto di riflettori ottimizzato. Oppure di cambiamenti comportamentali, quali il ricorso al car pooling al posto dei viaggi individuali. Se le associazioni intendono attuare misure che comportano spese, possono raccogliere i fondi necessari tramite crowdfunding su eroilocali.ch. Raiffeisen sostiene tali progetti con importi fino a CHF 5'000.

Quale società cooperativa, Raiffeisen si impegna per la sostenibilità ed è partner principale di «La maglia verde». L'iniziativa nazionale è patrocinata da «SvizzeraEnergia», un programma dell'Ufficio federale dell'energia. ■

Maggiori informazioni ai link
**dasgruenetrikot.ch**
**eroilocali.ch**

Community Diversity & Inclusion

# La diversità stimola innovazione e creatività

**Raiffeisen apprezza la diversità dei propri collaboratori e promuove l'inclusione: sono proprio le variegate prospettive, esperienze e competenze di ognuno che ci caratterizzano come Banca cooperativa.**

Raiffeisen è presente in 803 sedi in tutte le regioni linguistiche della Svizzera: radicata in un paese dalla società varia e multiculturale. Questa diversità, Raiffeisen la riproduce nell'azienda. Per acquisire, promuovere e fidelizzare collaboratori di talento, Raiffeisen favorisce un ambiente di lavoro inclusivo, in cui uomini e donne si incontrano da pari a pari, un coming out sul posto di lavoro non pone problemi, le persone con disabilità trovano supporto, si impara volentieri una lingua straniera e le diverse generazioni si confrontano tra loro.

**29.3%**

è la **quota femminile nei quadri** a livello di Gruppo (esercizio precedente: 28.5 per cento)

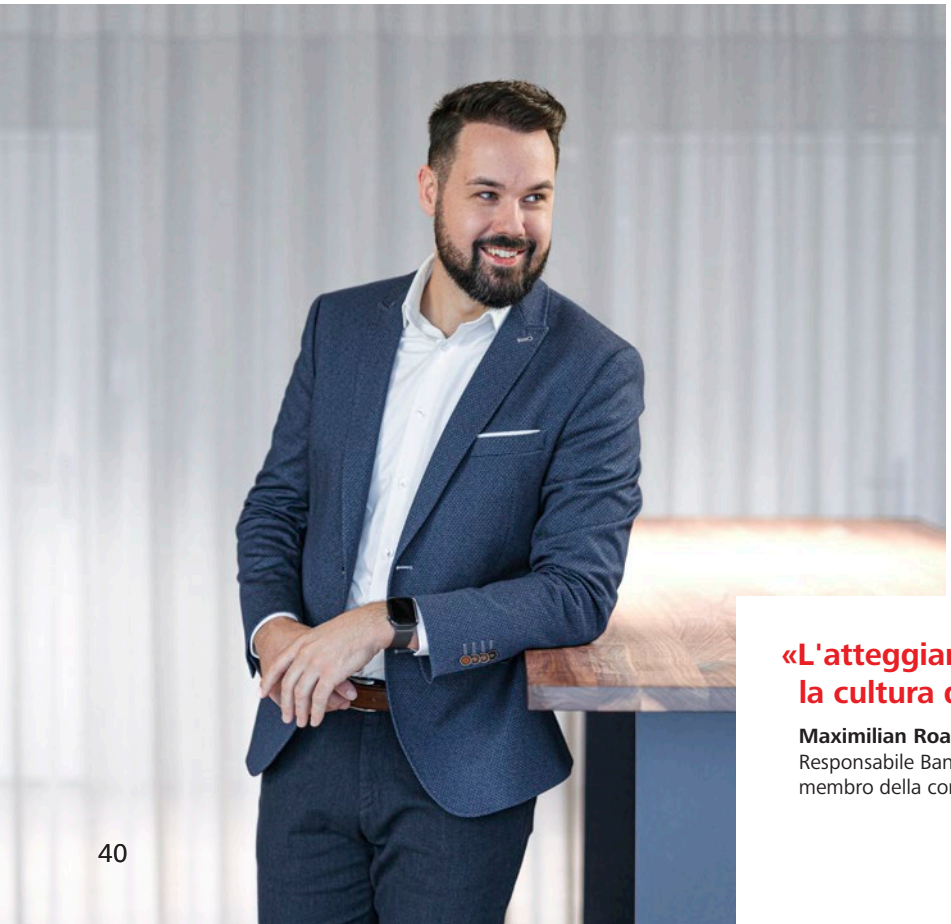
**200**

**collaboratori** hanno già aderito a una delle tre community nell'arco di 12 mesi

«Per noi è importante che i collaboratori possano essere autentici. Per questo motivo la nostra cultura è caratterizzata da stima, rispetto reciproco e tolleranza zero nei confronti delle discriminazioni», afferma Karin Schmidt, Responsabile Human Resources. «Inoltre, quando in un team lavorano persone del tutto diverse, ciò stimola la nostra forza innovativa e la nostra creatività.»

