

Per un'etica mondiale



A MISURA D'UOMO

L'etica, e in particolare l'applicazione dei principi etici da parte delle aziende svizzere, rimane troppo spesso solo una dichiarazione d'intenti. Questo poco confortante dato di fatto è emerso da un sondaggio condotto dall'Istituto Lassalle di Zug, che ha interpellato duemila top-manager sul tema dell'etica (cfr. «Panorama» di aprile 2002).

E il Gruppo Raiffeisen? Fino a che punto applica un comportamento responsabile in materia di denaro e di rapporti umani? Qual è il contributo delle Banche Raiffeisen alla realizzazione di un mondo più equo e di una vita più dignitosa?

UNA FILOSOFIA VINCOLANTE
«Banca ed etica non sono due concetti in antitesi», spiega Pierin Vincenz, «ma molto dipende dal modo in cui viene svolta l'attività bancaria». Il Gruppo Raiffeisen si attiene scrupolosamente ad alcune regole fondamentali, che hanno un effetto positivo sull'etica aziendale. La prima regola è la moderazione. A dif-

Molte AZIENDE svizzere si sono dotate di un CODICE ETICO, la cui applicazione lascia però spesso molto a desiderare. La Raiffeisen, invece, si adopera con successo per essere all'altezza dei suoi principi etici.

ferenza di molti altri istituti e società, le cooperative Raiffeisen non si sono votate al principio dello shareholder-value. L'utile conseguito serve a finanziare gli investimenti nella tecnologia, a costituire riserve e anche alla remunerazione dell'impegno profuso dai soci nella loro cooperativa.

Oltre un milione di persone beneficiano pertanto di questi vantaggi, che in media corrispondono a qualche centinaio di franchi per socio. Si tratta di vantaggi concreti, quali il conto privato esente da spese, il punto percentuale in più dell'interesse del conto risparmio soci, le carte ec/Maestro e Visa rilasciate gratuitamente (per il primo anno), il Passaporto per i musei svizzeri e il biglietto per

l'Expo.02 a metà prezzo. Il concetto di moderazione si applica anche alla retribuzione e alle indennità dei direttori di banca e dei presidenti dei consigli di amministrazione: gli stipendi da capogiro o le buonuscite milionarie dei manager, che tanto clamore hanno destato negli scorsi mesi, sono impensabili alla Raiffeisen.

La «realizzazione dell'ideale cooperativo» è la seconda regola fondamentale indicata da Pierin Vincenz. Essendo proprietario della sua banca, il socio Raiffeisen concorre alla definizione della politica aziendale adottata dall'istituto. «Da noi la centralità dell'individuo non è uno slogan», osserva Pierin Vincenz, «bensì la filosofia alla base della nostra attivi-

tà». La terza regola è il raggruppamento degli istituti Raiffeisen in seno all'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen (USBR), che permette di sfruttare le sinergie e i vantaggi di una grande banca, garantendo in tal modo la sicurezza e l'equilibrio.

PRODOTTI E SVILUPPO SOSTENIBILE
La Raiffeisen tiene in sempre maggiore considerazione la gestione sostenibile delle risorse e per questo motivo ha ampliato la gamma dell'offerta con due nuovi prodotti a sfondo ecologico. Da maggio 2001, la clientela sensibile alle questioni ambientali ha la possibilità di investire in quattro fondi (Futura-fonds), amministrati in base al principio della sostenibilità, nel senso che rispondono anche a criteri ecologici e sociali, oltre che a quelli economici. A un anno dal lancio, essi registravano già un volume di circa 170 milioni di franchi. Questo successo è la dimostrazione che la domanda di prodotti sostenibili da parte della clientela è una realtà.

IMPEGNO IN SVIZZERA E ALL'ESTERO
Nell'estate del 2000, in occasione del centenario delle Banche Raiffeisen svizzere, il Grup-

po Raiffeisen ha istituito la Fondazione del Giubileo, quale segno di riconoscimento nei confronti del popolo svizzero. Lo scopo della fondazione è il co-finanziamento dei progetti di interesse collettivo e di concreta utilità per la popolazione. Tra gli obiettivi perseguiti, il sostegno ai progetti per la promozione dell'etica nell'economia è una priorità assoluta.

Ma la Raiffeisen Svizzera è socialmente impegnata anche all'estero: da tre decenni sostiene finanziariamente la costruzione di Banche Raiffeisen in Ruanda, uno dei paesi più poveri dell'Africa (cfr. p. 42). In Romania, il Gruppo Raiffeisen mette a disposizione il suo know how per lo sviluppo del sistema bancario.

Nel 1995, il presidente della Confederazione Kaspar Villiger ha così descritto il nostro movimento: «La Raiffeisen ha introdotto il buon senso nel mondo bancario». Un principio a cui intendiamo attenerci anche in futuro.

■ JEANNETTE WILD