

L'impegno di una scelta



 **GRUPPO MPS**

# Gli organi amministrativi e di controllo

## CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

**Giuseppe Mussari** Presidente

**Francesco Gaetano Caltagirone** Vice Presidente

**Ernesto Rabizzi** Vice Presidente

**Fabio Borghi** Consigliere

**Turiddo Campaini** Consigliere

**Lucia Coccheri** Consigliere

**Lorenzo Gorgoni** Consigliere

**Andrea Pisaneschi** Consigliere

**Carlo Querci** Consigliere

**Pierluigi Stefanini** Consigliere

## COLLEGIO SINDACALE

**Tommaso Di Tanno** Presidente

**Leonardo Pizzichi** Sindaco effettivo

**Pietro Fabretti** Sindaco effettivo

**Marco Turillazzi** Sindaco supplente

**Carlo Schiavone** Sindaco supplente

## DIREZIONE GENERALE

**Antonio Vigni** Direttore Generale

**Giuseppe Menzi** Vice Direttore Generale Vicario (Responsabile Group Service Center)

**Nicolino Romito** Vice Direttore Generale (Responsabile Private Banking e Wealth Management)

**Marco Morelli** Vice Direttore Generale (Responsabile Corporate Banking e Capital Markets)



## Lettera del Presidente e del Direttore Generale



# Lettera del Presidente e del Direttore Generale

**L**a ragion d'essere di un'azienda e al tempo stesso la sua prima responsabilità, anche sociale, rimane quella di far bene il proprio mestiere. Ciò nel primario interesse degli azionisti ma anche con evidenti riflessi positivi in termini di "interesse collettivo", contribuendo al buon andamento del sistema economico e alla creazione di ricchezza e di opportunità di occupazione.



E' questo, anche per noi, il sistema per coniugare l'interesse generale e la corretta conduzione aziendale, peraltro senza pensare di essere titolari di alcun mandato generale. Al contempo ogni soggetto economico deve poter avere a cuore l'interesse del proprio Paese, declinandolo secondo l'interpretazione propria del ruolo che ricopre.

Nel nostro caso ciò si traduce nella consapevolezza che si possono impegnare le energie di migliaia di persone al fine di rendere più moderno il sistema finanziario e con esso il tessuto imprenditoriale italiano, se tale sforzo trova completa



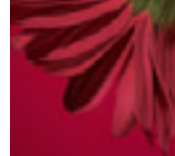
realizzazione all'interno di quello che possiamo per comodità definire interesse generale.

Per essere all'altezza di tale compito occorre innovare e crescere continuamente in efficienza e redditività. E' con lecita soddisfazione che possiamo affermare che, sotto questo profilo, anche nell'anno passato il Gruppo MPS ha certamente fatto la sua parte.

Anticipare il cambiamento per essere protagonisti oggi e nel futuro: è infatti rispetto a questa filosofia che è stato pensato il nuovo Piano Industriale 2006-2009.

La necessità di innalzare i nostri livelli di efficienza organizzativa e di capacità commerciale ha richiesto, nel 2006, di affrontare numerosi e gravosi impegni aggiuntivi che, è importante sottolinearlo, sono stati gestiti con grande professionalità dal management e dall'intero personale del Gruppo.

Di ciò sono chiara testimonianza i risultati conseguiti - utile e dividendi su livelli record - che, riteniamo, rispondono in pieno alle aspettative dei nostri azionisti. L'operazione strategica di joint venture assicurativa e i benefici patrimoniali frutto di un'attenta gestione del capitale ci consentono, inoltre, di guardare avanti con positive prospettive di crescita di business e dimensionali.



Le principali linee strategiche rispetto alle quali si sviluppa il Piano Industriale - la valorizzazione del cliente come "portatore di esigenze e bisogni" e la ricerca di una "crescita sostenibile" - si integrano pienamente in una visione aziendale consapevole della propria responsabilità sociale.

La centralità del cliente come cardine della strategia del MPS trova, con il Piano Industriale 2006-2009, un'ulteriore e concreta conferma.

Non ci stancheremo di ripeterlo: la riduzione del tempo e dello spazio che separano il cliente dalla nostra Banca e, in particolare, da un'offerta di assoluta qualità è la metrica con cui misureremo i nostri progressi.

La ricerca di una crescita sostenibile, a sua volta, esplicita la nostra volontà di valutare i risultati anche in un'ottica di medio e lungo termine, la sola nella quale è possibile integrare la necessità di assicurare nel continuo una adeguata remunerazione del capitale e la consapevolezza della interdipendenza, in prospettiva, fra la considerazione delle esigenze dei diversi stakeholder e la performance economica.

Centralità del cliente e crescita sostenibile: si tratta di direttrici di sviluppo che richiamano la necessità di fare leva su un capitale umano

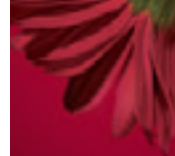


qualificato e motivato. Il Piano Industriale, per questo, prevede - accanto ad una importante manovra del personale tesa a snellire le strutture centrali e a valorizzare quelle a contatto con il mercato e il cliente - una continua opera di formazione delle risorse umane e la realizzazione di un sistema trasparente di valorizzazione delle capacità e dell'impegno.

Puntare alla crescita sostenibile significa anche consapevolezza dell'ambiente come elemento nel quale, alla fine, si vanno ad integrare gli interessi di tutti noi, a prescindere dalla categoria di stakeholder alla quale apparteniamo. Ambiente che talvolta ci ammonisce, anche con eventi devastanti, dei debiti che stiamo accumulando nei suoi stessi confronti e nei confronti delle generazioni future.

Occorre allora che ogni soggetto economico nel definire i propri obiettivi e i mezzi per raggiungerli - pur senza tradire il compito fondamentale che gli è proprio - trovi la volontà e la capacità di rispondere in maniera concreta alla responsabilità sociale ed ambientale di cui è comunque investito.

A tale proposito, il Bilancio sulla Responsabilità Sociale - che nella sua ultima edizione ha contribuito a far assegnare alla Banca l'"Oscar"

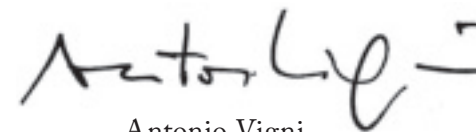


per la migliore "comunicazione economica, sociale ed ambientale" - fornisce una esaustiva e trasparente rendicontazione di come si sia svolto il nostro dialogo con i nostri stakeholder e di quali azioni abbiano qualificato l'impegno del MPS in tema di corporate social responsibility, sotto il profilo strategico, di governance, organizzativo ed operativo.

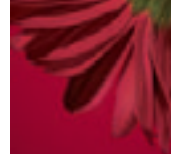
Un merito che dobbiamo condividere con ogni persona che ha contribuito al conseguimento degli importanti risultati del 2006 e un segno tangibile di come la sensibilità e la cultura di una consapevole responsabilità sociale si stia sempre più diffondendo e radicando nel nostro Gruppo.



Giuseppe Mussari



Antonio Vigni



# Introduzione al bilancio

## SCOPO E STRUTTURA DEL DOCUMENTO

Questo è il nostro settimo bilancio sulla responsabilità sociale (Csr), il secondo a livello di Gruppo.

Nel Bilancio sono descritte le principali attività ed evidenziati i progressi fatti nei vari ambiti della Csr nel corso del 2006.

Come nella scorsa edizione, il Bilancio è strutturato per categorie di stakeholder, allo scopo di facilitare l'accesso alle informazioni per loro più rilevanti e fornire nel contempo una panoramica complessiva dei nostri impegni ed impatti nella società.

I contenuti sono stati scelti con riferimento alle nuove linee guida del Global reporting initiative (G3), con un livello di applicazione che valutiamo pari a B+ (per maggiori dettagli vedi "indice dei contenuti secondo le linee guida G3"). Abbiamo anche tenuto conto delle indicazioni del modello proposto dall'Associazione bancaria italiana (Abi) per il "rendiconto agli stakeholder" e dei supplementi, sociale e ambientale, del Global reporting initiative.

Quest'anno abbiamo cercato di sviluppare di più i temi





di Csr maggiormente sensibili e cruciali per la nostra attività, raccogliendo anche alcune opinioni esperte e chiedendo all'Alta direzione i propri punti di vista.

Ci interessa soprattutto conoscere le aspettative e il gradimento dei nostri stakeholder, per cui abbiamo attivato meccanismi di consultazione e confronto con le organizzazioni sindacali e le associazioni di consumatori, su cui contiamo molto per continuare a migliorarci.

### PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Se non diversamente indicato nel testo, il Bilancio riguarda il Gruppo Mps nel suo complesso, quale riportato nel Bilancio consolidato. Vi sono riportate informazioni qualitative e quantitative riferite al 2006, e raffronti con gli anni precedenti. Vi sono inoltre descritte iniziative rilevanti realizzate nella prima parte del 2007.

### QUALITÀ DEI DATI E SISTEMI DI MISURAZIONE

Non abbiamo un sistema informativo unitario per la gestione dei dati sulla Csr. Intendiamo rendere più efficace e di qualità il nostro processo di rendicontazione, per cui abbiamo in programma di sviluppare specifici standard. I dati inclusi nel bilancio provengono da varie piattaforme aziendali, quali la contabilità generale, la base dati sui clienti, il sistema di gestione del personale, l'albo fornitori, il sistema degli approvvigionamenti. Altri indicatori, per cui



non vi è attualmente una gestione accentrata a livello di Gruppo, sono ricavati attraverso rilevazioni dirette presso le varie realtà societarie e territoriali.

Per avere informazioni aggiornate, loro opportune chiavi di lettura e approfondimenti, abbiamo fatto numerose interviste interne.

Le rettifiche rese necessarie sui dati pubblicati nel precedente Bilancio sono opportunamente indicate nel testo.

### VERIFICA DI PARTE TERZA

Abbiamo affidato a KPMG la verifica delle informazioni contenute in questo Bilancio. L'attività è stata condotta con le modalità indicate nella loro relazione e ci ha offerto numerosi spunti di miglioramento, sia per il processo di rendicontazione che per più efficaci applicazioni della Csr.

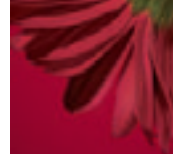
Il Bilancio può essere letto anche attraverso il Cd allegato. Realizzato secondo criteri di accessibilità per i non vedenti e fruibile anche con sistemi operativi "di base", il Cd consente di navigare con facilità nel documento. Contiene inoltre interviste al Presidente, al Direttore generale ed ai Vice direttori generali della Capogruppo bancaria.

Il Bilancio può essere scaricato da nostro sito [www.mps.it](http://www.mps.it), dove è possibile anche richiederne copie cartacee, lasciare commenti suggerimenti ed avere maggiori informazioni sulla Csr.



## Indice

<b>IL GRUPPO MPS</b> . . . . .	<b>14</b>
Dove siamo . . . . .	15
Come siamo organizzati . . . . .	16
La strategia . . . . .	18
Identità e immagine . . . . .	20
<b>LA RESPONSABILITÀ SOCIALE IN MPS</b> . . . . .	<b>22</b>
L'impegno . . . . .	23
L'approccio . . . . .	25
Aspetti significativi e priorità . . . . .	29
<b>GOVERNO SOCIETARIO ED ETICA NEGLI AFFARI</b> . . . . .	<b>30</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	31
La corporate governance . . . . .	32
Gestione dei rischi . . . . .	36
Codice etico e gestione di aspetti sensibili . . . . .	37
<b>PERFORMANCE E CREAZIONE DI VALORE</b> . . . . .	<b>42</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	43
Valore tangibile . . . . .	44
Valore intangibile . . . . .	45
<b>GLI STAKEHOLDER</b> . . . . .	<b>48</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	49
Identificazione degli stakeholder e relazione . . . . .	50
<b>AZIONISTI E INVESTITORI</b> . . . . .	<b>52</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	53
Capitalizzazione e azionariato . . . . .	54
Performance . . . . .	55
Dialogo con la comunità finanziaria . . . . .	55
Rating . . . . .	56
Csr e mercati finanziari . . . . .	57



<b>CLIENTI</b> . . . . .	<b>60</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	61
Profilo della clientela . . . . .	63
Sistemi di gestione e verifica . . . . .	64
Canali distributivi . . . . .	69
Trasparenza e qualità della relazione con i clienti . . . . .	73
Gestione aspetti sensibili e socialmente rilevanti . . . . .	79
<b>PERSONALE</b> . . . . .	<b>92</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	93
Sistemi di gestione e verifica . . . . .	95
Profilo del personale e dinamiche occupazionali . . . . .	96
Formazione e gestione delle competenze . . . . .	98
Remunerazione e piani pensionistici . . . . .	101
Ambiente di lavoro . . . . .	103
Interventi sociali . . . . .	107
<b>FORNITORI</b> . . . . .	<b>108</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	109
Sistemi di gestione e verifica . . . . .	110
<b>COMUNITÀ</b> . . . . .	<b>114</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	116
Sistemi di gestione e verifica . . . . .	117
Contributi . . . . .	118
<b>AMBIENTE</b> . . . . .	<b>122</b>
Obiettivi e risultati raggiunti . . . . .	123
Sistemi di gestione e verifica . . . . .	125
Eco-efficienza nel consumo di risorse . . . . .	126
Rischio ambientale . . . . .	130
Prodotti per la tutela dell'ambiente . . . . .	133
<b>IL BILANCIO IN CIFRE</b> . . . . .	<b>136</b>
<b>ACCREDITAMENTO DEL BILANCIO</b> . . . . .	<b>166</b>
<b>INDICE DEI CONTENUTI SECONDO LE LINEE GUIDA G3</b> . . . . .	<b>169</b>



# Il Gruppo Mps



Il Gruppo Mps

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



Le nostre origini risalgono al 1472, quando per volere della Repubblica di Siena fu fondato il “Monte di pietà” per dare aiuto ai bisognosi, combattere l’usura, accompagnare lo sviluppo rurale in un momento storico difficile per la città. Forti di un lungo vissuto di istituto pubblico locale, siamo oggi una delle maggiori organizzazioni bancarie in Italia.

Con più di 24.000 dipendenti, oltre 1.900 filiali ed un’articolata struttura di canali di distribuzione, offriamo un’ampia gamma di servizi bancari e finanziari a 4,5 milioni di clienti, in Italia e all’estero.

Abbiamo una forte vocazione per il mondo retail, delle famiglie e delle piccole imprese. L’attività commerciale in tale ambito concorre, infatti, per circa il 57% ai nostri risultati. La Capogruppo Banca Monte dei Paschi di Siena è quotata in borsa dal 1999, con capitalizzazione di 14,85 miliardi di euro e attività per più di 158 miliardi.

## Dove siamo

La sede principale è a Siena. Siamo presenti in tutta Italia, con una quota di mercato del 5,90%. Qui si svolge la parte preponderante dell’attività (il 98,6% del risultato operativo netto), con particolare concentrazione nelle aree del centro. Siamo attivi anche nei mercati esteri con 36 sedi, tra filiali, uffici di rappresentanza, banche sussidiarie e sportelli operativi, con lo scopo principale di affiancare le imprese italiane nelle loro attività internazionali. La nostra operatività si svolge per il 90% in Europa occidentale.



## Come siamo organizzati

Il modello organizzativo verte su quattro componenti principali:

- una struttura di coordinamento direzionale e gestionale rappresentata dalla Capogruppo bancaria, Banca Monte dei Paschi di Siena;
- una struttura di distribuzione, composta principalmente dalle reti bancarie di Banca Monte dei Paschi di Siena, Banca Toscana, Banca Agricola Mantovana e dalla rete di promozione finanziaria (MPS Banca Personale);
- una struttura di produzione, costituita da società prodotto e centri di eccellenza, dedicati allo sviluppo di strumenti finanziari specialistici;
- una struttura di servizio, costituita da società poste a presidio delle attività informatiche, immobiliari ed altre di supporto al business.

Altre attività del Gruppo riguardano ambiti non bancari (enologia, valorizzazioni territoriali, ecc.).

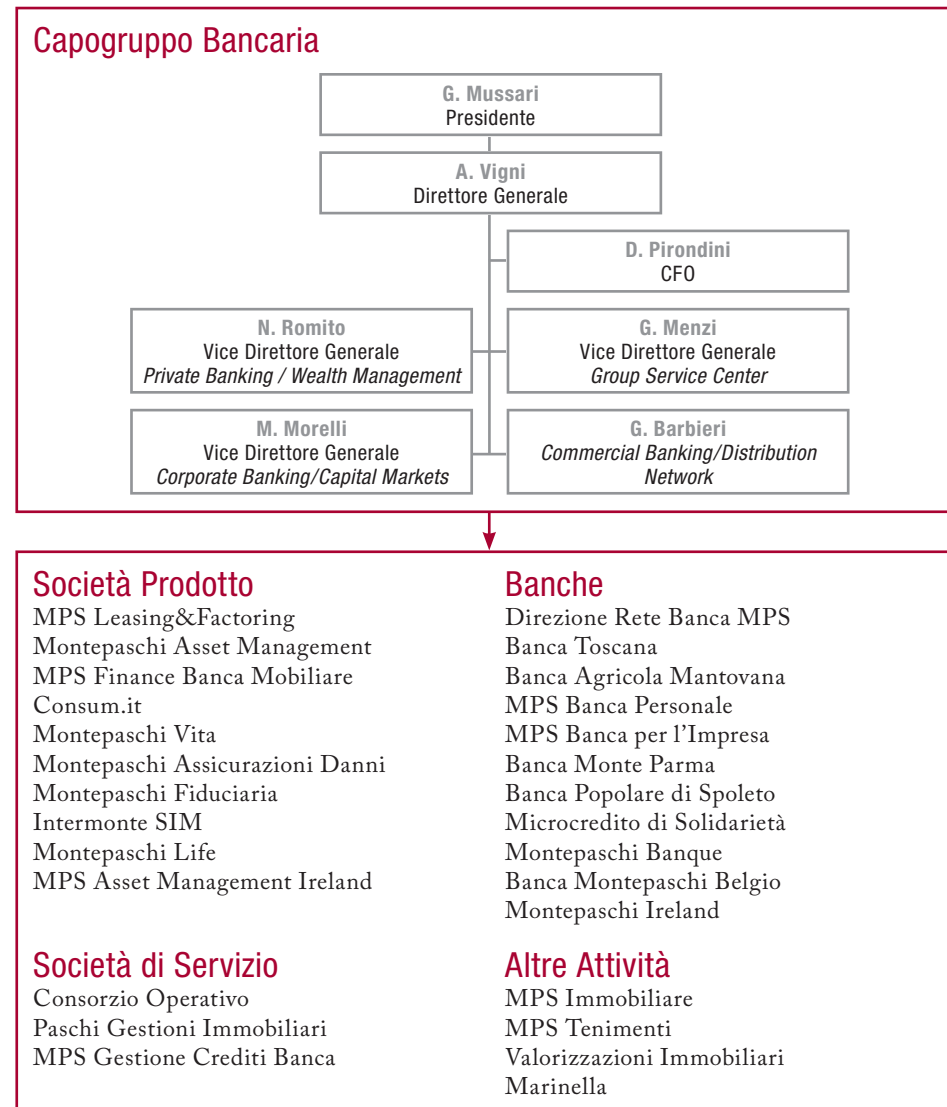
A livello operativo, l'organizzazione riflette un approccio al mercato di tipo multirelazionale, per famiglie di clienti,

con l'obiettivo di massimizzarne la soddisfazione. Per questo la Capogruppo bancaria si articola in tre Direzioni a presidio dei seguenti comparti di attività:

- Commercial Banking e Distribution Network, dedicata alla clientela retail e alle piccole imprese;
- Corporate Banking e Capital Markets, per seguire i rapporti con le imprese;
- Private Banking e Wealth Management, a presidio delle società del Gruppo specializzate nell'asset management, il servizio ai privati, i prodotti previdenziali, le assicurazioni e la promozione finanziaria.

