

COMUNICATO STAMPA

**Banche: ABI, le iniziative del settore contro la violenza di genere**

Formazione, comunicazione, collaborazione. Lungo queste tre direttrici si muovono le iniziative del settore bancario contro la violenza di genere. Un impegno a cui le banche dedicano attenzione significativa e crescente.

Lo spaccato emerge dall'indagine "Violenza di genere: prevenzione e contrasto. Iniziative delle banche" promossa da ABI presso le associate rispetto alle attività realizzate dal settore bancario fino a settembre 2024. La rilevazione, a cui ha partecipato un campione di banche rappresentativo del 57% del settore in termini di totale attivo e del 61% in termini di numero di sportelli, evidenzia uno spaccato di 75 iniziative, oltre la metà attive tutto l'anno (55%), a testimonianza dell'impegno attivo e diffuso nel contrasto a questo grave fenomeno, sia a livello di gruppo sia di singole componenti.

"La violenza contro le donne richiede continua attenzione ed impegno condiviso - ha sottolineato Marco Elio Rottigni, Direttore generale di ABI, commentando i dati della rilevazione - Le numerose iniziative realizzate dalle banche hanno la finalità di favorire comprensione e riconoscimento di un fenomeno complesso che ha manifestazioni anche economiche poco conosciute. Un impegno che ABI sostiene, in coerenza con le sfide che guidano le sue attività. Promuovere pari opportunità e prevenzione della violenza è motore di crescita sociale".

Le iniziative per prevenire e contrastare la violenza di genere si inseriscono nell'ambito delle attività di inclusione e valorizzazione delle diversità sviluppate dal settore, tema al centro di *D&I in Finance*, il convegno annuale organizzato da ABI e realizzato da ABIeventi in terza edizione a Milano. L'impegno del mondo bancario nel contrastare la violenza di genere e ogni forma di discriminazione è testimoniato anche dalle iniziative, dalle misure e dagli strumenti condivisi con le Organizzazioni sindacali di settore sia a livello nazionale che nelle imprese e nei gruppi bancari.

**L'indagine**

Obiettivo della rilevazione è fornire una mappatura delle iniziative realizzate dalle banche in tema di prevenzione e contrasto alla violenza di genere anche in ambito domestico, in tutte le possibili declinazioni (fisica, economica, psicologica), riconducibili all'ambito del Protocollo ABI e FEduF (Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio costituita su iniziativa ABI nel 2014) con il Dipartimento per le Pari Opportunità presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri di ottobre 2023. Occasione che ha rafforzato l'impegno del settore in ambito di pari opportunità.

**Varietà delle iniziative**

Le iniziative rilevate dall'indagine sono state realizzate in autonomia dalle banche (27%) o in collaborazione con vari partner, tra cui enti del terzo settore, FEduF e ABI, ampliando l'impatto e favorendo una rete di supporto solida. Le attività includono formazione interna ed esterna (49%), eventi (29%), comunicazione (23%), canali di ascolto con personale esperto, normative e policy aziendali, raccolta fondi e soluzioni di prodotti e servizi dedicati per la clientela, attraverso un approccio multidimensionale.

Le principali iniziative realizzate sono riconducibili alle seguenti macrocategorie (risposte multiple)



### **Formazione interna e supporto al territorio**

Un'alta percentuale delle iniziative è rivolta al personale in azienda (85%), dimostrando l'importanza attribuita alla sensibilizzazione e alla formazione interna. Altri destinatari delle iniziative includono centri antiviolenza ed enti del terzo settore (37%), clienti (35%) e scuole (30%) a testimonianza dell'approccio intergenerazionale e del ruolo delle banche a supporto delle comunità. Inoltre, il 55% delle iniziative è attivo durante tutto l'anno, garantendo una presenza costante nell'attività contro la violenza di genere.

### **Modalità di svolgimento**

L'uso combinato di modalità in presenza e digitale (54,7%) mostra la volontà di raggiungere un pubblico quanto più ampio possibile, rispetto alle aree geografiche e comunità di riferimento. Quando in presenza, le iniziative si svolgono prevalentemente a livello comunale (60%); quando estendono la loro portata anche nel mondo digitale, la copertura si amplia a livello nazionale (55%) e anche estero.

### **Utilizzo di molteplici canali di comunicazione**

Le iniziative utilizzano vari canali di comunicazione, come intranet aziendale, siti web, social media, newsletters, app, piattaforme formative, podcast, radio, sportelli di ascolto, video pillole e infografiche, prevalendo un approccio integrato e moderno alla diffusione delle informazioni e alla sensibilizzazione.

Roma, 10 maggio 2025