SPARKASSE
CASSA DI RISPARMIO

Documento Policy

Claim etici

Il contenuto del presente documento è strettamente riservato e di proprietà intellettuale del Gruppo Cassa di Risparmio di Bolzano

SPARKASSE
CASSA DI RISPARMIO

Indice

Per reperire più rapidamente i contenuti di interesse, posizionarsi sulla sezione dell´Indice prescelta e utilizzare la combinazione “tasto ctrl + clic del mouse” per andare alla sezione dedicata.

1.	Premessa	3
2.	Obiettivi del documento	3
3.	Ambito di Applicazione	3
4.	Definizioni	3
5.	Principi e requisiti generali del Claim Etico	4
5.1.	Principio dell’affidabilità	4
5.2.	Principio della trasparenza	4
5.3.	Principio della pertinenza	4
5.4.	Principio del coinvolgimento delle parti interessate	4
5.5.	Principio dell’equità	4
5.6.	Requisiti per asserzioni etiche comparative	5
6.	Procedure	5
7.	Esempio di Claim Etico	5
8.	Monitoraggio e Revisione	6
9.	Riferimenti utili Errore. Il segnalibro non è definito.	
10.	Contesto normativo interno	6
11.	Contesto normativo esterno	6
12.	Storia delle modifiche	7

Il contenuto del presente documento è strettamente riservato e di proprietà intellettuale del Gruppo Cassa di Risparmio di Bolzano

1. Premessa

La presente policy ha lo scopo di definire le linee guida per l'implementazione e la gestione dei claim (affermazioni) etici in conformità alla Direttiva Europea 2024/825 e alla norma ISO/ITS 17033:2020. La policy è applicabile a tutte le unità aziendali e ai dipendenti coinvolti nella comunicazione e nella promozione dei prodotti e servizi dell'azienda.

La presente policy si applica alle due Banche del Gruppo e a Sparim (di seguito “Gruppo” se non diversamente specificato).

Il presente documento è stato redatto con un linguaggio neutro rispetto al genere che linguisticamente corrisponde al maschile, ma che vuole essere inclusivo e rappresentativo di ogni genere.

2. Obiettivi del documento

La presente policy propone di raggiungere i seguenti obiettivi: garantire la conformità alle normative europee e internazionali sui claim etici, che sono fondamentali per la reputazione e la responsabilità sociale del Gruppo; promuovere la trasparenza e l'integrità nelle comunicazioni aziendali, per creare fiducia e valore con i clienti e gli stakeholder; assicurare che tutti i claim etici siano verificabili e supportati da evidenze concrete, per evitare il rischio di greenwashing o di altre pratiche ingannevoli.

3. Ambito di Applicazione

Il presente documento si applica a tutte le comunicazioni aziendali, inclusi comunicati stampa, materiali di marketing, pubblicità, e dichiarazioni pubbliche. Si applica anche a tutte le comunicazioni online, come il sito web, i social media, le newsletter, ecc.

4. Definizioni

Nel contesto della presente policy, si intendono per:

- Claim Etico: qualsiasi dichiarazione che riguarda aspetti etici, sociali o ambientali di un prodotto o servizio, come ad esempio il rispetto dei diritti umani, la tutela degli animali, l'impatto ambientale, la responsabilità sociale ecc.
- Verifica: il processo di conferma che un claim etico è supportato da evidenze concrete e verificabili, come ad esempio certificazioni, standard, indicatori, audit, report, ecc.
- Asserzione etica: dichiarazione, simbolo o grafica che dichiara uno o più aspetti etici di un prodotto, processo o servizio Etico, che concerne i costumi, il comportamento morale.

Il contenuto del presente documento è strettamente riservato e di proprietà intellettuale del Gruppo Cassa di Risparmio di Bolzano

5. Principi e requisiti generali del Claim Etico

5.1. Principio dell'affidabilità

Requisiti dei claim etici:

- essere accurati e non fuorvianti;
- prendere in considerazione l'idoneità allo scopo del prodotto o servizio per assicurare che l'asserzione etica non mascheri delle prestazioni inadeguate;
- essere coerenti al fine di agevolare gli utilizzatori nell'effettuare scelte informate;
- essere concreti;
- avere una base comprovata e verificabile;
- comunicare informazioni corrette e attendibili riguardanti la durabilità del bene in questione senza confondere i consumatori.