**CON PIÙ DI 24.000 DIPENDENTI,  
OLTRE 1.900 FILIALI OFFRIAMO  
UN'AMPIA GAMMA DI SERVIZI  
BANCARI E FINANZIARI  
A 4,5 MILIONI DI CLIENTI.**

## GRUPPO MPS





I processi organizzativi e la gestione del portafoglio immobilizzato (partecipazioni, immobili, crediti) sono affidati ad una struttura che fa capo al Vice direttore generale vicario (Group Service Center). Al Chief Financial Officer sono infine demandati i compiti di pianificazione, bilancio, pianificazione del carico fiscale, tesoreria, allocazione e gestione del capitale, gestione integrata dei rischi.

## La strategia

La nostra ambizione è creare valore per tutti gli stakeholder, distinguendoci per qualità del servizio e capacità di incontrare le aspettative dei clienti, impegno per lo sviluppo delle competenze interne, solidità e continuità dei risultati economici a beneficio degli azionisti, partecipazione alla crescita delle comunità di riferimento.

### MISSIONE

- Creare valore per gli azionisti, nel breve come nel lungo termine, ponendo attenzione prioritaria alla soddisfazione dei clienti, allo sviluppo professionale delle persone, agli interessi di tutti gli stakeholder
- Essere modello di riferimento nel panorama bancario italiano in continua evoluzione, affermando la posizione di leadership del Gruppo Mps quale primario Gruppo nazionale con proiezione europea
- Sviluppare il senso di appartenenza al Gruppo, valorizzando nel contempo le differenze culturali e mantenendo un forte radicamento di ciascuna azienda nel territorio in cui opera



Vogliamo essere protagonisti dei cambiamenti dello scenario competitivo, per crescere con l'obiettivo di essere leader nel servizio al cliente, tenendo fede ai nostri valori.

### I VALORI

Etica della responsabilità - Orientamento al cliente - Attenzione al cambiamento -  
Imprenditività e proattività - Passione per le competenze professionali -  
Spirito di squadra e cooperazione

*Carta dei Valori del Gruppo Mps, disponibile sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "i nostri valori".*

La nostra strategia punta per questo a:

- sviluppare il modello organizzativo e la rete di distribuzione per potenziare capacità e qualità dell'attività commerciale;
- incrementare la produttività attraverso la riorganizzazione del personale ed il contenimento dei costi operativi;
- gestire in modo attivo i rischi di credito, e migliorare redditività e solidità della struttura patrimoniale.

Il Piano industriale 2006-2009 è disponibile sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "investor relations".

Le principali realizzazioni del 2006 sono descritte in questo Bilancio.



## Identità e immagine

La nostra identità si basa su quattro pilastri:

- la tradizione;
- la territorialità;
- l'innovazione;
- il valore sociale.

Le caratteristiche, cioè, con cui siamo percepiti dal mercato e dal pubblico in genere. E su tali basi abbiamo impostato anche la nostra comunicazione istituzionale, attualmente in televisione con il nuovo spot “una storia italiana dal 1472” con cui vogliamo ricordare con semplicità la presenza costante e di servizio di una grande banca italiana, da sempre vicina alle persone, ai giovani, agli anziani, al mondo produttivo, “partecipe” nella quotidianità personale e sociale.

Attenti al rispetto dei valori di riferimento, monitoriamo attraverso varie ricerche di mercato (multiclient e specifiche) il posizionamento in termini competitivi del brand, il suo livello di notorietà, il gradimento e la reputazione aziendale, sotto il profilo qualitativo, quantitativo e di trend.

Altre ricerche indipendenti ne confermano la qualità e validità. Tra queste, quella effettuata da Cohn & Wolfe e Research International, secondo cui la Banca Monte dei Paschi di Siena è tra le prime 20 imprese con la più alta reputazione in Italia. Tra i fattori apprezzati: capacità relazionali, valore di immagine e gestione etica.



Con il 2007 abbiamo attivato un primo processo di valorizzazione dei principali “asset intangibili” e stiamo valutando l’adozione di un modello professionale ed internazionalmente qualificato per la valorizzazione negli anni del brand, dei fattori determinanti e delle potenzialità, da valorizzare nella gestione e nella comunicazione agli stakeholder.

Il marchio aziendale e quello di Gruppo sono brevettati e protetti a livello nazionale e internazionale. Su quello di Gruppo, trattandosi di acronimo, esistono numerosi casi di anteriorità, ma operiamo una costante attività di vigilanza a livello mondiale per consolidare la nostra posizione di marca.

**LA NOSTRA IDENTITÀ  
SI BASA SU QUATTRO PILASTRI:  
LA TRADIZIONE;  
LA TERRITORIALITÀ;  
L'INNOVAZIONE;  
IL VALORE SOCIALE.**

# La responsabilità sociale in Mps



## La responsabilità sociale in Mps

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



Per noi responsabilità sociale significa partecipare allo sviluppo sostenibile della società, con scelte aziendali e comportamenti individuali in grado di rispondere alle attese e agli interessi degli stakeholder, nel costante rispetto di leggi e raccomandazioni istituzionali e con i più alti livelli di integrità e trasparenza.

La Csr supporta la strategia aziendale. Crediamo, infatti, che un governo societario corretto e trasparente, un'attenta gestione di fattori d'impresa rilevanti sotto il profilo ambientale, sociale e reputazionale, lo sviluppo di relazioni positive con gli stakeholder, la valorizzazione di attività intangibili o non economiche siano determinanti per conseguire elevati risultati reddituali nel tempo.

## L'impegno

Per mettere in pratica questa visione, contiamo innanzitutto sull'integrità e su un forte senso di appartenenza dei dipendenti, presupposto essenziale per sviluppare buone relazioni con i clienti ed assicurare un alto livello di integrazione nelle comunità di insediamento.

Ci impegniamo inoltre ad agire in coerenza con alcuni principi chiave sui cui misuriamo i nostri risultati e la nostra reputazione.

Principi che sono parte della cultura aziendale ed esprimono le aspettative dei nostri stakeholder.



## PRINCIPI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE

**Sviluppo sostenibile** - Approccio proattivo allo sviluppo sostenibile

**Correttezza e trasparenza** - Completezza e chiarezza delle informazioni alla clientela, trasparenza nelle relazioni con gli stakeholder, diligenza e professionalità nel lavoro, riservatezza e tutela nel trattamento dei dati personali e delle informazioni

**Opposizione ad attività criminose** - Contrasto a qualsiasi forma di corruzione, lotta al riciclaggio ed alle attività terroristiche

**Lavoro** - Pari opportunità professionali, opposizione a qualsiasi forma di discriminazione, tutela della salute e della sicurezza, condizioni di benessere e buone relazioni nel lavoro

**Diritti umani** - Rispetto dei diritti umani e promozione della loro tutela

**Ambiente** - Prevenzione degli impatti ambientali, promozione di attività e tecnologie per la tutela dell'ambiente, diffusione della sensibilità ambientale

E che sosteniamo anche in attuazione di accordi e impegni cui aderiamo a livello internazionale:

- il manifesto “banche e sviluppo sostenibile” definito nell’ambito del programma ambientale delle Nazioni Unite;
- il Global compact delle Nazioni Unite;
- l’Alleanza per la Csr promossa dalla Commissione europea con Comunicazione n. 136 del 22 marzo 2006.



## L'approccio

Con l’obiettivo di assicurare che l’ottica d’impresa promossa dalla politica di Csr sia espressa, tanto internamente quanto esternamente, per divenire parte integrante dei processi decisionali e delle attività aziendali, interveniamo in modo organico nei seguenti ambiti.

### STRATEGIA

Gli aspetti più significativi da affrontare e le relative priorità nel breve e medio termine sono stabiliti in coerenza con visione e impegni aziendali e sulla base di:

**LA CSR È PARTE INTEGRANTE DEI PROCESSI DECISIONALI E DELLE ATTIVITÀ AZIENDALI.**

- attese espresse dagli stakeholder o rilevabili da una lettura delle dinamiche sociali;
- tendenze e sfide che investono il nostro settore;
- indicazioni provenienti dalle istituzioni, organismi internazionali, analisti finanziari e agenzie di rating, società di revisione e certificazione;
- analisi rischi-opportunità;
- buone pratiche rilevate.

Le varie strutture aziendali sono coinvolte in questo processo e responsabili per il raggiungimento di specifici obiettivi.

Stiamo attualmente lavorando all’agenda strategica 2007-09.



## DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

Le considerazioni delle associazioni di consumatori riunite nel Consumer lab \*

Nella prima parte del 2007, nell'ambito delle attività del Consumer lab, abbiamo incontrato le associazioni di consumatori, raccogliendo osservazioni e spunti per migliorare la nostra Csr, come di seguito riportato in sintesi:

- verificare i prodotti anche con alle associazioni di consumatori, per assicurarne l'utilità per i clienti e la trasparenza;
- approfondire l'analisi delle aspettative e dei bisogni dei clienti, per facilitarne l'accesso ai servizi bancari;
- effettuare più controlli e formazione per tutelare, in modo sostanziale, il cliente all'atto del perfezionamento di contratti bancari, investimenti, forme di risparmio;
- informare di più i clienti sui rischi dei prodotti consigliati;
- facilitare la lettura dei contratti da parte dei clienti (ad esempio attraverso schede riepilogative degli aspetti salienti del contratto);
- finanziare, a condizioni agevolate, gli investimenti di famiglie e imprese in campo energetico-ambientale;
- sottoporre il codice etico ed il bilancio sulla responsabilità sociale del Gruppo Mps alle valutazioni delle associazioni di consumatori;
- dare al bilancio sulla responsabilità sociale una veste più "snella";
- differenziare la comunicazione sulla Csr per categoria di stakeholder e per tema.

\* Per maggiori informazioni sul Consumer lab vedi capitolo "Clienti".



## ORGANIZZAZIONE

Il Consiglio di amministrazione della Capogruppo bancaria definisce e assicura l'attuazione della politica sociale.

Ne supporta l'azione il Comitato per la responsabilità sociale d'impresa (vedi capitolo "governo societario e etica negli affari").

A livello operativo, il coordinamento della Csr è affidato all'Area comunicazione, struttura della Capogruppo che si riferisce direttamente a Presidente e Direttore generale, dunque in posizione chiave nel management.

## ATTIVITÀ COMMERCIALE

Correttezza, trasparenza e orientamento al cliente sono fattori centrali nell'attività commerciale. Per meritare la fiducia dei clienti, in particolare consumatori e piccoli risparmiatori, le reti di vendita sono rese più efficienti con modelli di servizio dedicati, la formazione degli addetti al pubblico e la diffusione della cultura dell'ascolto e della relazione. Altri obiettivi sono:

- aumentare la comprensibilità dei prodotti, rendendone più chiara, trasparente e puntuale l'informativa;
- conoscere da vicino i bisogni della società per rispondervi al meglio con idonei strumenti di risparmio ed investimento;
- accrescere i livelli di accessibilità ed inclusione finanziaria.

## COMUNICAZIONE E RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

La comunicazione e il dialogo con gli stakeholder sono fondamentali per essere sempre in prima linea rispetto alle tendenze emergenti e alle questioni sensibili, e per verificare la coerenza delle attività con le loro attese.

È questo un fattore chiave per avere fiducia e apprezzamento, riducendo così i rischi di "conflitti" e massimizzando le opportunità, anche commerciali. Il Gruppo Mps ne è convinto.

Per questo, pubblichiamo un bilancio sociale dal 2000, diamo spazio alla Csr nella comunicazione internet e nella newsletter settimanale a tutti i dipendenti,



## La responsabilità sociale in Mps

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



puntiamo su un aperto confronto con le organizzazioni sindacali, stiamo costruendo solidi rapporti con le associazioni di consumatori per raggiungere i massimi livelli di soddisfazione tra i clienti.

### PROMOZIONE DELLA CSR

Crediamo che in molti ambiti della Csr vi sia l'opportunità di collaborare con altre imprese ed organizzazioni per stabilire e diffondere buone pratiche. Partecipiamo alle attività promosse dall'Associazione bancaria italiana (Abi) su temi che vanno dalla trasparenza all'anticiclaggio, dai rapporti con i consumatori alla sicurezza informatica, dal risparmio energetico all'inclusione finanziaria. Dal 2002 lavoriamo insieme alle altre banche per seguire gli sviluppi della Csr, definendo linee guida per la gestione ed il reporting.

In Italia, siamo soci di:

- Sodalitas
- Forum per la finanza sostenibile
- Kyoto Club

A livello internazionale, sosteniamo:

- le Nazioni unite (Unep Fi - il programma ambientale delle istituzioni finanziarie ed il Global compact)
- il World business council for sustainable development
- Csr europe

Promuoviamo la Csr anche attraverso:

- la condivisione delle nostre esperienze con specifiche comunicazioni (bilancio sociale, internet, presentazioni);
- il supporto a studi specialistici e master;
- la collaborazione con organizzazioni non profit, per iniziative di informazione e sensibilizzazione.



## La responsabilità sociale in Mps

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



Con la nostra gamma di fondi etici privilegiamo aziende che non inquinano e che rispettano i fondamentali principi etici, e siamo impegnati a sviluppare imprese sostenibili con i nostri finanziamenti.

## Aspetti significativi e priorità

Tra gli aspetti di responsabilità sociale di maggiore rilievo per il nostro settore, quelli che riteniamo prioritari sono:

- rapporto fiduciario con i clienti;
- valorizzazione delle attività intangibili;
- sviluppo delle competenze;
- gestione dei rischi reputazionali;
- inclusione finanziaria;
- impatto sui cambiamenti climatici;
- impegno nella comunità.

Tali aspetti sono componenti importanti della strategia aziendale e pertanto, in misura crescente, vengono integrati nella gestione. In questo Bilancio se ne rende conto, descrivendo le principali attività realizzate nel 2006.



# Governo societario ed etica negli affari



È nostro obiettivo creare il massimo valore per gli azionisti nel breve come nel lungo periodo, attraverso una soddisfacente remunerazione del capitale investito. Ci impegnamo a farlo in modo sostenibile, garantendo trasparenza, equità ed etica della governance.

## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Definire un codice etico per le attività del comparto assicurativo	Monte Paschi Vita e Monte Paschi Danni hanno approvato propri codici etici	Sviluppare i principi della corporate governance secondo le previsioni del Codice di Autodisciplina ed in coerenza con la politica di Csr del Gruppo
Definire il codice etico di Gruppo	<u>Attività in corso</u> Il codice è stato elaborato. Devono essere avviate verifiche interne e esterne prima di sottoporlo all'approvazione del CdA	Emanare il codice etico di Gruppo
		Analizzare i rischi sociali e reputazionali dell'attività
		Migliorare gli standard e le procedure di rendicontazione della Csr ed estendere ulteriormente il perimetro del reporting su alcuni indicatori
		Potenziare il presidio delle certificazioni di qualità per svilupparne gli ambiti di applicazione



# La corporate governance

Nell'ambito delle norme che regolamentano l'attività dei gruppi bancari, il Testo unico bancario stabilisce, fra l'altro, il ruolo determinante della "Capogruppo", cui compete l'attività di direzione, coordinamento e controllo delle società partecipate.

Con riferimento a tale indirizzo normativo, Banca Monte dei Paschi di Siena ha adottato un modello di governo e controllo societario di tipo "tradizionale", con un Consiglio di Amministrazione ed un Collegio Sindacale, in linea con il Codice di autodisciplina delle società quotate (una revisione del Codice è stata emanata proprio quest'anno dal Comitato per la corporate governance).

**LA CSR COSTITUISCE ASPETTO QUALIFICANTE DEL NOSTRO MODELLO DI CORPORATE GOVERNANCE.**

L'azione dei vari organi è tesa ad assicurare un processo dinamico di sviluppo, in linea con l'evoluzione societaria, per rispondere al meglio alle attese sulle performance, alle novità legislative, orientando costantemente la struttura all'adozione delle migliori decisioni e pratiche di mercato.

La relazione annuale sulla governance è disponibile sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "investor relations". Di seguito se ne evidenziano gli aspetti più rilevanti.

## ASSETTO PROPRIETARIO

Banca Monte dei Paschi di Siena è una società per azioni il cui capitale è così strutturato:

- il 49% è posseduto dalla Fondazione Mps. Partecipata dalle principali autorità pubbliche locali, persegue fini di utilità sociale per lo sviluppo sostenibile del territorio senese e regionale;

- il flottante è pari a circa il 40%;
- il 9% è collocato all'estero.

Rileva, inoltre, che:

- per statuto, nessun socio, ad eccezione dell'istituto conferente, può esercitare diritti di voto in Assemblea in misura superiore al 4% del capitale ordinario;
- vi è un patto para sociale triennale, costituito nel gennaio 2007 da 50 azionisti, in possesso del 3,34% del capitale della banca, attraverso cui controllano il 2,71% delle azioni con diritto di voto. Il patto ha la finalità di stabilizzare l'assetto societario, garantendo una consultazione preventiva alle assemblee e una procedura particolare nei casi di vendita di azioni vincolate.

## CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Nominato il 29 aprile 2006, resterà in carica fino all'approvazione del bilancio d'esercizio 2008. È composto da 10 amministratori non esecutivi (non vi è l'amministratore delegato, non è stato costituito un comitato esecutivo, nessuno di loro ha incarichi direttivi nell'organizzazione). Nove di essi sono anche indipendenti (il Presidente, alla luce del nuovo codice, non vi rientra in quanto, in precedenza, a capo della Fondazione Mps), cioè non legati all'azienda al punto da condizionarne l'autonomia di giudizio e la valutazione dell'operato del management.

Eletti con voto di lista, qualità e competenze degli amministratori sono comunicate ai soci prima delle nomine per le opportune valutazioni.

Gli ulteriori impegni e cariche sociali in altre aziende sono compatibili e non in concorrenza con il loro incarico in Banca Monte dei Paschi di Siena, come anche testimoniato dall'attività 2006: 36 riunioni, tutte con elevato tasso di partecipazione.

## COMITATI

Dei comitati suggeriti dal Codice di autodisciplina, sono stati istituiti, in seno al Consiglio, il comitato per la remunerazione e quello per il controllo interno. Non è invece previsto il comitato per le nomine: è in vigore, in proposito, il voto di lista, con



un quorum di 1,5% del capitale sociale per presentare liste. Altri comitati di rilievo sono quelli per: la responsabilità sociale d'impresa, la strategia, la comunicazione.