Per rafforzare la diversità, i collaboratori Raiffeisen hanno costituito varie community Diversity & Inclusion, che sono aperte a tutti i collaboratori e offrono spazio per scambio di esperienze, supporto e networking, indipendentemente da sedi, settori o gerarchie. Nell'arco di dodici mesi, vi hanno già aderito oltre 200 collaboratori.

**Unique**
Unique si impegna per un rapporto equilibrato tra i sessi e per la promozione mirata delle donne. Per questo, la community si impegna soprattutto per la promozione dei talenti, la trasparenza, l'empowerment, la visibilità, modelli di orario di lavoro moderni e vicinanza alle famiglie. I collaboratori possono fare rete su diverse piattaforme e partecipare a eventi e discussioni. Una cultura che promuove le donne non solo beneficia del loro potenziale, ma incrementa anche il successo e l'innovazione di un'organizzazione.



**«L'atteggiamento di Raiffeisen sostiene la cultura delle pari opportunità.»**

**Maximilian Roas**
Responsabile Bank Services della Banca Raiffeisen Rigi e membro della community Queer

**«Mi impegno a promuovere la diversità linguistica e culturale e la sua visibilità presso Raiffeisen.»**

**Elodie Schwab**
Specialista Comunicazione live digitale Raiffeisen Svizzera
e membro della community Lingue & Cultura

**Lingue & Cultura**
La community Lingue & Cultura si impegna per la visibilità e la promozione della diversità linguistica e culturale. Per gli appassionati delle lingue e coloro che si interessano alla cultura, vengono, tra l'altro, organizzati incontri per un caffè o un pranzo informali, in cui si parla esclusivamente francese o italiano. In tal modo è possibile arricchire in modo stimolante le proprie competenze nelle lingue straniere.

**Community Queer**
La community Queer si impegna a favore della visibilità e del riconoscimento delle esigenze specifiche LGBTQ+. Il tema principale è la sensibilizzazione di collaboratori e dirigenti. L'obiettivo è la sensibilizzazione alle esigenze LGBTQ+ e la promozione di una cultura aziendale aperta, rispettosa e inclusiva. La community funge da punto di riferimento per domande relative al tema LGBTQ+ e organizza per i suoi membri eventi, quali conferenze o visite a esposizioni in gruppo. ■

**«La promozione delle donne è per me una questione di giustizia e, oggigiorno, una necessità economica.»**

**Sena Lazarevic**
Collaboratrice Management Office Raiffeisen Svizzera e
membro della community Unique

Formazione e perfezionamento professionale

# Primeggiare grazie alla formazione

Presso Raiffeisen, i collaboratori devono poter sfruttare i propri talenti. A tale scopo, con offerte di perfezionamento individuali apriamo molte strade, promuovendo l'idea dell'apprendimento continuo. Ai giovani rendiamo possibile un efficace accesso al mondo professionale.

Il mondo intorno a noi cambia molto rapidamente, ponendoci ogni giorno di fronte a nuove sfide. Per affrontarle occorre consolidare competenze esistenti e acquisirne di nuove. Al fine di sostenere in modo ottimale i collaboratori nel loro sviluppo professionale e renderli capaci di avere successo in un contesto dinamico, Raiffeisen promuove l'apprendimento continuo.

A tale scopo i collaboratori possono avvalersi del portale didattico online «Raiffeisen Academy». Attraverso un'ampia gamma di programmi di formazione e di sviluppo interni ed esterni, intendiamo offrire a tutti i collaboratori la possibilità di realizzarsi personalmente. Un esempio è RAIexpert, che si rivolge a dirigenti, esperti e specialisti. In primo piano, vi sono in questo caso soprattutto competenze di comunicazione e personali. Il programma d'incentivazione individuale RAIMentoring, orientato alla pratica, riunisce sparring partner: collaboratori e specialisti esperti. Per il mentoring si mettono a disposizione Membri della Direzione e personale dei quadri superiori di Raiffeisen Svizzera, nonché Presidenti della Direzione delle Banche Raiffeisen. Raiffeisen sostiene inoltre i collaboratori che desiderano conseguire un CAS Gestione nel banking.