5.2. Principio della trasparenza

Requisiti dei claim etici:

- essere supportati da informazioni documentate e verificabili che siano disponibili al pubblico;
- fornire adeguate informazioni di supporto che siano accurate e non fuorvianti;
- evitare esagerazioni e omissioni di fatti;
- presentare le informazioni in maniera tale da essere comprensibili per l'individuo medio al quale sono dirette mettendo in evidenza i principi etici. Evitare che le informazioni non ingenerino una interpretazione scorretta;
- evitare di formulare un'asserzione ambientale concernente il prodotto nel suo complesso o l'attività dell'operatore economico nel suo complesso quando in realtà riguarda soltanto un determinato aspetto del prodotto o un elemento specifico e non rappresentativo dell'attività dell'operatore economico.

5.3. Principio della pertinenza

Requisiti dei claim etici:

- essere pertinenti all'area dove ha luogo il corrispondente impatto etico;
- essere rivalutati e aggiornati, per quanto necessario, al fine di riflettere i cambiamenti relativi alla tecnologia, ai prodotti dei concorrenti o ad altre circostanze che potrebbero alterare l'accuratezza dell'asserzione;
- evitare caratteristiche che sono irrilevanti e non direttamente connesse ad alcuna caratteristica del prodotto specifico o dell'impresa in questione e che potrebbero indurre i consumatori a credere che siano più vantaggiosi per i consumatori, l'ambiente o la società rispetto ad altri prodotti o imprese di operatori economici dello stesso tipo.

5.4. Principio del coinvolgimento delle parti interessate

Requisiti dei claim etici:

- riconoscere e preservare le conoscenze tradizionali e locali che contribuiscono alla protezione ambientale e al benessere umano;
- implicare approcci collaborativi che accrescono l'accettazione e la credibilità tra tutte le parti interessate;
- incentivare scelte consapevoli da parte dell'interessato a favore del consumo sostenibile.

5.5. Principio dell'equità

Requisiti dei claim etici:

- adottare un approccio precauzionale;

Il contenuto del presente documento è strettamente riservato e di proprietà intellettuale del Gruppo Cassa di Risparmio di Bolzano

- fornire informazioni che siano pertinenti alle effettive circostanze;
- incentivare comportamenti equilibrati.

5.6. Requisiti per asserzioni etiche comparative

Le asserzioni etiche comparative possono anche essere formulate in riferimento all'evoluzione di un'organizzazione nel tempo. I confronti tra asserzioni etiche nel tempo sono denominati monitoraggio delle prestazioni (performance tracking).

Il confronto deve essere svolto utilizzando una metodologia riconosciuta e, ove pertinente, a fronte di norme tecniche riconosciute a livello internazionale.

Qualora sia stata formulata un'asserzione etica comparativa relativa ad un miglioramento, questa deve essere specifica e rendere chiare le basi per il confronto. In particolare, l'asserzione etica deve essere pertinente in termini di come un qualsiasi miglioramento sia stato recentemente conseguito.

6. Procedure

Le primarie procedure di identificazione ed utilizzo dei claim etici devono tenere in considerazione alcuni aspetti che si riferiscono in primis all'identificazione e documentazione di tutti i claim etici che si intendono utilizzare, specificandone le fonti, le modalità e le finalità di tali dichiarazioni.

Successivamente è necessario verificare ogni claim etico per assicurarsi che sia supportato da evidenze concrete e verificabili, come ad esempio certificazioni, standard, audit, report, ecc. Se necessario si può anche richiedere una verifica esterna da parte di un ente accreditato o di una terza parte indipendente.

Infine, bisogna comunicare ed utilizzare nelle diverse applicazioni i claim etici in modo chiaro e trasparente, fornendo i riferimenti alle prove che li sostengono e rispettando le normative tempo per tempo vigenti in materia di etichettatura e pubblicità.