### Comitato per la remunerazione

È composto da quattro amministratori e ha il compito di avanzare proposte al Consiglio in merito alla remunerazione degli amministratori investiti di particolari cariche, al trattamento economico dell'alta dirigenza. Ne fanno parte: Carlo Querci (coordinatore), Francesco Gaetano Caltagirone, Lucia Coccheri, Andrea Pisaneschi. Per l'esercizio 2006, gli attuali membri del Consiglio hanno percepito complessivamente 1,4 milioni di euro, di cui circa 484.000 euro di competenza del Presidente. Il Direttore generale ha percepito compensi per circa 412.000 euro. Per i consiglieri non è prevista alcuna forma di remunerazione variabile legata ai risultati economici della società o al raggiungimento di determinati obiettivi.

### Comitato per il controllo interno

È composto da tre amministratori e assiste il Consiglio per quanto riguarda le iniziative tese a costituire un idoneo sistema di controlli interni. Il Comitato, inoltre, è stato individuato quale organismo di vigilanza ai sensi del decreto legislativo 231/01, relativo alla responsabilità amministrativa d'impresa. Ne fanno parte: Andrea Pisaneschi (coordinatore), Fabio Borghi, Lorenzo Gorgoni. Ai lavori del Comitato partecipa anche il Presidente del Collegio Sindacale o un sindaco delegato.

Nel 2006 si è riunito 13 volte, con una partecipazione media dell'87%.

### Comitato per la responsabilità sociale d'impresa

È composto da quattro amministratori ed ha funzioni consultive e propositive nei confronti del Consiglio per la realizzazione di iniziative volte alla salvaguardia dell'ambiente, alla soddisfazione del cliente, allo sviluppo professionale delle persone ed alla tutela degli interessi di tutti gli stakeholder.



### COMPITI DEL COMITATO PER LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

- Individuare i principi etico-sociali ed ambientali per la definizione delle politiche di Csr del Gruppo Mps
- Curare l'elaborazione di codici etico-comportamentali
- Esaminare il Piano strategico di Csr, indicando priorità e modalità di attuazione
- Indirizzare l'integrazione dei principi della Csr nelle attività
- Sovrintendere alla realizzazione del Bilancio sociale del Gruppo Mps e alle rilevanti iniziative di comunicazione sulla Csr
- Fornire pareri su scelte di investimento e di finanziamento, valutandone la coerenza con le politiche di Csr e le potenziali ricadute sociali e reputazionali
- Sostenere la continua crescita della cultura aziendale sui temi della Csr e la sua promozione all'esterno

Sostiene l'azione del Consiglio per la definizione delle politiche di Csr, valutando rischi e opportunità rilevanti per l'azienda e le relative performance.

Ne fanno parte: Carlo Querci (coordinatore), Turiddo Campaini, Lucia Coccheri, Andrea Pisaneschi.

### COLLEGIO SINDACALE

L'attuale Collegio Sindacale è stato rinnovato il 29 aprile 2006 e resterà in carica fino all'approvazione del bilancio d'esercizio 2008. Il quorum per la presentazione di liste di nomina è fissato all'1,5% del capitale sociale. Nel 2006 il Collegio si è riunito 47 volte con una partecipazione quasi totalitaria.



## Gestione dei rischi

La gestione dei rischi si basa su una netta distinzione di ruoli e responsabilità tra le funzioni di controllo ai vari livelli:

- il Consiglio di Amministrazione di Banca Monte dei Paschi di Siena definisce il grado di avversione al rischio complessivo e quindi i limiti operativi di riferimento;
- il Collegio Sindacale ed il Comitato per il controllo interno valutano il grado di efficienza e di adeguatezza del sistema dei controlli;
- il Comitato rischi definisce politiche e procedure per la gestione dei rischi che la Direzione generale deve fare applicare;
- il Comitato rischi valuta, a livello complessivo e delle singole società del Gruppo, il profilo di rischio raggiunto e l'andamento degli indicatori di performance rischio-rendimento;
- l'Area controlli interni definisce le regole sui controlli, verificandone l'applicazione;
- il Servizio risk management definisce metodi e strumenti di analisi e monitoraggio dei rischi.

Tra i principali rischi vi sono: rischio di credito, di mercato, rischio partecipazioni, di tasso d'interesse, rischi operativi e reputazionali.

Riguardo ai rischi operativi, quest'anno abbiamo definito una specifica direttiva di Gruppo, prevedendo tra i vari indicatori di rischio anche la numerosità dei reclami e il turnover del personale.

Il rischio ambientale del credito rileva principalmente nelle operazioni di finanza di progetto (vedi capitolo "ambiente"), mentre i rischi reputazionali saranno analizzati a partire dal 2007, con particolare riferimento a quelli inerenti ai prodotti e alla gestione dei portafogli dei clienti.

Maggiori informazioni sulla gestione dei rischi sono disponibili sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "investor relations".

## Codice etico e gestione di aspetti sensibili

Il rispetto delle disposizioni contrattuali e degli obblighi di legge è un presupposto necessario dell'attività, che verifichiamo costantemente. Quest'anno abbiamo istituito una struttura a ciò dedicata.

Con riferimento alla Capogruppo, registriamo esborsi per multe e penali, per circa 223.000 euro.

Crediamo che una buona condotta faccia bene all'azienda. Non ne riduce la capacità di generare valore per sé e gli stakeholder, bensì è funzionale a guadagnare e proteggere nel tempo credibilità, reputazione e consenso. Per questo è necessario che amministratori, direzione aziendale e tutti i dipendenti agiscano in conformità con i più alti standard etici e professionali.

Ad orientare i nostri comportamenti vi è la Carta dei valori, che annovera tra gli altri anche il principio dell'etica e della responsabilità nel lavoro. Aderiamo inoltre ai codici di comportamento ed autodisciplina promossi da Abi, incentrati su correttezza e trasparenza dei rapporti con i clienti.

Altri aspetti sensibili (conflitti d'interesse, corruzione, rapporti interni) sono trattati in norme e procedure interne.

Quest'anno abbiamo definito un codice etico per il comparto assicurativo, che va ad aggiungersi al codice di comportamento predisposto l'anno precedente per l'attività di gestione del risparmio, nell'ambito di un progetto di codice etico di Gruppo, in via di completamento.



### TRASPARENZA E CONFLITTI D'INTERESSE

Per garantire la massima trasparenza e correttezza della governance e nei rapporti con il mercato, evitando l'insorgenza di conflitti d'interesse:

- il sistema dei controlli si articola su tre livelli - Collegio Sindacale, Comitato per il controllo interno, Area controlli interni. Quest'anno, nelle banche commerciali del Gruppo sono state fatte 654 verifiche ispettive;
- attuiamo una comunicazione tempestiva sui fatti rilevanti per il mercato;
- vige un codice di comportamento per le operazioni con le "parti correlate" (chi ha posizioni o partecipazioni che consentono di esercitare un'influenza significativa sul governo societario). Quest'anno nessuna di tali operazioni ha comportato obblighi di informativa al mercato ai sensi del Regolamento Consob n. 11971;
- abbiamo norme di condotta per la gestione delle informazioni "price sensitive", gli abusi di mercato e per il controllo delle operazioni su strumenti finanziari della banca e di sue controllate/collegate da parte di persone rilevanti (amministratori, sindaci revisori, alta direzione). Se superiori a 5 mila euro l'anno, esse devono essere comunicate al responsabile dell'Area legale e societario;
- teniamo rapporti d'indipendenza con le società di revisione, affidando incarichi e servizi di consulenza a società collegate solo con l'approvazione del Collegio sindacale. Quest'anno i compensi riconosciuti da Banca Monte dei Paschi di Siena alle società appartenenti al network KPMG per tali attività sono stati pari a circa 573.000 euro.

### ANTIRICICLAGGIO E LOTTA AL CRIMINE

Collaboriamo con altre banche, istituzioni e autorità di controllo, per contrastare il crimine, con particolare riguardo a:

- il riciclaggio dei proventi legati ad attività illecite;
- il finanziamento di attività terroristiche;
- la prevenzione delle frodi a danno dei clienti (vedi capitolo "clienti").

Lo facciamo operando in conformità alla legge e con appropriati sistemi organizzativi, normativi e tecnologici che consentono una pronta rilevazione ed il trattamento di identità e transazioni sospette. Investiamo anche in formazione (1.081 dipendenti interessati per 3.290 ore complessive) e svolgiamo attenti controlli, prevedendo sanzioni per negligenze degli operatori (7 nel 2005 e 2 nel 2004). Quest'anno è stata sviluppata una procedura informatica che incrocia la "Lista nera", costituita dagli elenchi diffusi dalle autorità competenti, con l'anagrafe generale della clientela e con i servizi contabili dell'azienda, consentendo un più efficace monitoraggio di tali operazioni e la loro eventuale segnalazione (prima all'Area controlli interni, quindi all'Ufficio italiano cambi - Uic) per i necessari interventi (ad esempio il blocco dei capitali). Abbiamo esaminato 896 casi, 537 dei quali sono stati segnalati all'Uic.

Ci siamo inoltre resi disponibili ed abbiamo fornito supporto alla Magistratura e alle autorità investigative per indagini su operazioni eseguite da persone segnalate dal sistema bancario (162 casi in Banca Monte dei Paschi di Siena). Vi sono stati 13 procedimenti legali per mancate notifiche all'Uic.

### PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

Non tolleriamo alcuna forma di corruzione. È un impegno, assunto anche in ambito internazionale con l'adesione al Global compact delle Nazioni Unite, che mettiamo in atto tramite un modello organizzativo conforme al decreto legislativo 231/01, che prevede:

- regole e procedure per prevenire la commissione di reati (frodi, corruzione e concussione, ecc.);
- processi per la gestione ed il controllo delle risorse finanziarie in attività a rischio;
- un organismo di vigilanza a garanzia del buon funzionamento e del costante aggiornamento del modello. Quest'anno è stata completata la revisione della mappa dei rischi per considerarvi anche i nuovi reati introdotti in un secondo tempo dalla 231. Sono stati eseguiti controlli al riguardo nell'ambito



dei programmi ordinari di audit, nonché attraverso specifiche indagini su alcune attività maggiormente sensibili;

- la formazione dei dipendenti (quest'anno 4.312, per 10.687 ore complessive);
- sistemi di segnalazione e sanzionatori. Quest'anno non vi sono state né sanzioni disciplinari per i dipendenti né procedimenti legali contro l'azienda.

Da parte dei nostri fornitori pretendiamo il rispetto della 231, pena la cessazione del rapporto. Nell'operatività all'estero i rischi di corruzione e frode non sono particolarmente sentiti. La nostra attività in Paesi ad alto tasso di corruzione è, infatti, modesta: 570 milioni di euro di finanziamenti per lo più di natura commerciale, principalmente concentrati in Russia, Iran, Algeria, India, Filippine, Romania. Così come quella in Paesi a regime fiscale privilegiato: 1,7 miliardi di euro di transazioni, principalmente di natura finanziaria, in India, Singapore, Hong Kong e, in misura minore, in Kuwait e negli Emirati Arabi Uniti.

## TUTELA DEI DIRITTI UMANI

Nell'ambito della nostra sfera d'influenza promuoviamo e assicuriamo il rispetto dei diritti umani sanciti in diverse dichiarazioni e convenzioni internazionali. È un impegno che abbiamo assunto anche pubblicamente attraverso l'adesione al Global compact delle Nazioni Unite.

Non tolleriamo alcuna forma di discriminazione, sia nell'inserimento e nello stato lavorativo, in cui garantiamo pari opportunità e condizioni di accessibilità ai disabili (vedi capitolo "personale"), sia nell'attività commerciale che svolgiamo in un'ottica di piena inclusione finanziaria (vedi capitolo "clienti").

**DA TEMPO ABBIAMO SCELTO DI NON FINANZIARE IL COMMERCIO DELLE ARMI.**

Nel lavoro contrastiamo fenomeni di costrizione, sfruttamento e vessazione ed abbiamo cura della sicurezza e della salute delle persone. Aderiamo, in tale senso,



ai principi della norma Social accountability 8000, che promuoviamo anche tra i nostri fornitori (vedi capitoli "personale" e "fornitori").

Escludiamo coinvolgimenti nel finanziamento ad attività terroristiche - anche prevenendo il riciclaggio di denaro - e delle guerre. A quest'ultimo proposito, nel 2000 abbiamo deciso di uscire dal settore degli armamenti e oggi non figuriamo nel registro dei finanziamenti al commercio di armi, predisposto dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri ogni anno ai sensi della Legge 185/1990.

Partecipiamo all'azione di istituzioni ed organizzazioni civili e umanitarie per la tutela di diritti economici e sociali di base, come la salute, la casa, l'istruzione, il lavoro (vedi capitoli "clienti" e "comunità").

Riconosciamo la gravità e l'urgenza dei problemi connessi ai cambiamenti climatici, per cui siamo impegnati a promuovere l'eco-efficienza e le energie rinnovabili tra i clienti (vedi capitolo "ambiente").

# Performance e creazione di valore



## Performance e creazione di valore

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



La nostra prima responsabilità è fare profitto. Solo così potremo dare valore tangibile ai nostri stakeholder e, in modo diretto o indiretto, alla società in genere, contribuendo agli investimenti di azionisti e consumatori, pagando gli stipendi, dando servizi di qualità ai clienti, sostenendo l'indotto, pagando le tasse per migliorare i servizi pubblici, partecipando allo sviluppo delle economie in cui operiamo.

Per fare questo in modo sostenibile nel tempo crediamo sia fondamentale investire su attività e risorse denominate intangibili, in quanto di solito non sono valorizzate nei rendiconti d'impresa, ma che indicano a noi e agli stakeholder la misura più completa del nostro potenziale e margine di crescita.

## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Attuare il Piano industriale 2006-09	<b>Attività in corso</b> Tutti gli indicatori di performance sono progrediti positivamente, in linea con gli obiettivi del Piano	Attuare il Piano industriale 2006-09
		Analizzare e valorizzare le attività intangibili



# Valore tangibile

La performance economica del 2006 è stata molto positiva. L'utile è stato il più alto di sempre (910,1 milioni di euro) ed anche il dividendo per azione (0,17 euro) è il più alto mai distribuito, con un pay out (dividendi distribuiti/utile d'esercizio) del 57%.

In crescita, ancora una volta, le principali componenti di ricavo, con un margine della gestione finanziaria ed assicurativa a +10,4% ed un risultato operativo netto di 1.279 milioni di euro, a +40,1% dal 2005. Anche i volumi operativi

segnano un sensibile aumento dal 2005 (impieghi +10,1% e raccolta diretta +7,2%). Migliorano, infine, gli indici di redditività: costi/ricavi al 60,9% e Roe (ritorno sull'investimento) al 13,3%. Di questi risultati hanno beneficiato i nostri stakeholder. Abbiamo prodotto un valore aggiunto complessivo di quasi 3,7 miliardi di euro (+8,8% dal 2005), distribuendone l'85% agli stakeholder. Maggiori informazioni sulle performance economiche sono riportate nel Bilancio consolidato, disponibile sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "Investor relations".

**GRAZIE ALLE NOSTRE  
PERFORMANCE ABBIAMO CREATO  
3,7 MILIARDI DI VALORE AGGIUNTO  
A BENEFICIO DI TUTTI I NOSTRI  
STAKEHOLDER.**

A questo si aggiungono altri valori ed effetti positivi che la nostra attività è in grado di indurre nella società, di più difficile quantificazione.

Ci riferiamo ad impatti occupazionali nelle imprese clienti e tra i fornitori locali, che hanno in noi un importante riferimento per l'operatività; alla copertura dei piani pensionistici dei dipendenti, alla redditività degli investimenti previdenziali delle famiglie; al contributo per lo sviluppo economico, sociale, ambientale dei territori in cui operiamo.

Tali aspetti sono descritti nei capitoli che seguono.

# Valore intangibile

Il nostro valore economico e quello che distribuiamo nella società sono determinati in misura crescente dallo sviluppo che riusciamo a dare a risorse interne quali:

- risorse umane: che comprendono cultura, conoscenze ed esperienze di dipendenti e dirigenti, e relazioni interne; risorse quindi non possedute direttamente dall'azienda ma di grande potenzialità per il suo valore;
- risorse strutturali: capitale di proprietà dell'azienda, costituito da fattori di supporto alla produttività e alla capacità di innovare, tra cui l'organizzazione, l'efficienza dei processi, i sistemi informativi e modelli di sviluppo della conoscenza;
- risorse relazionali: consistenti nelle relazioni con il mercato e gli stakeholder. Di rilievo in particolare i modelli di gestione dei rapporti con i clienti, la loro soddisfazione, la conoscenza e la diffusione del brand, i processi di comunicazione esterna.





Questo Bilancio contiene un primo rendiconto di tali risorse e dà una panoramica del nostro impegno a valorizzarle in chiave strategica.

## Le risorse intangibili

Umane		Strutturali		Relazionali	
Temi	Pagine	Temi	Pagine	Temi	Pagine
Struttura dell'organico (età, scolarità, anzianità di servizio)	96, 150-151	Innovazione	66-67, 79-83	Portafoglio clienti	63-64, 142-144
Turnover	96-98, 154-155	Applicazione tecnologiche	66-67	Fidelizzazione	64, 147-148
Remunerazione e incentivazione	101-103, 153	Investimenti in tecnologia	66-67, 147	Customer satisfaction	67, 148
Competenze professionali	98-100	Sistemi di scambio e condivisione della conoscenza	96, 99	Gestione identità	20-21
Pari opportunità e diversità	104-105, 154			Usabilità del sito web	70, 78
Formazione - attività e costi	100-101, 152			Reti di relazione con gli stakeholder	51
				Presenza sui media	141

## LE RISORSE INTANGIBILI DANNO VALORE ALL'IMPRESA

Nell'odierna economia è sempre più evidente che la capacità delle organizzazioni di gestire nel tempo crescita e creazione di valore in modo sostenibile è imputabile oltre che alla proprietà di asset tangibili, sia fisici sia finanziari, anche all'accesso a risorse intangibili, ossia asset identificabili con valenza economica non dotati di fisicità suddivisi, in accordo con le più autorevoli fonti internazionali ed una diffusa schematizzazione letteraria, nelle tre dimensioni del capitale umano, strutturale e relazionale. Poiché molte di queste risorse sono spesso invisibili nei tradizionali bilanci di esercizio un numero crescente di imprese, inizialmente nel Nord Europa, con il supporto anche di importanti istituzioni nazionali e sovra-nazionali che hanno definito specifiche linee guida, ha iniziato a dotarsi di strumenti di rilevazione sistematica e di misurazione delle risorse intangibili. Molteplici sono inoltre le proposte, tutte peraltro accomunate dal preciso obiettivo di ampliare i confini informativi delle imprese, di nuovi strumenti di reporting che includono anche fattori intangibili a valenza strategica ai quali sono imputabili impatti indiretti sulla catena del valore in quanto legati alle performance ambientali e sociali esterne quali, ad esempio, l'attenzione agli effetti dei processi, dei prodotti e dei servizi sulle risorse naturali nell'ottica della salvaguardia del patrimonio ambientale e quelli inerenti la sicurezza e salute sul lavoro, il rispetto dei diritti umani e la partecipazione alla comunità di riferimento. Le informazioni così raccolte costituiscono un'importante base di dati che consentono di cogliere in anticipo la possibile evoluzione delle performance economiche, finanziarie e sociali dell'organizzazione negli esercizi successivi e possono essere utilizzati sia per l'elaborazione, su base volontaria, di uno specifico reporting gestionale denominato "Intellectual Capital Statement" o "Bilancio degli intangibili", sia essere inclusi in un bilancio sociale o di sostenibilità se ciò rientra nella strategia di comunicazione nei confronti degli stakeholder.