Per acquisire e promuovere giovani talenti, Raiffeisen offre un programma per trainee e pone un particolare accento sulla gestione dei talenti. Inoltre, anno dopo anno, Raiffeisen forma numerosi giovani: nell'estate 2022 hanno, ad esempio, portato a termine con successo la loro formazione presso Raiffeisen 207 apprendisti. Non si tratta esclusivamente di impiegati di commercio AFC settore Banca, ma di svariate formazioni professionali: da specialisti in informatica con indirizzo professionale nello sviluppo di applicazioni o tecnica di sistema a specialisti ICT fino a impiegati di commercio Servizi e Amministrazione. ■

**17.9** milioni di CHF

è la somma investita da Raiffeisen nel 2022 per **la formazione e il perfezionamento** dei suoi collaboratori

**909**

**corsi** sono stati svolti **via Raiffeisen Academy**

**106'336**

sono le **ore** di formazione e di perfezionamento di cui hanno beneficiato i collaboratori

**«Nell'officina di apprendimento approfondisco e analizzo, insieme ad altri apprendisti, idee creative e interessanti progetti interdisciplinari. Questo scambio è per me fonte di ispirazione e di insegnamento e mi fa evolvere.»**

**Silvio Koster**
Apprendista mediamatico al 4° anno di apprendistato, Raiffeisen Svizzera

**«Mentoring, per me, significa uscire dal business di tutti i giorni e ricevere nuovi stimoli professionali e umani a livello interdisciplinare.»**

**Andrea Steinmann Mascaro**
Responsabile Clientela aziendale e immobiliare
Vicepresidente della Direzione, Banca Raiffeisen Zürich

**«RAIexpert mi ha dato la possibilità di perfezionare diverse sfaccettature dei miei punti di forza personali e professionali.»**

**Anita Skritek-Deim**
Responsabile servizio Quantitative Risk Modelling,
Raiffeisen Svizzera

**«Grazie alla buona assistenza della mia Banca Raiffeisen e di Raiffeisen Svizzera, il mio inizio di carriera come trainee è stato perfettamente adeguato alle mie competenze e alle mie aspettative.»**

**Thibaud Salamin**
Consulente alla clientela Banca Raiffeisen
de Sierre et Région

# Impressum

Raiffeisen Svizzera società cooperativa
Comunicazione del Gruppo
Raiffeisenplatz
CH-9001 San Gallo
Telefono: +41 71 225 84 84
Internet: raiffeisen.ch
E-mail: media@raiffeisen.ch

Chiusura redazionale: 28 marzo 2023
Pubblicazione: 21 aprile 2023

**Lingue**
Tedesco, francese e italiano. È determinante la versione tedesca.

**Resoconto**
Il resoconto è composto dal rapporto di gestione 2022 del Gruppo Raiffeisen (suddiviso in relazione annuale, corporate governance, chiusura annuale, informativa al pubblico), dal rapporto di gestione 2022 di Raiffeisen Svizzera, dalla rivista dedicata all'esercizio 2022, dalla informativa al pubblico del Gruppo Raiffeisen al 31.12.2022, dall'indice dei contenuti GRI 2022 e dall'informativa sul clima secondo le raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) 2022. Tutte le pubblicazioni sono disponibili anche online al link:

**report.raiffeisen.ch**

**Concezione**
Raiffeisen Svizzera società cooperativa, San Gallo
phorbis Communications SA, Basilea

**Redazione in capo**
Raiffeisen Svizzera società cooperativa, San Gallo

**Testo**
Raiffeisen Svizzera società cooperativa, San Gallo

**Layout e composizione**
phorbis Communications SA, Basilea

**Traduzione**
24translate Schweiz GmbH, San Gallo
Raiffeisen Suisse société coopérative, Sede Svizzera romanda, Losanna
Raiffeisen Svizzera società cooperativa, Sede Svizzera italiana, Bellinzona

**Fotografia**
Marc Wetli, Küsnacht
Raiffeisen Svizzera società cooperativa, San Gallo

**Nota sulle dichiarazioni previsionali**
La presente pubblicazione contiene dichiarazioni previsionali che rispecchiano stime, ipotesi e previsioni di Raiffeisen Svizzera società cooperativa al momento della redazione della pubblicazione stessa. A seguito di rischi, incertezze e altri fattori rilevanti, i risultati futuri possono divergere in misura considerevole dalle dichiarazioni previsionali. Raiffeisen Svizzera società cooperativa non è tenuta ad aggiornare le dichiarazioni previsionali della presente pubblicazione.

myclimate neutral Stampato
myclimate.org/01-23-247544

FSC www.fsc.org MISTO Carta | A sostegno della gestione forestale responsabile FSC® C016087

stampato in svizzera

Maggiori informazioni sono disponibili al link

**report.raiffeisen.ch**

## Grazie per la vostra fiducia.

**Con noi per nuovi orizzonti**