7. Esempio di Claim Etico

Di seguito si riporta un esempio di utilizzo di claim etico, corredato dalla relativa descrizione e dalle evidenze a supporto del fatto che lo si possa utilizzare.

Claim Etico: "Scegli Sparkasse Card, la prima carta di debito Sparkasse in legno da filiera sostenibile."

Descrizione: Questo claim etico indica che il prodotto è stato realizzato utilizzando materiali provenienti da una filiera sostenibile. La verifica di questo claim è stata effettuata attraverso un processo di accertamento con il fornitore del prodotto che ha confermato l'origine, la composizione, la lavorazione e il trasporto dei materiali utilizzati.

Evidenze di Supporto:

- Certificazioni dei fornitori che attestano l'origine dei materiali e della filiera sostenibile.
- Eventuale report di audit indipendenti che confermano la composizione dei materiali.
- Ulteriore documentazione a supporto.

Raccolta delle Evidenze:

- Certificazioni dei fornitori.

Il contenuto del presente documento è strettamente riservato e di proprietà intellettuale del Gruppo Cassa di Risparmio di Bolzano

- Eventuale report di audit indipendenti che confermano la composizione dei materiali. Eventuale documentazione che traccia il processo di produzione e l'utilizzo dei materiali riciclati.

Asserzioni ambientali generiche:

- evitare la formulazione di un'asserzione ambientale generica in assenza di un'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali pertinenti all'asserzione. Se la specificazione dell'asserzione ambientale è fornita in termini chiari ed evidenti tramite lo stesso mezzo, quale il medesimo annuncio pubblicitario, la confezione del prodotto o l'interfaccia di vendita online, l'asserzione ambientale non è considerata un'asserzione ambientale generica.
  Esempi di asserzioni ambientali generiche comprendono: «rispettoso dell'ambiente», «ecocompatibile», «verde/green», «amico della natura», «ecologico», «rispettoso dal punto di vista ambientale», «rispettoso dal punto di vista del clima», «che salvaguarda l'ambiente», «rispettoso in termini di emissioni di carbonio», «efficiente sotto il profilo energetico», «biodegradabile», «a base biologica» o asserzioni analoghe che suggeriscono o danno l'impressione di un'eccellenza delle prestazioni ambientali.
- evitare di formulare un'asserzione generica come «consapevole», «sostenibile» o «responsabile» basata esclusivamente sull'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali, in quanto tali asserzioni riguardano altre caratteristiche, oltre a quelle ambientali, come le caratteristiche sociali.

Diffusione ed utilizzo:

- Una volta convalidato, il claim etico viene comunicato in modo chiaro e trasparente nei materiali di marketing, includendo riferimenti alle evidenze che supportano il claim.

8. Monitoraggio e Revisione

A causa del contesto di riferimento e delle costanti evoluzioni all'interno del mondo ESG, la presente policy sarà soggetta a revisione costante per garantire la continua conformità alle normative vigenti.

9. Contesto normativo interno

Nr.	Tipo documento	Titolo documento	Codice
[3]	Documento Policy	Policy di sostenibilità	23B007
[4]	Regolamento di gruppo	Sostenibilitá	23A028
[5]	Regolamento di gruppo	Codice etico	19B014
[6]	Documento Policy	Diversity, Equity & Inclusion	23B006
[7]	Regolamento di gruppo	Comunicazione esterna	23A007
[8]	Norma Operativa	Comunicazioni Esterne	17C007

10. Contesto normativo esterno

Nr.	Tipo documento	Titolo documento

Il contenuto del presente documento è strettamente riservato e di proprietà intellettuale del Gruppo Cassa di Risparmio di Bolzano

[1]	Direttiva Europea 2024/825	responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione
[2]	ISO/ITS 17033:2020	ISO Claim Etici

11. Storia delle modifiche

Versione 1 del 13.06.2025

Prima versione del documento

Il contenuto del presente documento è strettamente riservato e di proprietà intellettuale del Gruppo Cassa di Risparmio di Bolzano