### Andrea Gasperini

Responsabile del progetto Mission Intangibles\*

Aiaf – Associazione Italiana degli Analisti Finanziari

\* *Mission Intangibles* è un gruppo di lavoro di Aiaf il cui obiettivo è svolgere un ruolo di guida, motivazione e confronto critico sui metodi di valutazione e comunicazione degli asset intangibili.



Ogni impresa è chiamata ad esprimere una responsabilità sociale nei confronti degli stakeholder, di coloro cioè che hanno delle aspettative riguardo alle sue attività, in quanto interessati, direttamente o indirettamente, dalle sue scelte e dai suoi comportamenti.

Il Gruppo Mps ritiene di fondamentale importanza la comunicazione e il dialogo con gli stakeholder, per realizzare con essi un'effettiva interazione che consenta di verificare, su un piano di costante e trasparente confronto, la coerenza delle proprie attività con loro attese.

## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Sviluppare programmi organici di dialogo e collaborazione con gli stakeholder	<u>Attività in corso</u> Sono stati attivati gruppi di lavoro e consultazione con le organizzazioni sindacali e con le associazioni di consumatori, anche incentrati sulla Csr	Proseguire le attività di coinvolgimento avviate con le organizzazioni sindacali e le associazioni di consumatori

# Gli Stakeholder



## Identificazione degli stakeholder e relazione

Consideriamo stakeholder coloro che:

- concorrono alla nostra missione;
- possono influenzare con le loro decisioni (di spesa, d'investimento, di collaborazione, di regolamentazione e controllo) il raggiungimento dei nostri obiettivi;
- sono influenzati da nostre scelte e attività.

Ci confrontiamo regolarmente, in vario modo, con i nostri stakeholder, allo scopo di:

- informarli in merito a strategie e attività dell'azienda;
- conoscere le loro aspettative sul modo in cui l'azienda dovrebbe operare;
- migliorarci, considerando nella gestione gli aspetti per loro maggiormente rilevanti e le loro indicazioni.

Le diverse esperienze di relazione con gli stakeholder e i modi in cui ne è stata influenzata l'attività sono descritte nei capitoli che seguono.

**VOGLIAMO COSTRUIRE UN  
DIALOGO APERTO E TRASPARENTE  
CON GLI STAKEHOLDER.**



Il nostro impegno nei confronti degli stakeholder:

### **Organizzazioni della società civile**

Partecipare agli scopi sociali e umanitari promossi dal terzo settore

### **Comunità**

Collaborare allo sviluppo sostenibile dei sistemi economici locali in cui operiamo

### **Azionisti e investitori**

Creare valore in modo sostenibile

### **Fornitori**

Collaborare per raggiungere benefici reciproci

### **Clienti**

Ricerca le soluzioni migliori ai loro bisogni



### **Personale**

Assicurare i più alti livelli di coinvolgimento e soddisfazione con particolare attenzione alla qualità della comunicazione interna, alla cultura e al clima aziendale

### **Istituzioni e organismi di controllo**

Operare sempre con integrità e nel rispetto della legge

# Azionisti e investitori



Creare valore per i nostri azionisti, nel breve come nel lungo termine, istaurando con loro rapporti di massima fiducia e trasparenza, è la nostra stessa missione. Il nostro principale azionista è la Fondazione Monte dei Paschi di Siena, cui siamo legati da storia e senso di responsabilità per la comunità. Gli altri soci sono in prevalenza piccoli investitori, tra cui anche molti dipendenti. Nel mercato preferiamo costruire rapporti duraturi, fondati su serietà e concretezza del nostro agire. Il Presidente ed il Direttore generale guidano il nostro impegno a coinvolgere la comunità finanziaria, presentando strategie e bilanci, nelle assemblee generali, nelle attività di investor relations.

## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Sviluppare attività di investor relations incentrate sulla Csr	Sono state effettuate conferenze telefoniche con due primari istituti finanziari internazionali, incentrate sulla Csr	Migliorare la qualità dell'azionariato, con particolare attenzione per gli investitori con potenzialità di crescita nel lungo termine
		Valorizzare la politica di Csr e di sviluppo delle attività intangibili nelle relazioni con analisti e investitori



# Capitalizzazione e azionariato

A fine anno il valore di mercato di Banca Monte dei Paschi di Siena, sulla base di 3.029.509.006 azioni in circolazione, è di circa 14,85 miliardi di euro.

La composizione dell'azionariato è identificata per il 95% del capitale. Il 59,7% del capitale ordinario di Banca Monte dei Paschi di Siena è detenuto da quattro azionisti strategici:

- Fondazione Mps 49%;
- Gruppo Caltagirone 4,71%;
- Hopa 3%;
- Unicoop Firenze 2,98%.

Rilevante anche la quota in possesso di investitori retail (19,3%), con la restante parte di azioni appannaggio di investitori istituzionali, in prevalenza esteri.

## PARTECIPAZIONE E TUTELA DEGLI AZIONISTI DI MINORANZA

Viene assicurata una partecipazione democratica degli azionisti attraverso misure quali:

- ogni azione vale un voto;
- la limitazione del potere di voto della Fondazione, che in assemblea ordinaria può partecipare per un numero di azioni inferiore di almeno un'unità rispetto al totale di quelle detenute dagli altri soci.

# Performance

Il 2006 è stato un anno positivo per i principali indici azionari e in particolare per le banche, con una performance complessiva di +23,4%. L'andamento del titolo Mps è stato migliore della media del settore: a fine anno valeva 4,91 euro, in aumento del 24,4% rispetto ad inizio anno e dell'86,7% da inizio 2005, con quotazione massima di 5,08 euro e minima di 3,72 euro. In termini di multipli di mercato, a fine anno il titolo quotava 15,5 volte gli utili attesi e 2 volte il patrimonio netto per azione.

**CREIAMO VALORE PER I NOSTRI AZIONISTI, NEL BREVE COME NEL LUNGO TERMINE, ISTAURANDO CON LORO RAPPORTI DI MASSIMA FIDUCIA E TRASPARENZA.**

# Dialogo con la comunità finanziaria

La nostra politica di relazione con la comunità finanziaria, ispirata a principi di correttezza e trasparenza, è volta ad assicurare, ad ogni azionista e investitore, informazioni, non solo chiare e complete, ma in particolare accessibili e tempestive, andando oltre la conformità alle norme del mercato.

La comunicazione riguarda sia l'informativa obbligatoria, sia notizie su obiettivi e strategie del Gruppo, e sulle dinamiche organizzative e societarie. Diamo costanti aggiornamenti tramite il sito internet, anche in inglese, e, primi tra le banche italiane,



abbiamo reso disponibili i nostri bilanci societari in formato Xbrl, il nuovo standard internazionale per la comunicazione delle informazioni finanziarie. Alla comunità finanziaria dedichiamo, inoltre, numerose opportunità di informazione e dialogo, che quest'anno hanno segnato una marcata intensificazione. Tra le attività di maggior rilievo:

- partecipazione a 8 conferenze organizzate dai più importanti intermediari finanziari internazionali;
- 24 road show nelle maggiori piazze finanziarie;
- 61 contatti con gli analisti (road show, incontri individuali, conferenze telefoniche, ecc.).

Nel complesso abbiamo incontrato 421 investitori in 13 diversi Paesi.

## Rating

Di seguito si riepilogano le valutazioni delle principali agenzie di rating, invariate rispetto al 2005. A gennaio 2007 Standard & Poor's ha rivisto al rialzo l'outlook di Banca Monte dei Paschi di Siena, Banca Toscana e Banca Agricola Mantovana portandolo a "positivo" da "stabile" a conferma del progressivo miglioramento della redditività del Gruppo Mps.

Agenzie	Debito a breve termine al 31.12.2006	Debito a medio e lungo termine al 31.12.2006
Moody's Investors Service	P-1	A-1
Standard & Poor's	A-1	A
Fitch Ratings	F-1	A +

A fine anno le raccomandazioni sul titolo Mps erano: positive per il 22% degli analisti, neutrali nel 65% dei casi, negative per il 13%.

## Csr e mercati finanziari

Nel mercato preferiamo costruire rapporti duraturi, fondati su serietà e concretezza del nostro agire. Guardiamo quindi con interesse a investitori "socialmente orientati", quali fondi pensione, fondi etici, fondazioni e investitori "tradizionali", sempre più attenti ad apprezzare valori e impegni delle imprese per la creazione di profitti sostenibili. Diamo spazio alla Csr nel bilancio d'esercizio e nella comunicazione internet.

Quest'anno abbiamo anche effettuato conferenze telefoniche con due primari istituti finanziari internazionali, che considerano il titolo Mps nella gestione dei propri investimenti socialmente responsabili (Sri – socially responsible investment).

Le scelte Sri sono informate dai giudizi sui titoli azionari, formulati da società di analisi finanziaria specializzate in rating etici, che talvolta si riflettono in indici di benchmark. Ne riportiamo gli ultimi aggiornamenti sul titolo Mps.



FTSE4Good - Dal 2003 il titolo Mps è incluso negli indici, europeo e mondiale, del Ftse4Good, ideati dal Financial Time e dalla Borsa di Londra.

Dow jones sustainability indexes - Il rating assegnatoci nel 2006 è positivo, ma non sufficiente per rientrare nell'indice mondiale, contrariamente a quanto accaduto nei 4 anni precedenti.



Ethibel sustainability indices - Siamo presenti dal 2004 negli indici curati dall'omonima società belga di ricerca e consulenza sugli investimenti socialmente responsabili.



SiRi company - Il giudizio ottenuto sulla Csr è sensibilmente superiore alla media del settore.



Oekom research - Con un punteggio C+, siamo al 13° posto tra le banche analizzate nel 2006 dall'agenzia tedesca Oekom research.



Avanzi Sri indexes - Indici lanciati nel 2005 da Avanzi Sri Research - Gruppo Vigeo, società di analisi finanziaria leader in Italia nel settore degli investimenti socialmente responsabili.



Agenzia europea di investimenti standard ethics - Nell'ultima rilevazione ci è stato assegnato un rating EE-, rispetto ad una media di E+ tra le società quotate in Italia.



Axia - Con un rating di A+++ siamo tra le società quotate in Italia con i migliori profili di Csr.

Maggiori informazioni sui rating di sostenibilità di Mps sono disponibili sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "i nostri valori".

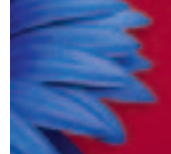
## L'INVESTIMENTO SOCIALMENTE RESPONSABILE SI FA "MAINSTREAM"

Con sempre maggiore frequenza si notano, in Europa e, ancora un po' timidamente, in Italia, i segni di un cambiamento importante del fenomeno Sri (socially responsible investment): la progressiva integrazione degli aspetti ambientali e sociali nell'analisi finanziaria fondamentale. In altri termini, analisti e gestori "tradizionali" cominciano a comprendere che il modo in cui le imprese gestiscono le variabili di responsabilità sociale influenza la loro capacità di creare valore. Non solo, cioè, "comportarsi bene" non implica una rinuncia a quote di profitto, ma anzi irrobustisce le prospettive di successo nel medio periodo. L'analisi della Csr fornisce elementi di informazione e di conoscenza che aiutano a individuare aree di rischio e di opportunità altrimenti inafferrabili ad una ricerca puramente economico-finanziaria. L'Sri inizia a smarcarsi dai confini della nicchia degli investitori etici in senso stretto e ad essere utilizzato come stile di gestione anche da operatori spinti da motivazioni opportunistiche. Non solo (o non tanto) perché si possa affermare con certezza che esista una correlazione immediata tra responsabilità sociale e maggiori profitti, quanto perché gli investitori sentono di potersi "fidare" di più di una società che si preoccupa della propria sostenibilità. Dal punto di vista delle imprese, questo approccio rappresenta un ulteriore "premio" per il comportamento socialmente responsabile e uno stimolo a migliorare continuamente sul piano delle strategie, dell'organizzazione e dei risultati.

**Davide Dal Maso**

Segretario Generale

Forum per la Finanza Sostenibile



Sentiamo la responsabilità di rispondere ai bisogni della società, puntando su qualità, trasparenza e vicinanza ai clienti.

Abbiamo 4,5 milioni di clienti, in gran parte famiglie e piccole-medie imprese, che confidano nella nostra professionalità per una sicura e proficua gestione delle loro attività finanziarie, di cui vogliamo meritare la fiducia.

In un contesto sempre più competitivo siamo impegnati a sviluppare i migliori servizi ed a curare le relazioni con i clienti, perchè ci scelgano e ci aiutino a crescere. Vogliamo fare sì che i nostri prodotti siano accessibili a tutti.

## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Migliorare la customer satisfaction	È stata condotta un'indagine approfondita che, rispetto alla precedenti, ha riguardato un maggiore numero di clienti, segnando livelli di soddisfazione in linea con il 2005	Realizzare il progetto "care score" per misurare, anche con indagini eseguite da esterni, gradimento dei clienti, cura e qualità del servizio da parte dei dipendenti e loro soddisfazione

# Clienti





Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Sviluppare la collaborazione con le associazioni di consumatori	I progetti del Consumer lab sono stati completati con successo; l'accordo è stato rinnovato per il biennio 2007/08	Lavorare ai nuovi cantieri aperti nell'ambito del Consumer lab
Conseguire la certificazione per la nona iniziativa di Patti Chiari	<u>Attività in corso</u> Sono stati messi in atto strumenti operativi e procedure, attualmente in fase di test	Conseguire la certificazione per la nona e la decima iniziativa Patti Chiari
Sviluppare l'operatività nei vari ambiti della finanza etica	Sono state definite numerose offerte commerciali per i clienti "non standard". Le attività della società per il microcredito sono entrate a regime	Definire un "Patto con i clienti" contenente i livelli di servizio promessi
Migliorare l'accessibilità delle sedi e dei servizi bancari	<u>Attività in corso</u> Abbiamo adeguato numerosi Atm alle esigenze di disabili motori (il 20%) e dei non vedenti (850 apparecchi); il sito internet è stato reso accessibile ai non vedenti e più facile da consultare	Proseguire il programma di adeguamento delle strutture in ottica di accessibilità
Informare e sensibilizzare le imprese clienti sulla Csr	<u>Attività non realizzata</u> Non sono stati effettuati i seminari previsti dall'accordo con l'ufficio italiano del Global Compact	Stabilire criteri etico-sociali per l'attività del credito e degli investimenti



Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Incrementare le quote di sottoscrizione dei fondi etici	<u>Attività in corso</u> Il patrimonio gestito dai fondi etici ha segnato una flessione, attestandosi su 98 milioni di euro	Sviluppare e promuovere l'offerta di fondi etici
Avviare la società per il Microcredito	La società è attualmente operativa in provincia di Siena, con una decina di prestiti già concessi, per un valore complessivo di 33.000 euro	Incrementare i volumi di attività nel microcredito e dei prodotti per i clienti "non standard"
		Definire linee guida per la realizzazione partecipata di prodotti e servizi rispondenti ai bisogni della società, con particolare riguardo alle sue componenti più deboli

## Profilo della clientela

Il patrimonio clienti è di 4,5 milioni, in lieve ma costante crescita nel triennio 2004-06. In particolare, nelle reti commerciali sono attivi oltre 4 milioni di rapporti, di cui il 97,8% con clienti retail (comprese le piccole imprese, con fatturato fino a 2,5 milioni di euro). Di questi, il 65% sono relativi al segmento family (clientela con patrimonio non superiore a 25.000 euro) e residenti in massima parte nel centro e sud Italia (79,5%).



La clientela corporate (61.127 aziende) è costituita per il 78% da piccole-medie imprese.

I livelli di fidelizzazione sono molto alti, con il 53% dei rapporti in essere da più di 10 anni. Stabile il tasso di ritenzione (93,5%), mentre continua a crescere la capacità di acquisizione di nuovi clienti (7,1%).

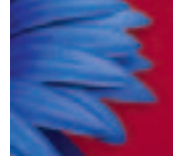
Tra i prodotti maggiormente apprezzati: le polizze danni, il credito al consumo e i mutui (polizze danni e carte prepagate sono prodotti chiave per l'attivazione di nuovi rapporti).

Viceversa segnano un po' il passo alcuni prodotti tradizionali, come conti correnti, titoli e obbligazioni. Andamenti che si spiegano sia con un aumento della concorrenza e della trasparenza sui conti correnti, sia con la minore propensione al rischio da parte degli investitori.

**SENTIAMO LA RESPONSABILITÀ DI RISPONDERE AI BISOGNI DELLA SOCIETÀ, PUNTANDO SU QUALITÀ, TRASPARENZA E VICINANZA AI CLIENTI.**

## Sistemi di gestione e verifica

Anche quest'anno abbiamo conseguito risultati commerciali di rilievo, confermando il nostro inserimento di mercato nei principali settori di attività e accrescendo, sia in quantità che in qualità, il nostro patrimonio relazionale. Ciò è stato possibile grazie alla determinazione con cui abbiamo cercato di valorizzare al massimo la potenzialità dei clienti, con un'accresciuta cura della



relazione e del continuo sviluppo della fiducia. Tali fattori, in un contesto caratterizzato da crescente competitività e complessità regolamentare, si confermano chiave nell'attività. La competenza professionale, la rapidità nelle risposte, l'enfasi sulla customer satisfaction e, in termini generali, la ricerca di una sempre maggiore qualità del servizio, ci consentono, infatti, di rispondere al meglio ai bisogni di gestione del risparmio delle famiglie e di assicurare un efficace supporto finanziario e di consulenza alle imprese.

La positiva dinamica che si rileva, premia lo sforzo dell'azienda per migliorare la sua prossimità al cliente. Lo facciamo, sia intensificando i contatti diretti (almeno una volta l'anno per il 59% dei clienti retail), sia attraverso modelli di servizio e piattaforme commerciali, in costante sviluppo.

Per supportare e dare oggettività alla qualità della funzione commerciale, numerosi servizi, sia interni che al cliente, sono certificati Iso 9001:

- mutui per i privati;
- operatività tramite canali remoti;
- tesoreria e cassa per gli enti locali;
- formazione del personale;
- servizi per l'estero;
- recupero crediti.

### GESTIONE DEI RAPPORTI

Negli ultimi anni abbiamo fatto significativi investimenti tecnologici e formativi per realizzare modalità di gestione dei rapporti con i clienti (Customer relationship management – Crm) efficaci e innovative.

Le attività riguardano:

- la conoscenza dei clienti, con analisi e sistemi informativi per identificare e sviluppare offerte commerciali ad hoc;
- l'interazione con i clienti, anche attraverso lo sviluppo di strumenti



che supportano la rete di vendita nella rilevazione e valorizzazione dei riscontri dei clienti;

- customer satisfaction, per il monitoraggio ed il miglioramento continuo della soddisfazione dei clienti.

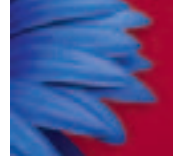
A presidio di tali attività è stata costituita una struttura dedicata in staff al Direttore generale.

### INNOVAZIONE

Tensione verso il cambiamento ed innovazione sono fattori chiave per rispondere sempre in modo adeguato alle mutanti esigenze della società, e competere con successo nel tempo. Vi investiamo quindi con convinzione.

Quest'anno la nostra spinta ad innovare è stata particolarmente intensa in ambito commerciale, anche con numerose nuove proposte per fasce sociali emergenti e clienti "non standard", quali immigrati e lavoratori atipici (vedi paragrafo "inclusione finanziaria"), e per supportare gli investimenti in campo ambientale (vedi capitolo "ambiente").

Rilevanti anche gli investimenti in tecnologia, con la realizzazione di circa 1.200 nuove applicazioni, per una spesa complessiva di 103,7 milioni di euro (+43% dal 2005). Si segnala, in proposito, l'accordo con Microsoft per la "filiale del futuro": sarà realizzata una piattaforma strumentale innovativa per sviluppare la componente tecnologica dei servizi al cliente, in un'ottica di multicanalità. Tra le nuove funzionalità offerte, vi sarà la possibilità di dialogare con la filiale ed il call center tramite telefonia IP (sistema per le comunicazioni vocali su reti con Protocollo Internet - IP), videoconferenza, messaggistica istantanea tramite computer, dispositivi mobili. Il cliente potrà così effettuare operazioni bancarie in sicurezza (tramite sistemi di identificazione, quali smart card), passando in modo semplice e veloce da un canale telematico all'altro per richiedere informazioni e consulenza sui nostri prodotti e servizi.



Un'altra innovazione della "filiale del futuro" consiste nella possibilità di fissare un appuntamento in filiale attraverso il video-sportello online: il cliente potrà collegarsi al call center tramite messaggistica istantanea, comunicando con l'operatore attraverso video chiamata; l'appuntamento così fissato viene automaticamente inserito nell'agenda elettronica del gestore finanziario, dandone conferma al cliente via SMS o e-mail.

### CUSTOMER SATISFACTION

Per il secondo anno consecutivo abbiamo rilevato la soddisfazione dei nostri clienti retail e della rete di promozione finanziaria, attraverso un'estesa indagine telefonica (14.000 interviste). I risultati sono positivi, sostanzialmente in linea con il precedente monitoraggio. Più del 75% degli intervistati si dice soddisfatto o molto soddisfatto del proprio rapporto con la banca, mentre gli insoddisfatti sono il 5%. L'indice di gradimento è dunque alto (+0,47%, in una scala da -1 a +1), con alcune aree di attenzione legate a:

**MONITORIAMO LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI PER CONTINUARE A MIGLIORARCI.**

- rapporto costi/benefici per prodotti di investimento e conti correnti;
- supporto consulenziale;
- elevata concorrenza, specie nelle aree di insediamento storico.

Le criticità emerse dall'indagine saranno oggetto di azioni di miglioramento, con l'obiettivo di fondo di sviluppare e diffondere sempre più la cultura dell'attenzione alla soddisfazione delle aspettative dei clienti.

Maggiori informazioni sulla customer satisfaction sono disponibili sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "i nostri valori".



## RECLAMI

Consideriamo i reclami opportunità di miglioramento, per superare conflittualità e recuperare fiducia e soddisfazione dei clienti.

D'intesa con le associazioni di consumatori gestiamo le conciliazioni delle controversie (reclami non accolti o non definiti in termini soddisfacenti per il cliente), per importi fino a 50.000 euro.

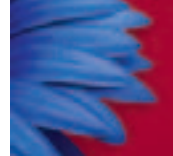
Quest'anno abbiamo ricevuto 4.752 reclami (-26% dal 2005) in relazione alla normale operatività bancaria, che siamo impegnati a definire entro 60/90 giorni. Attualmente non disponiamo di un monitoraggio dei tempi di risposta, per cui stiamo sviluppando idonei sistemi.

Sui reclami di Banca Monte dei Paschi di Siena, l'Ombudsman bancario è intervenuto in 148 controversie (5% del totale).

Ulteriori contestazioni da parte dei clienti hanno riguardato:

- la vendita di prodotti strutturati (BtpTel e BtpStrike) e piani finanziari (i casi My way e 4 You) - fenomeni sostanzialmente esauriti ed ormai riconducibili ad una gestione di tipo ordinaria, con residuali reclami per i piani (3.337 contro i 5.899 del 2005). In proposito, vi è stato un numero limitato di controversie che hanno seguito le vie giudiziarie, con sentenze a noi favorevoli nel 75% dei casi, essendo stata riconosciuta la legittimità e conformità normativa dei contratti. Gli esiti negativi sono, invece, riconducibili a carenze documentali o a criticità nel processo di collocamento;
- la clonazione di carte di credito/debito - problema di sistema per cui interviene il Fondo interbancario di garanzia a tutela dei consumatori;
- l'anatocismo (capitalizzazione trimestrale degli interessi) - abbiamo ricevuto ulteriori 540 contestazioni.

Per quanto concerne il comparto assicurativo, i clienti hanno avanzato 123 reclami (102 nel 2005, 138 nel 2004).



## Canali distributivi

Proponiamo la nostra offerta commerciale e teniamo i rapporti con i clienti attraverso un'articolata rete di canali di distribuzione e relazione. Dal punto di vista organizzativo, abbiamo costituito un'Area dedicata allo sviluppo dei canali tradizionali e innovativi e ridefiniti i presidi territoriali per un più efficace coordinamento delle attività a livello locale.

L'obiettivo è essere vicini ai clienti con adeguate strutture e risorse umane.

Riguardo a queste ultime, nel 2006 abbiamo portato al 32% il rapporto back office/ front office (dal 42% del 2005). La rete delle filiali conta 1.903 sportelli in Italia (36 all'estero) e 139 uffici di promozione finanziaria.

Nel 2006 l'abbiamo potenziata e razionalizzata con 50 aperture, verso l'obiettivo indicato dal Piano industriale di circa 200 nuove sedi entro il 2009. Sono stati inoltre attivati 36 nuovi centri specialistici (27 dedicati alle Pmi e agli enti, 9 ai clienti private) ed inseriti ulteriori 143 promotori. Gli Atm (sportelli automatici - in inglese Automatic teller machine) sono 2.233, anche essi in aumento.

### CANALI REMOTI

Per accedere ai nostri servizi bancari e informativi, un numero crescente di clienti sceglie canali alternativi allo sportello, quali internet, telefono fisso e mobile, call center.

I canali virtuali sono cresciuti in media del 9%, con 725.000 contratti in essere a fine anno. Maggiormente utilizzata è la piattaforma internet, sia da parte dei clienti retail che delle imprese: rispettivamente il 39% ed il 35% dei possessori di un contratto di internet banking vi hanno operato nel corso dell'anno.

L'attività di call center delle banche commerciali è stata accentrata in un'unica struttura, registrando complessivamente un aumento delle telefonate in arrivo



(+13%) e delle operazioni dispositive e informative (+11%), mentre l'attività di marketing è stata più mirata, puntando a migliorarne qualità ed efficacia. Agli operatori (115 a fine 2006) sono state destinate più di 8.000 ore di formazione, con l'obiettivo di svilupparne ulteriormente le competenze bancarie e fare evolvere la struttura in un più incisivo canale di distribuzione commerciale.

Il servizio clienti delle società assicurative del Gruppo ha gestito 76.000 telefonate e quasi 3.000 corrispondenze scritte.

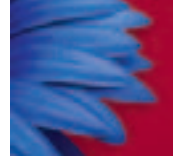
### ACCESSIBILITÀ

Siamo impegnati a rendere le nostre strutture ed i nostri servizi di più facile accesso per le persone con disabilità. Per questo stiamo eliminando le barriere architettoniche e rinnovando gli sportelli automatici, con nuove funzionalità rese possibili dagli sviluppi tecnologici e conformi a requisiti di accessibilità:

- piano di operazione ad altezza adeguata per i disabili motori (condizioni già presenti nel 20% degli Atm);
- tastiere in rilievo braille e attacco auricolari (requisiti standard delle nuove installazioni, già applicati in 850 Atm);
- adeguamento software per supportare le funzionalità audio per i non vedenti (completamento previsto entro la fine del 2007).

Sempre per i non vedenti:

- abbiamo realizzato una "security card" (tessera contenente i codici di accesso per l'effettuazione di disposizioni da remoto) in caratteri braille, per utilizzare i servizi di banca telefonica, un'esperienza innovativa in Italia;
- abbiamo seguito le linee guida Wai (Web accessibility initiative) nel rifacimento del nostro sito, per superare le barriere all'utilizzo di internet spesso incontrate da persone con problemi fisico-motori e visivi, anziani e da chi non dispone di strumenti tecnologici avanzati.



### SICUREZZA

Sistemi antifrode

Preveniamo frodi informatiche e furti d'identità (phishing), investendo in modo rilevante per assicurare i massimi livelli di sicurezza e riservatezza nell'utilizzo dei servizi bancari via internet. Il nostro sito è in proposito conforme allo standard di qualità Eitrust ideato dall'organismo di certificazione Dnv e anche per il 2006 non si registrano casi di phishing ed altri attacchi informatici. Le parti critiche dell'infrastruttura tecnologica sono in zona sicura e gli accessi ai servizi sono limitati e protetti da sistemi idonei ad evitare intercettazioni e fughe di notizie, quali:

- certificato residente nel computer del cliente (e dunque riconosciuto dalla banca);
- password personale, anche usa e getta, per accedere ai servizi da computer potenzialmente non sicuri.

Per evitare le frodi, non solo quelle informatiche, abbiamo avviato un progetto con l'obiettivo di:

- accrescere la cultura aziendale sul problema;
- scoraggiare attività illecite, aumentando i rischi per il colpevole di abuso;
- potenziare i controlli interni;
- sviluppare i necessari supporti informatici per rilevare con tempestività casi anomali.

Continuità operativa

La maggiore complessità delle attività aziendali, le crescenti interdipendenze tra intermediari finanziari, l'elevato utilizzo della tecnologia nei processi, i nuovi scenari di rischi (che devono ormai considerare anche l'eventualità di attacchi terroristici), hanno reso necessario adeguare il complessivo sistema per la loro gestione, anche in recepimento di quanto stabilito dal Comitato di Basilea e dalla normativa emanata da Banca d'Italia.



Siamo perciò intervenuti, sia per prevenire e ridurre i danni potenzialmente causati da qualsiasi tipo di evento, sia per prepararci alla gestione di situazioni di crisi per la stessa continuità operativa (ad esempio, inagibilità prolungata degli uffici, interruzioni delle infrastrutture, assenza di personale indispensabile). In proposito, le nostre banche hanno definito appositi piani a garanzia dell'immediato ripristino e mantenimento dell'attività minima vitale dei processi aziendali chiave.

Piani di disaster recovery sono in atto per riavviare prontamente i sistemi informatici nel caso di gravi danni subiti dal centro elettronico centrale. Non si sono finora verificati malfunzionamenti dei sistemi di sicurezza di entità tale da pregiudicare la continuità dei servizi ai clienti. Attività di formazione, verifiche e simulazioni del piano sono in programma.

### Rischio rapina

Quest'anno abbiamo avuto 115 rapine (123 nel 2005), con un'incidenza di 6,2 ogni cento sportelli (6,6% nel 2005), inferiore alla media nazionale (11,8%).

Nelle filiali a più alto rischio, in aggiunta alle consuete misure di sicurezza (doppia porta a consenso, impianti di videosorveglianza, ecc.), sono attivi sistemi di controllo degli accessi a tecnologia biometrica, basata cioè sulla raccolta congiunta dell'immagine e dell'impronta digitale.

Attualmente, nella rete del Gruppo, ve ne sono 53. Considerata la loro efficacia (nelle filiali dove sono stati installati non si sono più verificate rapine) contiamo di applicare tali sistemi in misura sempre maggiore, nel costante rispetto delle norme in materia di tutela della privacy.



# Trasparenza e qualità della relazione con i clienti

## TRASPARENZA

Correttezza e trasparenza delle condizioni di vendita dei prodotti sono obiettivi chiave. Gli addetti all'attività commerciale sono preparati al rispetto delle norme che regolano i rapporti con il cliente e sono sensibilizzati a facilitare la sua comprensione dell'offerta. In questo modo cerchiamo di aiutare il cliente a chiarire i suoi effettivi bisogni, educandolo ad una gestione consapevole dei risparmi, orientata verso obiettivi di medio-lungo termine.

Da un punto di vista procedurale, nel 2006 abbiamo recepito le regole introdotte dal "decreto Bersani" circa la maggiore trasparenza della comunicazione al cliente nel caso in cui la banca cambi in senso sfavorevole le condizioni di conto corrente, modificando la relativa contrattualistica.

Per quanto concerne i servizi d'investimento, si è provveduto al costante aggiornamento della rischiosità dei prodotti venduti, cercando di migliorarne la conoscenza da parte dei clienti. A tale fine, andando oltre gli adempimenti imposti dagli organismi di vigilanza, abbiamo elaborato un approfondito questionario per rilevare la loro propensione al rischio e consapevolezza riguardo al rapporto rischio/rendimento degli strumenti finanziari.

Abbiamo continuato a puntare su formazione e sensibilizzazione degli addetti commerciali (più di 800 dipendenti hanno seguito un corso on-line della durata di 45 minuti) ed a seguire l'applicazione e gli sviluppi del progetto Patti Chiari promosso dall'Abi ([www.pattichiari.it](http://www.pattichiari.it)). Siamo certificati in relazione alle prime otto iniziative del progetto e stiamo lavorando al recepimento di quelle



recentemente lanciate (“investimenti finanziari a confronto” e “cambio conto”), per le quali contiamo di certificarci entro il 2007.

Quest’anno abbiamo anche partecipato, con il coinvolgimento diretto di vari dipendenti a:

- “Patti Chiari in città”, contribuendo a diffondere informazioni sul progetto tra i cittadini nelle maggiori città italiane;
- “Io e l’economia”, un programma di educazione finanziaria nelle scuole.

### ASCOLTO E DIALOGO

Crediamo che conoscere più a fondo problemi ed aspettative dei consumatori nel loro rapporto con il sistema finanziario riduca la probabilità di conflitti e contribuisca ad accrescere la nostra competitività.

Dal 2004 lavoriamo con le principali associazioni di consumatori italiane per approfondire ed affrontare in concreto temi all’origine di disagi finanziari, soprattutto per famiglie e piccoli risparmiatori. Ma anche per soddisfare gli effettivi bisogni dei nostri clienti, cercando soluzioni condivise ai problemi di comunicazione e relazione. Nel 2006, l’accordo (il Consumer lab) è stato rinnovato per ulteriori due anni, portando a 15 le associazioni partecipanti. Le attività hanno finora riguardato:

- la formazione del personale della rete commerciale. Le associazioni dei consumatori sono intervenute in corsi aziendali che hanno interessato circa 2.700 dipendenti sul tema “previdenza: nuova normativa e responsabilità sociale del risparmio”;
- la definizione di linee guida per una contrattualistica orientata al cliente, allo scopo di gestire meglio alcuni aspetti del rapporto banca-consumatore: più agevole leggibilità degli elementi economico-giuridici del contratto, predisposizione di appositi schemi per eventuali reclami, ampliamento dei



tempi per la presentazione della documentazione acquisibile dopo la stipula del contratto, ecc. I prodotti finora considerati sono stati: conti correnti, carte di credito e di debito, mutui;

- lo sviluppo di prodotti e servizi per fasce “deboli” di clientela (immigrati, persone diversamente abili, anziani, giovani, ecc.). Tra le iniziative realizzate: una carta in braille per l’accesso ai servizi di banca telefonica, l’offerta agli immigrati denominata “Banca Senza Frontiere”. È stata inoltre condivisa la metodologia di profilatura del rischio del cliente riguardo ai prodotti finanziari ed assicurativi;
- la definizione di linee guida per una informativa sui prodotti e servizi finanziari orientata al cliente. Sono state riviste le comunicazioni alla clientela per renderle più chiare e comprensibili, elaborando finora due guide su conti correnti e mutui.

Risultati, quindi, tangibili, che vogliamo continuare a sviluppare. Per questo, i lavori del Consumer lab continuano, incentrandosi per il biennio 2007-08 in ambiti quali:

### IL RAPPORTO BANCHE-CLIENTI

Il punto di vista delle associazioni di consumatori



#### Lo scenario

Commissioni troppo alte, pratiche anti competitive, scarsa trasparenza nella vendita dei prodotti, sono alcune delle critiche mosse da più parti alle banche ed evidenziate anche dal recente rapporto della Commissione Europea sul retail banking. Critiche che appartengono al vissuto di tanti cittadini e che, in questi anni difficili per l’economia nazionale e per effetto dei noti casi di risparmio tradito, sono notevolmente aumentate, allontanando la gente da un’istituzione, quella bancaria, fino a poco tempo fa considerata un riferimento sicuro, dove riporre assoluta fiducia.

#### Il ruolo delle associazioni dei consumatori

Come Associazioni riteniamo di fare la nostra parte per promuovere e difendere i diritti dei



consumatori. Per questo abbiamo denunciato e continuiamo a denunciare i problemi che vediamo nel rapporto con le banche, lavorando nelle sedi istituzionali e sostenendo i giusti reclami della gente. Lo facciamo con decisione ed aspra critica, ma crediamo comunque nell'importanza del dialogo con le banche. Il nostro ruolo però non è solo quello di esprimere critiche ed avanzare richieste, ma pure quello di formulare proposte per risolvere i problemi che segnaliamo. È comunque apprezzabile che le singole banche stiano iniziando a interrogarsi su come rendere più sostenibili e trasparenti i loro profitti, nell'interesse degli azionisti, dei clienti e degli altri stakeholder.

## Consumer-lab

Il Monte dei Paschi di Siena è tra queste, avendo intrapreso da tempo un percorso di riconsiderazione del suo rapporto con i consumatori, giungendo ad aprirsi ad un confronto diretto e costruttivo con noi e ad istituire, primo nel suo genere, un laboratorio consumeristico permanente. Il lavoro di tale laboratorio è iniziato nel novembre 2004 e sta riverberando effetti positivi sia sull'attività del Gruppo Mps che sulla sensibilità dei suoi uomini. Consumer-Lab sta facendo crescere anche noi. Il confronto sul campo per definire insieme concrete misure di miglioramento ci consente infatti di conoscere ancor più da vicino la realtà bancaria ed a focalizzare il nostro ruolo nell'interesse comune. Un'esperienza dunque di successo, che riteniamo debba essere d'esempio per altre aziende che, come Monte Paschi, credono nella centralità del cliente e vogliono far recuperare ai consumatori la fiducia nel sistema bancario italiano.

**Adiconsum, Adoc, Associazione Consumatori Utenti, Casa del Consumatore, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori, Adusbef, Assoutenti, Codacons**

*\* In considerazione del suo recente ingresso nel Consumer lab, l'associazione Codici ha ritenuto prematuro esprimere un giudizio di apprezzamento sulle attività svolte e/o in programma.*



- la formazione dei titolari delle nostre direzioni territoriali;
- principi e modalità di erogazione del credito;
- la profilatura dei clienti sui rischi degli investimenti, alla luce della direttiva europea MiFID sui mercati degli strumenti finanziari (2004/39/CE);
- l'analisi di prodotti per verificarne la trasparenza delle condizioni e la capacità di rispondere agli effettivi bisogni dei consumatori;
- le attività di Csr ed il bilancio sociale del Gruppo;
- la customer satisfaction.

Costanti aggiornamenti sulle attività sono disponibili sul sito [www.mps.it/consumer+lab/](http://www.mps.it/consumer+lab/)

In ambito assicurativo, Montepaschi Vita ha svolto quest'anno la prima indagine "Ascoltare il cliente", con l'obiettivo di rilevare i livelli di consapevolezza dei propri clienti circa i bisogni di protezione da nuove forme di rischio (insolvenza, difficoltà economica a causa di crescenti tassi di indebitamento delle famiglie, perdita del posto di lavoro). I risultati dell'indagine saranno utilizzati per sviluppare azioni mirate di informazione e sensibilizzazione.

## MARKETING E PUBBLICITÀ

Il marketing è costantemente impegnato nello sviluppo di prodotti e servizi sempre più in grado di offrire risposte adeguate e pronte a ogni segmento commerciale, compresi i più deboli e "non performing".

La pubblicità e le comunicazioni al pubblico sono sempre veritiere ed impostate su principi di massima trasparenza, completezza. La nostra comunicazione commerciale diretta (offerte di prodotti e servizi, indagini di soddisfazione, ecc.) è rivolta esclusivamente ai clienti che ne hanno dato il consenso.

Le comunicazioni destinate, direttamente o indirettamente, al pubblico sono sempre veritiere e non contengono informazioni o omissioni che possono risultare fuorvianti, alterandone l'attendibilità. Aderiamo al "Codice di autodisciplina pubblicitaria" e non abbiamo mai subito né una condanna né una citazione





per pubblicità ingannevole o in contrasto con il codice emanato dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria.

Secondo una recente indagine dell'associazione di consumatori Adusbef sui siti di 26 banche italiane, la comunicazione internet di Banca Monte dei Paschi di Siena è la migliore per trasparenza e completezza delle informazioni su prodotti e servizi.

### PRIVACY

Le informazioni riguardanti il Gruppo, i clienti ed altri soggetti, quali dipendenti, fornitori, amministratori, azionisti, sono trattate in modo confidenziale, nel rispetto delle leggi in materia di privacy.

A fine anno abbiamo aggiornato il documento programmatico della sicurezza, redatto ai sensi del decreto legislativo 196/03, riguardante:

- l'analisi dei rischi nel trattamento di dati personali;
- compiti e responsabilità;
- misure organizzative, fisiche e logiche per assicurare l'integrità dei dati personali e la sicurezza della loro trasmissione telematica;
- i programmi di formazione. In Banca Monte dei Paschi di Siena sono stati anche attivati un corso on-line di 40 minuti per gli incaricati al trattamento dei dati e una sessione di 2 ore nell'ambito della formazione ai neo assunti;
- i controlli interni. Sono state avviate verifiche sulle modalità di gestione dei dati affidate a società terze responsabili.

Vi sono state 282 richieste degli interessati di poter accedere ai dati personali in nostro possesso, tutte regolarmente soddisfatte, così come le interrogazioni del Garante per la privacy.



## Gestione aspetti sensibili e socialmente rilevanti

### INCLUSIONE FINANZIARIA

Le banche considerano con crescente interesse le aspettative e i bisogni anche di nuovi soggetti che si affacciano sul mercato, individuando soluzioni per una più completa inclusione finanziaria nella società. Vengono definiti prodotti e servizi che, secondo tradizionali logiche di economicità, sviluppano l'intervento bancario in ambiti quali, il contrasto all'emarginazione sociale (il 60% del totale attivo di sistema opera nel microcredito) e l'integrazione degli immigrati (in più di 1 milione sono già clienti bancari).

Anche noi indirizziamo proposte ad hoc a lavoratori precari, studenti, giovani coppie, anziani, immigrati, terzo settore, micro-imprese.

Quest'anno l'attività di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti è stata particolarmente intensa anche in questi ambiti, per cui abbiamo attivato specifici laboratori e cantieri di lavoro. Tra i mutui, abbiamo introdotto la possibilità di finanziare interamente l'acquisto della casa e di cominciare a pagare le rate dopo 13 mesi dalla stipula. I lavoratori a tempo determinato possono interrompere i pagamenti e la maturazione dei relativi interessi nei periodi di inattività (Mutuo on-off). Alle giovani coppie proponiamo tassi e condizioni favorevoli.

Sempre per i giovani, l'offerta è molto varia, per aiutarli nelle loro esigenze finanziarie di studio, primo lavoro, ecc. (Conto giovani più, Prs master). E inoltre, con la carta prepagata "spider" non è necessario aprire un conto corrente per effettuare le principali operazioni bancarie ed accedere ai servizi di banca diretta, con conseguente significativa riduzione dei costi.

Per gli anziani viene proposto un finanziamento vitalizio (PrestiSenior): a fronte



dell'iscrizione ipotecaria dell'immobile di proprietà, si potrà avere una rendita di 20 anni per affrontare con maggiore serenità i problemi della terza età, con la possibilità di "riscatto" da parte degli eredi, salvaguardando così il patrimonio familiare (cosa che non è possibile nel caso della "nuda proprietà").

Sosteniamo l'imprenditoria femminile e giovanile (136 finanziamenti per complessivi 5,6 milioni di euro erogati nel 2006 da Banca Monte dei Paschi di Siena), nonché la micro-impresa.

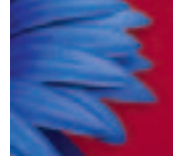
A tale proposito abbiamo definito una specifica offerta (Prs microbusiness), e partecipiamo a Smoat (Sistema microcredito orientato assistito toscano), un fondo rischi promosso dalla Regione Toscana per offrire servizi finanziari a imprenditori che, privi di adeguate garanzie per accedere al credito bancario ordinario, vogliono avviare una nuova attività. Banca Agricola Mantovana ha inoltre recentemente definito un accordo con il Comune di Mantova, stanziando 1,5 milioni da erogare in favore di progetti imprenditoriali promossi dai giovani.

Nel terzo settore interveniamo con uno specifico modello di servizio per una più efficace gestione di bisogni finanziari, profili di rischio e rapporti con soggetti generalmente considerati "atipici" dal sistema bancario. Quest'anno abbiamo inoltre aderito a "RID anch'io", l'iniziativa promossa da Abi in accordo con le principali organizzazioni non profit in Italia, dando la possibilità ai nostri clienti di fare donazioni tramite domiciliazione bancaria. Il vantaggio è duplice: il donatore può dare piccoli contributi per volta, a costi molto più bassi del normale, mentre il beneficiario, ricevendo contributi con maggiore continuità può pianificare e gestire meglio l'attività.

Maggiori informazioni sui nostri prodotti sono disponibili sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it).

### Banca Senza Frontiere

Proponiamo un'offerta strutturata di prodotti e servizi per gli immigrati, quale contributo per una loro più completa integrazione nel tessuto sociale ed economico italiano.



L'obiettivo è mettere a fuoco i bisogni degli immigrati attraverso il dialogo con i rappresentanti delle loro comunità e con le istituzioni che ne tutelano i diritti e gli interessi (istituzioni ecclesiastiche e umanitarie, ambasciate e consolati, associazioni etniche, di volontariato, ecc.), allo scopo di affermarci quale loro sicuro riferimento bancario.

La proposta allo sportello si chiama "Banca Senza Frontiere", con condizioni agevolate per l'accesso ad alcuni servizi di base (conto corrente, mutuo, prestito personale, comprensivo anche di polizze assicurative contro gli infortuni e la perdita del lavoro, bonifici gratuiti verso il paese d'origine, ecc.) ed a prodotti quali:

- carte prepagate-ricaricabili (gratuite);
- fidejussioni per l'affitto della casa (in alternativa alle cauzioni);
- piani di accumulo con soglia di accesso ridotta rispetto allo standard;
- polizze assicurative a copertura anche delle spese per cure mediche o per il trasferimento di un familiare.

Ma ciò che più caratterizza l'offerta è la gratuità del trasferimento delle rimesse verso i Paesi d'origine. Inoltre, grazie ad accordi con primarie banche estere corrispondenti (in Albania, Marocco, Senegal), anche i familiari dell'immigrato possono usufruire di condizioni agevolate su servizi di conto corrente. "Banca Senza Frontiere" è dunque il principale strumento commerciale su cui facciamo leva per sviluppare una fascia di clientela con crescenti potenzialità (gli immigrati rappresentano oggi il 5% della popolazione italiana e sono in progressivo





umento), ma che vuole anche essere un contributo per sostenerne l'integrazione nella società, aiutando nel contempo la crescita di Paesi ad economia arretrata. Fino ad ora si registrano 265.000 clienti (128.000 provenienti da Paesi ad alto tasso di emigrazione), 116.710 conti correnti e 35.488 mutui. Numeri che collocano il Gruppo Mps ai primi posti in Italia per i servizi agli immigrati.

## MICROCREDITO DI SOLIDARIETÀ SPA



**Le caratteristiche di quanto oggi praticato da Microcredito di Solidarietà Spa sono:**

- nessuna garanzia materiale: i finanziamenti sono concessi a fronte di un giudizio di moralità e responsabilità dell'assistito
- prestiti d'importo medio 5 - 10.000 euro
- tasso d'interesse: 4,50 fisso senza spese ad esclusione di quelle fiscali
- rata su misura: il cliente indica l'importo mensile; la società indica la durata sostenibile
- imborso anche modulare: il cliente paga mensilmente gli interessi e decide se e quanto ridurre il debito in linea capitale, nel rispetto della scadenza finale.

Punto fondamentale dello schema di governance della società è il ruolo delle associazioni di volontariato, che apportano un valore aggiunto di fondamentale importanza, rilevando direttamente sul territorio il fenomeno della povertà e del disagio e certificando la moralità, la correttezza e l'effettivo stato di bisogno del richiedente.

Per gli elementi di novità nel panorama bancario tradizionale, l'iniziativa è stata selezionata tra i 120 casi presentati al II° European MarketPlace, la fiera della Csr patrocinata dalla Commissione Europea, ed è risultata tra i finalisti della IV edizione del Sodalitas Social Award.



## Microcredito

Abbiamo un'esperienza in attività di credito solidale ormai lunga dieci anni. Dal 1996, infatti, operiamo insieme ad una primaria associazione di volontariato senese (Arciconfraternita di Misericordia ed Istituzioni Riunite di Siena) nella concessione di piccoli prestiti ai meno abbienti ed ai bisognosi. I finanziamenti, per lo più garantiti al 50% da un fondo gestito dalla Fondazione Toscana per la prevenzione dell'Usura, hanno superato quota 19,5 milioni di euro (circa 5 milioni nel 2006).

In continuità con questa esperienza, è stata costituita Microcredito di Solidarietà Spa, una finanziaria specializzata nel microcredito, partecipata al 40% da Banca Monte dei Paschi di Siena e, per la restante parte del capitale, dalle istituzioni pubbliche, religiose e di volontariato senesi. La società, iscritta da giugno 2006 nel registro dell'Ufficio Italiano Cambi, è attualmente operativa in provincia di Siena, con una decina di prestiti già concessi, per un valore complessivo di 33.000 euro.

## COSTI DEI SERVIZI BANCARI

Negli ultimi anni, una serie di indagini conoscitive, da ultimo quella della Commissione Europea, ha evidenziato come i costi dei servizi bancari, in particolare dei conti corrente, siano in Italia superiori, anche in maniera significativa, a quelli prevalenti nel resto dell'Unione Europea.

Anche il Governo italiano, con i cosiddetti "decreti Bersani", è intervenuto sulla questione allo scopo

di accrescere la concorrenza tra banche, a vantaggio di famiglie e imprese e della competitività internazionale delle nostre banche.

Il Gruppo Mps è stato tra i primi gruppi bancari che ha adeguato il proprio comportamento a quanto richiesto dal mercato e, successivamente, dalla stessa normativa in materia creditizia, azzerando i costi di chiusura dei conti correnti e di trasferimento dei titoli.

Un'altra iniziativa di rilievo, in collaborazione con le Associazioni dei consumatori,

**VOGLIAMO FARE SÌ CHE I NOSTRI PRODOTTI SIANO ACCESSIBILI A TUTTI.**



è rappresentata dalla realizzazione di una “Guida alla lettura dell’estratto conto corrente”. Riteniamo, infatti, che il tema della trasparenza nei servizi nasca, prima ancora che dai livelli di costo, dalla mancanza di un linguaggio comune, che con questa guida vogliamo contribuire a sviluppare.

## GESTIONE RESPONSABILE DEL CREDITO

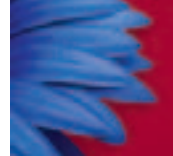
La nostra politica commerciale è sempre orientata alla ricerca di un equilibrio tra supporto finanziario a famiglie e imprese ed i relativi profili di rischio. Applichiamo cioè criteri stringenti nelle nostre valutazioni di affidabilità, aiutando i clienti nella gestione del debito.

### IL SOVRAINDEBITAMENTO DELLE FAMIGLIE ITALIANE

L’indebitamento delle famiglie italiane ha continuato a crescere anche nel 2006, con riguardo sia ai mutui ipotecari che al credito al consumo, ma rimane circa la metà del valore osservato nell’Unione Europea, collocandosi attorno al 46% del reddito disponibile.

Il sistema creditizio non ha, peraltro, ancora sperimentato un sostanziale aumento dei “conti in rosso”, sebbene si comincino a intravedere segnali di difficoltà nel rimborso dei prestiti (flussi di sofferenze delle famiglie in aumento del 16%, più della crescita degli impieghi), in parte dipesi anche dall’aumento dei tassi di riferimento da parte della Banca centrale europea (+1,25% nel 2006).

Ad esempio, a coloro che hanno in portafoglio più di un finanziamento, magari con diversi intermediari, proponiamo un prestito personale denominato “Prs Una”, che permette di consolidare in un’unica rata più esposizioni debitorie, con conseguente miglioramento del flusso di cassa: la nuova rata è, infatti, inferiore alla somma delle rate dei prestiti rifinanziati.



Riconosciamo che a seguito delle recenti variazioni dei tassi d’interesse sui mutui, molti clienti possano trovarsi in difficoltà per il pagamento delle rate. Per questo proponiamo un mutuo a tasso variabile con “cap” che limita gli effetti di rialzi dei tassi, definendo da subito il valore massimo della rata. Siamo impegnati a rendere più chiare possibili le informazioni sui nostri prodotti. Lo facciamo anche in collaborazione con le associazioni di consumatori, con guide di facile uso.

## GESTIONE RESPONSABILE DEGLI INVESTIMENTI E CONSULENZA

Conflitti d’interesse nella gestione del risparmio

In Italia, oltre il 90% delle società di gestione del risparmio (sgr) sono controllate da banche. Tale struttura ha sicuramente contribuito a spingere la forte crescita che negli ultimi anni ha interessato l’industria italiana dei fondi comuni e ad avvicinare le famiglie ai servizi di gestione del risparmio. Tuttavia, come più volte sottolineato anche dal Governatore della Banca d’Italia, tale struttura determina inevitabilmente potenziali conflitti d’interesse tra le sgr e le banche. Inoltre, il prevalente utilizzo da parte delle sgr di un mercato incentrato sulla clientela “fedele all’azienda”, potrebbe rappresentare un ostacolo alla ricerca di efficienza ed innovazione.

Nel caso della nostra società di gestione del risparmio (MP Asset Management sgr), la potenziale insorgenza di conflitti d’interesse con le realtà bancarie del Gruppo è limitata dal rispetto delle indicazioni del “protocollo di autonomia” emanato da Assogestioni, prevedendo, tra l’altro, la presenza di amministratori indipendenti. La sgr ha inoltre un proprio codice etico, definito da un Comitato indipendente, di natura consultiva, espressione degli interessi di clienti, dipendenti, azionisti, ed altri stakeholder. Il Comitato svolge una funzione di raccordo tra gli organi di vertice della società e tutti gli stakeholder, presidiando l’applicazione del Codice (il codice è disponibile sul sito [www.mpsam.it](http://www.mpsam.it)). Sottolineiamo, infine, che la nostra offerta di fondi è fortemente orientata al multi-marca, con un’incidenza dei fondi di terzi nelle gestioni patrimoniali del Gruppo pari al 38%, superiore alla media del sistema (28%, fonte Assogestioni).



### Gestione degli investimenti

Investiamo i risparmi dei nostri clienti cercando di rispondere al meglio alle loro varie esigenze, siano essi piccoli risparmiatori o grandi investitori istituzionali.

L'attività è trasparente e cerchiamo sempre di svolgerla con la massima correttezza ed integrità, consapevoli dell'importante responsabilità sociale insita nella "riallocazione" di risorse economiche nei mercati finanziari.

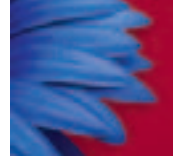
Negli investimenti, la sgr si orienta sempre verso aziende con buoni standard di governance e trasparenza, gestendo inoltre una specifica gamma di fondi etici.

Le commissioni dei fondi sono state concentrate in un'unica voce di spesa per renderli più trasparenti e comprensibili. In media il loro valore è inferiore al Ter (Total expense ratio, ovvero il costo reale che il fondo sostiene ogni anno) degli ultimi tre anni.

Diamo informazioni aggiornate su prodotti, performance e attività della sgr, nonché sui mercati finanziari e lo scenario macroeconomico, per consentire ai clienti attuali e potenziali di curare con maggiore consapevolezza i propri investimenti. A tale fine utilizziamo il sito internet [www.mpsam.it](http://www.mpsam.it), le "comunicazioni ai partecipanti ai fondi" ed il magazine "Mps Monitor". Dal 2007, ai sottoscrittori dei nostri fondi etici, sarà inoltre destinata una specifica informativa periodica, Dialogos, con approfondimenti sui temi della Csr. L'attenzione posta agli aspetti della trasparenza trova evidenza nell'esiguo numero di reclami avanzati: appena 6, tutti inconsistenti e pertanto non accolti.

### Investimenti socialmente responsabili

Proponiamo nel mercato una gamma di prodotti etici: il sistema Ducato Etico. Sono tre fondi (Etico Fix, Etico Geo, Etico Flex Civita) che investono in società ritenute solide sul piano patrimoniale e profittevoli dal punto di vista finanziario e che:



- non inquinano e cercano di minimizzare l'impatto ambientale della loro attività;
- non sfruttano il lavoro minorile;
- non operano in settori moralmente discutibili;
- rispettano le norme sulla sicurezza del posto di lavoro;
- non discriminano i lavoratori e garantiscono a tutti uguali opportunità;
- rispettano la libertà di associazione e l'attività sindacale;
- adottano modelli di governance adeguati e trasparenti;
- escludono rapporti diretti con dittature e regimi oppressivi e che violano i diritti umani;
- non abusano della loro posizione sul mercato.

Per la loro gestione interviene il Comitato degli investimenti etici e vige una collaborazione con SAM (Sustainable Asset Management), tra i maggiori operatori mondiali nel settore degli investimenti socialmente responsabili.

Parte delle commissioni è destinata a progetti d'utilità sociale (vedi capitolo "comunità") e, nel caso di Ducato Etico Civita, all'omonima associazione, per la tutela e valorizzazione del patrimonio storico, artistico e ambientale.

A fine anno il patrimonio complessivo dei tre fondi è di 98 milioni di euro, pari allo 0,64% del totale degli asset gestiti dalla sgr.

Maggiori informazioni sui nostri fondi etici sono disponibili sul sito [www.mpsam.it](http://www.mpsam.it).

### Fondi pensione complementari

La nuova legge finanziaria ha anticipato al 1° gennaio 2007 l'entrata in vigore della normativa sulla previdenza complementare. Di conseguenza, entro il 30 giugno gran parte dei dipendenti delle aziende private dovranno decidere la destinazione del proprio Tfr (il trattamento di fine rapporto). Un cambiamento di grande rilevanza sociale, volto a garantire una valida copertura pensionistica anche per le giovani generazioni.



In tale contesto, è prevedibile un consistente sviluppo dei fondi pensione e delle polizze individuali pensionistiche proposti dagli intermediari finanziari.

Il Gruppo Mps ha già specifiche offerte, che intende sviluppare ulteriormente per incontrare le nuove e varie esigenze dei suoi clienti. A fine anno i nostri fondi pensione (Kaleido e Paschi previdenza) hanno 56.298 aderenti, per un patrimonio complessivo di 312 milioni di euro (+14% dal 2005) e una quota di mercato intorno al 9%.

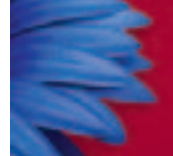
Il nostro interesse per questo settore d'attività è alto: come dimostra anche il recente accordo con la compagnia assicurativa francese AXA per la realizzazione di una partnership strategica di lungo periodo nella banca-assicurazione, vita e danni e, appunto, nella previdenza complementare.

### Consulenza e promozione finanziaria

L'attuazione della direttiva europea 2004/39/CE - Mifid (in vigore dal novembre 2007) rappresenta un fondamentale passaggio nella costruzione di un mercato unico europeo per i servizi finanziari, più trasparente e competitivo, aperto alla crescente concorrenza anche degli intermediari non bancari.

Tra le principali novità vi è la nuova disciplina sulla consulenza finanziaria, che passa da servizio accessorio a servizio di investimento, sottoposto ad autorizzazione e riservato a intermediari abilitati. Alle banche e alle reti di promozione, la nuova disciplina offre l'opportunità di remunerare il servizio, portando ad una modalità più trasparente di relazionarsi con la clientela.

Mps Banca Personale è pronta a questa importante evoluzione del mercato in quanto già attualmente fornisce un servizio di consulenza su una gamma ampia di prodotti di terzi, mettendo a disposizione dei propri promotori (720) oltre mille tra i migliori fondi e sicav (società d'investimento a capitale variabile) del mondo, senza privilegiare alcuna specifica casa d'investimento, evitando così l'evenienza di conflitti d'interesse.



Quest'anno, inoltre, ha definito e condiviso con i dipendenti ed i promotori il proprio sistema valoriale (il progetto "convergenza e distintività"), responsabilizzando i manager della rete di vendita a indirizzare l'attività in coerenza con il codice deontologico della professione, in una logica di centralità del cliente, correttezza e trasparenza dei comportamenti.

La prima indagine di customer satisfaction ha evidenziato buoni livelli di gradimento del servizio (il 60% dei clienti si è detta soddisfatta o molto soddisfatta), con giudizi negativi dal 16,2% degli intervistati.

### Gestione fiduciaria

Gestiamo con la massima riservatezza i patrimoni dei clienti fiduciari.

La società del Gruppo Mps a ciò dedicata (Monte Paschi Fiduciaria) è attenta ad evitare comportamenti elusivi da parte del cliente. Prima di assumere un incarico, infatti, verifica non solo l'attività e la sua consistenza patrimoniale ma anche l'origine dei beni che intende affidare e la moralità, con particolare riguardo ad eventuali violazioni della normativa sull'antiriciclaggio.

Tra i servizi, rilevano per finalità etico-sociali:

- un trust per attività filantropiche, che consente al cliente di valorizzare la propria propensione alla solidarietà, canalizzandone le beneficenze senza i costi altrimenti legati alla costituzione di un fondazione o di una onlus;
- un trust per soggetti deboli, a cui i genitori o tutori di disabili, tossicodipendenti, alcolisti, ed altre persone bisognose di cure, possono affidarsi per la gestione degli oneri assistenziali.

### GESTIONE RESPONSABILE DEI RAPPORTI CON LE IMPRESE

Le piccole imprese sono l'ossatura dell'economia italiana.

A loro ci rivolgiamo con i nostri prodotti e servizi, per sostenerne l'attività, dall'avviamento, alla ricerca ed innovazione, allo sviluppo di nuovi mercati, anche esteri, aiutandole nella gestione dei connessi rischi finanziari.



Per questo abbiamo strutture e risorse dedicate (108 centri specialistici, con 682 addetti). Negli ultimi anni abbiamo sviluppato ulteriormente il nostro supporto alle imprese per aiutarle a prepararsi alle nuove regole di accesso al credito e di verifica della loro adeguatezza patrimoniale, introdotte dall'Accordo internazionale "Basilea 2". Lo abbiamo fatto collaborando con le istituzioni, quali Regione Toscana, confidi ed associazioni di categoria, ed investendo in formazione interna (3.500 persone coinvolte nel 2006).

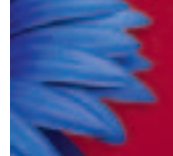
Anche nel 2006, crediamo di essere stati partner affidabili degli enti locali per lo sviluppo economico delle comunità. Con 34 centri specialistici e 95 addetti analizziamo i bisogni dei territori, partecipando a vari tavoli di concertazione per la programmazione economica e degli investimenti nelle piccole e medie imprese. Tra le iniziative, è di rilievo il "bond di sistema Toscana", un innovativo piano di assistenza creditizia, definito con Fidi Toscana e la Regione, che ha finora distribuito 250 milioni di euro.

Come di consueto, abbiamo gestito strumenti di finanza agevolata, tra cui:

- i contributi alle imprese in aree ad economia arretrata, ai sensi della Legge 488;
- i fondi ministeriali per la ricerca e l'innovazione tecnologica.

In quest'ultimo ambito, abbiamo fatto un accordo con il Consiglio nazionale delle ricerche per sostenere la ricerca applicata, quale fattore chiave per la crescita di competitività delle imprese italiane, puntando a coinvolgere sul campo le associazioni di categoria.

Con i nostri prodotti vogliamo partecipare agli obiettivi nazionali sulla sostenibilità, finanziando l'impegno delle imprese italiane ad assicurare ambienti di lavoro sicuri e salubri (nel 2006, in convenzione con Inail, abbiamo finanziato 485 progetti, per complessivi 23 milioni di euro), e per migliorare la propria efficienza energetica e compatibilità ambientale (vedi capitolo "ambiente").



Altro ambito in cui siamo intervenuti con decisione è quello dell'internazionalizzazione, supportando le realtà italiane nelle loro sfide imprenditoriali all'estero. Per questo, abbiamo sviluppato un'articolata offerta commerciale ed uno specifico modello di servizio e consulenza (International partner). Tra le iniziative di maggiore rilievo, la realizzazione, in accordo con Ice (Istituto nazionale per il commercio estero), di una carta servizi che, a condizioni molto favorevoli ed in misura illimitata, consente alle imprese di avere informazioni su criticità ed opportunità nei vari mercati esteri, e di accedere in forma agevolata ai nostri strumenti e servizi finanziari.

In proposito, rileva l'importanza che International partner dà agli impatti sociali delle attività cui si affianca. In tale senso, non gradisce progetti di delocalizzazione totale o finalizzati ad obiettivi principalmente speculativi, tipici, ad esempio, del settore immobiliare.

Anche nei mercati finanziari abbiamo una certa attenzione per le piccole imprese e per quelle che svolgono funzioni ad elevata utilità sociale ed ambientale:

- gestiamo il maggior numero di fondi mobiliari chiusi (private equity) che investono nell'avviamento e nella crescita di imprese non quotate, ad alto potenziale (326 milioni di patrimonio complessivo). Tra i nuovi strumenti lanciati nel 2006 da Mps Venture, vi è Emilia Venture, un fondo dedicato alle piccole imprese (con fatturato minimo di 5 milioni di euro), specializzato dunque in un segmento di mercato finora ignorato dagli altri operatori;
  - siamo tra i soggetti promotori del Mac (Mercato alternativo del capitale), un sistema di scambi riservato agli investitori professionali, che faciliterà l'accesso delle piccole imprese al capitale di rischi;
  - partecipiamo al capitale di enti e organizzazioni i cui fini societari comprendono lo sviluppo del territorio, la promozione sociale, la sostenibilità ambientale.
- I principali investimenti hanno un valore complessivo di 108 milioni di euro.

# Personale



## Personale

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



Il successo della nostra attività dipende dalla qualità e dall'impegno delle persone che lavorano con noi.

Se sapremo valorizzarle, ciò si rifletterà positivamente nei rapporti con i clienti e dunque sulle performance e la competitività.

Adottiamo un approccio manageriale alla gestione del personale, nell'intento di assicurare, in un quadro di pari opportunità, i più alti livelli di coinvolgimento e motivazione, con costante cura della qualità dei rapporti interni, della cultura e del clima aziendale.

## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Potenziare e migliorare l'offerta formativa	Sono stati investiti più di 5 milioni di euro, erogando in media, 4,35 giorni pro capite. Sono stati attivati percorsi professionali per la copertura di posizioni chiave/critiche, attraverso specifica formazione	Pubblicare la politica di gestione delle risorse umane





Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Migliorare l'efficacia della formazione sulla Csr	<u>Attività non realizzata</u> Si conferma l'obiettivo	Sviluppare programmi di formazione sulla Csr
Realizzare interventi sociali per i dipendenti	<u>Attività in corso</u> Sono stati attivati gruppi di lavoro e commissioni paritetiche con le organizzazioni sindacali per trattare temi quali: pari opportunità, clima interno, responsabilità sociale d'impresa, con l'obiettivo di migliorare la qualità lavorativa e personale	Fare interventi per migliorare il bilancio tra impegni di lavoro e vita privata e familiare (asili nido, mobilità sostenibile, tutela della salute, ecc.)
Conseguire la certificazione Ohsas 18001 per la gestione della salute e sicurezza nel lavoro	<u>Attività in corso</u> Il sistema di gestione è stato sviluppato ed è attualmente in fase di test	Conseguire la certificazione Ohsas 18001
		Sviluppare sistemi per rilevare opinioni, suggerimenti, segnalazioni, livelli di soddisfazione e lamentele del personale
		Individuare fattori di sostenibilità da integrare nella gestione per obiettivi del personale

## Sistemi di gestione e verifica

La nostra strategia sul personale (Piano di sviluppo delle politiche e della funzione risorse umane 2006-09) definisce gli strumenti e le politiche di gestione che devono supportare le quattro aree sui cui intendiamo continuare a concentrarci:

- elevare i livelli professionali e manageriali dei dipendenti, con particolare riguardo alle capacità relazionali;
- assicurare la migliore copertura dei ruoli critici per l'attività, mediante idonei percorsi professionali, formativi e di carriera, con una particolare attenzione ai giovani;
- dare continuità al management, attraverso la definizione dei comportamenti attesi e il monitoraggio delle qualità manageriali disponibili;
- riconvertire e riqualificare, nell'ottica di ulteriore sviluppo del "front office", i dipendenti che si sono resi disponibili a seguito della revisione organizzativa avviata quest'anno.

A livello gestionale, rileva, in particolare, che:

- abbiamo definito un nuovo modello di sviluppo delle risorse umane, che accentra le attività di programmazione e monitoraggio della crescita professionale, puntando a valorizzare senso di appartenenza, qualità del servizio, etica della responsabilità;
- con il sistema "PaschiRisorse" censiamo le conoscenze e capacità dei dipendenti, verificandone la rispondenza con le caratteristiche dei relativi ruoli. In questo modo, tenute presenti aspirazioni individuali e dinamiche organizzative, individuiamo i percorsi di crescita per ciascun dipendente;



- l'attività di formazione è svolta in qualità (la gestione è certificata Iso 9001);
- i dipendenti sono aggiornati sulle politiche e attività aziendali e coinvolti in pratiche di scambio e condivisione delle conoscenze, per cui quest'anno abbiamo anche attivato uno specifico canale intranet (Risorse umane e formazione) ed una newsletter elettronica settimanale (FiloDiretto7);
- le relazioni interne si incentrano sul costante dialogo con le organizzazioni sindacali. Quest'anno abbiamo lavorato, in particolare, ai nuovi contratti integrativi aziendali ed ai risvolti sul personale del nuovo piano industriale. Dal 2007, ci confronteremo anche sui temi dell'ambiente e della responsabilità sociale d'impresa;
- le selezioni avvengono su base territoriale, in una logica di più efficiente inserimento dei neo assunti.

# Profilo del personale e dinamiche occupazionali

Nel Gruppo Mps lavorano 24.348 persone (la forza effettiva è 24.262, non considerando i distaccati in società terze e gli addetti alle pulizie), quasi tutte a tempo indeterminato (97%) e residenti in Italia (97,5%). Il 6,3% è in part time. L'età media è 41,6 anni, in progressiva diminuzione (42,7 nel 2005). Il top management, rinnovato per i due terzi, ha un'età media di 49 anni. Il 45,3% dei dipendenti ha meno di 40 anni.

Rileviamo un'anzianità di servizio piuttosto bassa (38,3% è in azienda da meno di 10 anni), un'incidenza del personale femminile in continua crescita (41,8%), come pure quella dei laureati (27,5%).



Quest'anno vi è stata una riduzione degli organici dell'8,3%, essenzialmente connessa al trasferimento dell'attività di riscossione tributi all'Agenzia delle Entrate (2.084 persone). L'operazione, resasi necessaria a seguito della riforma del sistema esattoriale, ci ha visto impegnati con le organizzazioni sindacali a trovare la migliore soluzione per gli addetti, riconoscendo loro particolari attribuzioni di natura normativa ed economica, e assumendone 72 in Banca Monte dei Paschi di Siena.

**VOGLIAMO VALORIZZARE LE PERSONE, LE LORO QUALITÀ E COMPETENZE IN UN QUADRO DI PARI OPPORTUNITÀ.**

Altre operazioni di rilievo hanno riguardato:

- l'accentramento delle attività di call center;
- l'incorporazione in Banca Monte dei Paschi di Siena delle società Mps.net e Mps Professional;
- la ristrutturazione della Capogruppo bancaria (la direzione generale del Gruppo Mps) e della Rete territoriale.

Anche in questi casi, le connesse problematiche del lavoro sono state definite in accordo con le organizzazioni sindacali, con l'obiettivo di preservare e valorizzare, compatibilmente con le esigenze aziendali, le professionalità del personale coinvolto. In tale ambito, non vi sono stati conflitti tali da determinare contenziosi di carattere collettivo. Le dinamiche occupazionali sono state inoltre caratterizzate da una significativa ricomposizione interna a favore della Rete territoriale, con una crescita netta di 960 persone, che ha portato a 32% il rapporto back office/front office (era il 42% nel 2005), per effetto delle seguenti iniziative:

- consistenti uscite di personale ad elevata anzianità e grado (550 unità su 930 complessive, di cui 130 dirigenti), sostenute attraverso sistemi quali, l'Esodo incentivato ed il Fondo di solidarietà;



- l'assunzione di 820 giovani ad elevato potenziale, inseriti quasi interamente nella Rete, a supporto dei programmi di espansione territoriale ed il rafforzamento dei presidi commerciali specialistici;
- il trasferimento di circa 350 persone dalle strutture centrali alla Rete.

Quest'ultimo intervento sarà accompagnato da percorsi di riqualificazione individuali, la cui gestione, affidata ad un'unità organizzativa appositamente costituita, prevede le seguenti fasi di attività:

- analisi dei profili professionali, delle preferenze e della disponibilità al cambiamento di ciascuno dei dipendenti interessati, anche tramite colloqui individuali;
- condivisione di un piano di sviluppo;
- inserimento nella nuova attività e verifica dell'efficacia della formazione e dell'integrazione nel ruolo.

Le dimissioni volontarie sono state 206, con un turnover che si conferma quindi molto basso (0,9%).

# Formazione e gestione delle competenze

L'apprendimento e lo sviluppo sono essenziali in contesti in continuo cambiamento, perciò rivediamo regolarmente i nostri programmi di formazione ed i percorsi professionali, con processi di qualità (le attività di formazione sono certificate Iso 9001). Vogliamo, infatti, che i nostri dipendenti abbiano sempre le necessarie



competenze per operare con successo.

PaschiRisorse è lo strumento con cui rileviamo, monitoriamo e sviluppiamo le competenze interne, e attraverso il cui utilizzo è favorito un costante confronto tra i responsabili di struttura ed i loro collaboratori, quale fondamentale occasione motivazionale e di crescita.

Esso prevede:

- la mappatura dei ruoli aziendali e delle necessarie competenze;
- la verifica delle competenze disponibili ed analisi della loro adeguatezza rispetto ai ruoli;
- la definizione di un'offerta formativa per coprire i margini di crescita che si evidenziano.

Quest'anno abbiamo completato la verifica della copertura ruoli-competenze in Banca Monte dei Paschi di Siena, avviando l'attività anche nelle altre maggiori realtà del Gruppo.

Abbiamo, inoltre, attivato in Banca Monte dei Paschi di Siena percorsi professionali, per la copertura di posizioni chiave/critiche, attraverso specifica formazione (affiancamento nel lavoro, corsi in aula ed on-line). L'iniziativa, che sarà prossimamente estesa anche ad altre società del Gruppo, rileva sotto il profilo gestionale, in quanto consente di coniugare le esigenze aziendali (copertura dei ruoli, valorizzazione dei dipendenti, ecc.) con le aspettative individuali di crescita professionale e di carriera.

Particolare attenzione è riservata a:

- la "comunità del management", per individuare i dirigenti del futuro, rafforzandone opportunamente le capacità manageriali;
- le "risorse eccellenti", ad alto potenziale (tra cui anche diplomati di master organizzati in collaborazione con l'Università di Siena), per cui stiamo progettando un nuovo



sistema di individuazione, gestione e sviluppo, dei relativi percorsi di crescita.

### I MASTER ORGANIZZATI CON L'UNIVERSITÀ DI SIENA

**MEBS** - Master in Economia e Banca

**GINTS** - Master in Gestione delle Istituzioni Finanziarie e nuove Tecnologie dell'Informazione

**CIPMI** - Master in Controllo ed Innovazione delle Piccole e Medie Imprese

Nel 2006, 36 diplomati sono stati assunti in Banca Monte dei Paschi di Siena.

Allo scopo di promuovere e divulgare i temi della Csr, sosteniamo il master "Etica degli affari, del consumo e della responsabilità sociale".

### FORMAZIONE

Quest'anno lo sforzo formativo è stato potenziato, con riferimento a:

- gli aspetti tecnico-professionali, con l'obiettivo di sviluppare le capacità relazionali e di servizio tra gli addetti all'attività commerciale;
- la componente manageriale, per accrescere, soprattutto nella Rete, le capacità strategiche, quali leadership e visione.

Abbiamo investito più di 5 milioni di euro, erogando 105.532 giorni di formazione (in media, 4,35 giorni pro capite), in linea con l'attività del 2005.

Il 91% dei corsi si è svolto in aula (il restante 9%, su piattaforma intranet), l'87% ha avuto docenti interni, il 12% è stato fatto in affiancamento.



Vi ha partecipato l'83% dei dipendenti, segnalando livelli di gradimento elevati: 5,01 come valutazione complessiva dei corsi, e 4,97 per l'utilità nel lavoro, su un valore massimo di 6.

Gli interventi di maggiore rilievo sono stati:

- i corsi di base, incentrati su i temi della finanza, del credito, l'attività con l'estero, le risorse umane, cui hanno partecipato circa 7.000 dipendenti;
- la formazione specialistica sui risvolti operativi di Basilea 2;
- una sessione formativa con il top management sui temi dell'innovazione e della vision;
- i corsi di lingua inglese, che hanno coinvolto 518 persone.

## Remunerazione e piani pensionistici

La retribuzione è un fattore chiave per gratificare i dipendenti per il loro contributo ai risultati dell'azienda, prevedendo anche una componente variabile basata sulle prestazioni individuali.

Gli obiettivi sono assegnati in modo trasparente, così come i metodi di misurazione dei risultati e la determinazione dei premi. Ciò assicura una partecipazione consapevole e responsabile di tutti i dipendenti agli obiettivi e alle strategie aziendali. Il sistema incentivante dà peso al raggiungimento di obiettivi di creazione di valore economico-finanziario, ma, in misura crescente, anche a componenti qualitative delle prestazioni, quali gli aspetti inerenti alla customer satisfaction e alla crescita professionale.



Stiamo sviluppando un nuovo modello retributivo per i dirigenti: tenendo conto di criteri di equità interna, sarà maggiormente enfatizzato il loro contributo ai risultati in base ad area di attività e livello/peso della posizione ricoperta.

Quest'anno la quota variabile della retribuzione globale è stata in media pari a: 24,3% per i dirigenti, 8,5% per i quadri direttivi e 4% per gli impiegati. Sono stati premiati soprattutto i ruoli critici della Rete, quali titolari di filiale e loro sostituti, responsabili di linea.

La quota variabile si compone anche di azioni (stock granting). Questo per motivare ulteriormente i dipendenti nel perseguimento degli obiettivi aziendali, accrescendo il clima partecipativo. Quest'anno sono state assegnate gratuitamente 7.900.000 azioni ordinarie di Banca Monte dei Paschi di Siena.

Contribuiamo, inoltre, in misura considerevole alla previdenza complementare (24,5 milioni di euro) e alla copertura sanitaria dei dipendenti (14 milioni di euro), e ne riconosciamo la fedeltà, premiando le lunghe carriere interne (1,8 milioni di euro).

### PREVIDENZA

La gestione previdenziale per i dipendenti avviene attraverso due fondi negoziali chiusi:

- Cassa di previdenza aziendale;
- Fondo pensione complementare.

La Cassa si articola in due fondi: uno a prestazione definita e l'altro a contribuzione definita. Il patrimonio del secondo è alimentato anche da contributi dell'azienda in misura del 2,5% delle retribuzioni.

Il Fondo, a contribuzione definita, è riservato ai dipendenti assunti dal 1991. Senza fini di lucro, assicura prestazioni pensionistiche complementari del sistema obbligatorio. È alimentato da contributi dell'azienda per il 2,5% delle retribuzioni e



da contributi degli stessi dipendenti a carico degli iscritti dovuti in misura minima dello 0,50%, volontariamente elevabile fino al 10%.

I patrimoni mobiliari dei due strumenti sono gestiti secondo varie linee d'investimento, tra cui anche una a carattere etico, cui attualmente aderiscono rispettivamente il 2,7% ed il 4,4% degli iscritti.

## Ambiente di lavoro

Siamo impegnati ad assicurare condizioni e ambienti di lavoro soddisfacenti, per contribuire alla qualità della vita dei dipendenti. Preveniamo e seguiamo con senso di responsabilità situazioni potenzialmente lesive dei diritti e della stessa dignità dei lavoratori. Lo facciamo in collaborazione con le organizzazioni sindacali, verificando il costante rispetto delle relative previsioni contrattuali e dei principi internazionali di etica del lavoro, considerati dal Global compact delle Nazioni Unite e dalla norma Social accountability 8000. A quest'ultimo proposito, ricordiamo che Mps Banca per l'Impresa è stata la prima banca al mondo ad ottenere, nel 2004, la certificazione Sa 8000.

Registriamo segnali positivi:

- abbiamo un basso tasso di turnover (0,9%);
- diminuiscono gli straordinari (64 ore pro-capite nel 2006), le assenze per malattie e infortuni (quest'anno 6,9 giorni pro capite, contro 8,6 nel 2005) e provvedimenti disciplinari (52, da 77 nel 2005).

Ma anche criticità, con 190 controversie di lavoro (quasi tutte passive) riguardanti



413 dipendenti, in gran parte riconducibili a problemi evidenziati da personale delle gestioni esattoriali (199) inerenti alla previdenza integrativa.

### QUALITÀ DELLA VITA LAVORATIVA

Compatibilmente con le esigenze aziendali, d'intesa con le organizzazioni sindacali, cerchiamo di rendere maggiormente conciliabili il lavoro con le esigenze familiari, attraverso:

- la flessibilità d'orario (part time, tempi d'ingresso, uscita ed intervallo della giornata lavorativa);
- permessi ed aspettative retribuite in particolari momenti della vita personale (decesso di un congiunto, matrimonio, nascite, adozioni, cure e visite mediche, completamento degli studi);
- la tutela delle lavoratrici madri.

### PARI OPPORTUNITÀ E DIVERSITÀ

Diamo pari opportunità di inserimento e sviluppo al personale femminile. Vigiliamo insieme alle organizzazioni sindacali su eventuali criticità e fattori che potrebbero essere d'ostacolo, individuando gli interventi migliorativi da fare. Alle lavoratrici madri, al rientro dalla maternità, garantiamo un programma di aggiornamento professionale.

Alcuni dati:

- le donne sono il 41,8% della forza lavoro;
- occupano il 20,4% delle posizioni manageriali (dirigenti e quadri);
- nel 2006 le promozioni sono state al femminile per il 41%;
- il 93% dei part time è appannaggio delle donne.

Il personale disabile (1.128 persone) è messo in condizioni di lavorare al meglio, anche con postazioni e strumenti a loro più accessibili. In proposito è stato avviato un programma di interventi rivolto ai lavoratori non vedenti e ipovedenti che



saranno dotati di sistemi informatici (screen reader) che consentono la traduzione vocale o in linguaggio Braille dei documenti visualizzati sul monitor, rendendo così possibile l'utilizzo della posta elettronica e l'accesso all'intranet.

### SALUTE E SICUREZZA

Il Servizio di prevenzione e protezione presidia le attività per la cura della salute dei dipendenti e quelle, di natura più tecnica, di identificazione, valutazione e costante monitoraggio dei rischi per la sicurezza nei luoghi di lavoro.

Lo fa con personale interno qualificato (gli addetti al Servizio hanno svolto idonei percorsi formativi, la cui efficacia è stata attestata dall'Istituto di certificazione per la prevenzione – ICPprev) ed il costante confronto con i rappresentanti delle organizzazioni sindacali. In proposito, quest'anno è stato costituito un gruppo di lavoro paritetico per la condivisione e verifica, almeno semestrale, delle attività per la tutela della salute, con particolare riguardo ad aspetti di accessibilità ai disabili e all'utilizzo prolungato e ripetuto di videotermini.

Diamo la massima importanza e supporto alla formazione. Nel 2006 sono state coinvolte 2.550 persone in corsi su: la gestione dei rischi e delle emergenze incendio, il pronto soccorso, la prevenzione dei problemi connessi all'utilizzo dei videotermini. Abbiamo effettuato circa 100 prove di evacuazione.

Valutiamo i rischi in tutte le strutture ed attività del Gruppo, inerenti alle condizioni di sicurezza nel lavoro, l'igiene ambientale, l'ergonomia, gli impatti psicologici delle rapine. Per rilevare e tenere sotto controllo le situazioni in atto nei luoghi di lavoro ci avvaliamo di un'apposita procedura informatica (MpSafe) e della collaborazione di 25 referenti locali.

Per quanto concerne la cura della salute nel lavoro, operiamo un attento monitoraggio tramite il Servizio sanitario di Gruppo. In un'ottica di prevenzione, il Servizio ha effettuato esami medici a circa 1.400 dipendenti e 135 visite specialistiche. Vogliamo



migliorare gli standard di qualità del presidio delle attività. Per questo nel corso del 2006 abbiamo lavorato su organizzazione e processi della sicurezza, rendendoli conformi alle indicazioni della norma Ohsas 18001 (Occupational health and safety assessment series). Nel secondo semestre del 2007 contiamo di sottoporre il sistema a verifiche indipendenti per la relativa certificazione.

### ASCOLTO E DIALOGO

La gestione delle relazioni interne si fonda sul costante confronto con le organizzazioni sindacali, cui aderisce gran parte del personale (circa l'80%).

Insieme ad esse vogliamo conoscere il punto di vista dei dipendenti sulla responsabilità sociale dell'azienda, per migliorarci. Per questo abbiamo attivato appositi specifici organismi paritetici. Le aspettative dei dipendenti, le loro aspirazioni, preoccupazioni e motivazioni emergono anche dalla capacità di ascolto e dal dialogo che i vari gestori di risorse umane sono impegnati ad alimentare nell'attività di tutti i giorni, con l'obiettivo di realizzare un clima aziendale favorevole e propositivo.

In proposito, nell'ambito delle attività di PaschiRisorse, sono rilevate, tramite apposita scheda, le aspettative professionali di ciascun dipendente, che può anche riportarvi osservazioni in merito alle valutazioni espresse dal proprio responsabile. Osservazioni e commenti in libertà, che possono essere inoltrati anche alla casella di posta della newsletter FiloDiretto7.

Non è stata invece, finora, realizzata una diffusa indagine di clima aziendale. Un'esperienza al riguardo è stata fatta da MP Asset Management.



## Interventi sociali

Sosteniamo la socialità e la solidarietà tra i dipendenti. Quest'anno i contributi delle banche del Gruppo alle attività dei 57 circoli ricreativi, presenti in tutta Italia con 15.626 iscritti, sono stati pari a 445.000 euro complessivi.

Come detto, partecipiamo in misura rilevante ai fondi pensione, alla previdenza complementare e alle spese sanitarie dei dipendenti. Quest'anno abbiamo esteso anche a impiegati e quadri direttivi una polizza, già prevista per i dirigenti, che assicura una rendita vitalizia in caso di perdita permanente di autosufficienza nel compimento degli atti elementari della vita quotidiana (polizza Long term care).

Diamo loro, inoltre, aiuto morale e materiale attraverso sovvenzioni, prestiti ed altre forme di assistenza: per portatori di handicap, per lavoratori e figli studenti (più di 900.000 euro nel 2006), ecc.

Vi è in tale senso soprattutto l'opera delle Casse di muta assistenza che, grazie ai versamenti dei dipendenti associati e con i contributi aziendali, anche quest'anno sono intervenute con oltre 4 milioni di euro destinati alla cura della salute (spese per protesi acustiche, apparecchi dentari, ecc.) ed al sostegno alla famiglia (spese matrimoniali, contributi per la nascita e l'adozione di figli, sussidi allo studio e per la cura di portatori di handicap, ecc.).

Di rilievo anche il "contributo ecologico" che Mps Banca per l'Impresa riconosce ai suoi dipendenti per l'acquisto di veicoli elettrici e biciclette e per gli abbonamenti ai trasporti pubblici (30.000 euro distribuiti tra 93 persone). Una misura che stiamo valutando di estendere anche ad altre realtà del Gruppo.

# Fornitori



## Fornitori

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



Crediamo che le attività dei nostri fornitori contino tanto per le nostre performance. Lavoriamo con oltre 19.000 imprese, di cui più del 70% piccole e locali. I servizi loro affidati vanno dall'autonoleggio, ai sistemi informatici, dalle manutenzioni alle forniture energetiche. Ciò dà un'idea di quanto sia onerosa la gestione degli approvvigionamenti e di quanto rilevi la catena di fornitura nella gestione economica dell'azienda e sui nostri impatti complessivi nella società e nell'ambiente. Per questo instauriamo rapporti di stabile collaborazione, ricercando sempre condizioni di reciproco beneficio. La scelta dei fornitori è guidata da criteri di qualità e prezzo, ma ad essi chiediamo anche integrità e rispetto dei diritti dei propri lavoratori e dell'ambiente, guardando con maggior favore alle imprese certificate.

## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Sviluppare attività di sensibilizzazione e controllo dei fornitori	Sono stati effettuati controlli e intrapresi programmi di miglioramento con 17 fornitori	Incrementare i controlli sui fornitori
Conseguire la certificazione Sa 8000	<b>Attività non realizzata</b> Ne sarà valutata la fattibilità da parte di un nuovo presidio organizzativo sulle certificazioni di qualità (vedi obiettivi 2007 nel capitolo "governo societario ed etica negli affari")	Sensibilizzare i fornitori all'attuazione del codice etico di Gruppo





## Sistemi di gestione e verifica

Le relazioni con i fornitori sono generalmente curate dalle società e strutture aziendali che si avvalgono dei relativi servizi.

I fornitori che lavorano per l'intero Gruppo, con i quali vi sono le condizioni per rapporti di lungo periodo, o che comunque fatturano con noi rilevanti importi, sono seguiti a livello accentrato e fanno parte del cosiddetto "albo fornitori". Ciò al fine di ottenere economie di costo e garantire uniformità di gestione nel soddisfare le esigenze delle diverse realtà del Gruppo.

Nell'albo sono registrate 594 imprese, che nell'esercizio hanno effettuato forniture di beni e servizi per un valore complessivo di 451 milioni di euro.

### CONDIZIONI NEGOZIALI

I pagamenti ai fornitori vengono di norma effettuati, secondo le previsioni contrattuali, entro 60-90 giorni dalla data di emissione della fattura. Nell'attualità non disponiamo di un monitoraggio degli effettivi tempi di pagamento, che contiamo di attivare quanto prima. Nel caso in cui un fornitore non rispetti le condizioni contrattuali, può essere applicata una penale, definita caso per caso in relazione all'entità del disagio e dei danni causati, ricercando comunque, ove possibile, di definire un opportuno accordo. Nel 2006, come peraltro da vari anni, non vi sono stati contenziosi.

**CON I NOSTRI FORNITORI  
INSTAURIAMO RAPPORTI DI  
STABILE COLLABORAZIONE,  
RICERCANDO CONDIZIONI DI  
RECIPROCO BENEFICIO.**



### QUALIFICAZIONE E SELEZIONE

Scegliamo i fornitori in base al merito, verificandone la capacità di assicurare consegne tempestive e rispondenti ai termini concordati.

Per noi contano solidità e sostenibilità organizzativa, prezzo e qualità della fornitura e della sua consegna, preferendo, ove possibile, accordi di lungo periodo.

Consideriamo inoltre la disponibilità sul posto del servizio offerto, privilegiando spesso per questa ragione le piccole imprese locali, con positive ricadute occupazionali (il 25% dei fornitori dell'albo hanno bilanci fatti per più del 10% dalle attività con noi) e sul generale benessere delle economie in cui operiamo.

Il processo di qualificazione prevede una prima verifica degli standard desiderati in occasione dell'attivazione del rapporto e successivi aggiornamenti con periodicità almeno biennale.

Le valutazioni riguardano:

- la situazione economica (tramite l'esame degli ultimi due bilanci di esercizio);
- di qualità del servizio o del prodotto (anche attraverso l'accertamento di eventuali certificazioni);
- la politica ambientale (tramite un apposito questionario).

Con riferimento ai suddetti aspetti, e tenuto conto dei giudizi della funzione titolare del rapporto di fornitura, l'impresa riceve un rating, il cui peso è determinante ai fini dell'inserimento nell'albo ed è tenuto in adeguata considerazione nei processi di affidamento ordinario.



### Verifica dei profili di responsabilità

I nostri fornitori devono dimostrare impegno a considerare con serietà e integrità le proprie responsabilità.

Per questo abbiamo definito un processo di identificazione e contenimento dei rischi sociali, ambientali e di corporate governance presenti nella catena di fornitura, con l'obiettivo di promuovere tra i fornitori comportamenti in linea con la nostra politica di Csr, evitando di intrattenere rapporti con soggetti scarsamente professionali o di incerto profilo sociale.

Tale processo si applica a tutte le proposte di incarico e prevede:

- la verifica del possesso di certificazioni di qualità ed etico-ambientali. In albo, vi sono attualmente 206 fornitori certificati Iso 9001 (67% in termini di fatturato) e 37 secondo l'Iso 14001 (18% in termini di fatturato);
- un approfondimento sui requisiti di compatibilità ambientale delle attività svolte dall'impresa sulla base delle informazioni rilasciate dalla stessa in merito a: politica, organizzazione, procedure e strumenti atti ad assicurare una corretta ed efficace gestione dei propri impatti. Ne scaturisce un punteggio da 0 a 6, con valore minimo accettato pari a 3. L'attuale valore medio dei fornitori iscritti all'albo è di 3,78 (nel 2005 era 3,66);
- l'analisi della posizione espressa dall'impresa in merito ai principi della norma Social accountability 8000. Il fornitore è invitato a rilasciare una dichiarazione di adesione alla norma, quale condizione necessaria per una sua inclusione e/o permanenza nell'albo (l'84% dei fornitori lo ha già fatto);
- l'esame della conformità alla nostra direttiva in materia di corruzione e responsabilità amministrativa. Il fornitore deve sottoscrivere l'impegno a rispettarla, pena, in caso di accertate violazioni della medesima, l'interruzione del rapporto in essere.



Con alcuni fornitori, nell'attualità solo quelli al servizio di Mps Banca per l'Impresa, svolgiamo anche azioni di controllo, sensibilizzazione e affiancamento per aiutarli a adeguarsi agli obblighi normativi inerenti ai rapporti di lavoro, ai temi della salute e sicurezza, alle pari opportunità, ecc. Tale attività rientra tra gli adempimenti della certificazione Sa 8000 ed ha finora interessato 17 fornitori, dei 117 complessivamente valutati.

# Comunità



## Comunità

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



Siamo una presenza attiva sull'intero territorio nazionale. Le nostre quasi 2.000 filiali sono parte integrante delle comunità in cui operiamo.

Con i nostri stessi servizi finanziari produciamo benefici sociali, ed è nel nostro interesse contribuire alla crescita dei sistemi locali in cui siamo presenti.

Il legame con il territorio e con le sue comunità è per il Monte dei Paschi di Siena una questione di tradizione. Nascere come "Monte Pio", per dare aiuto ai bisognosi, combattere l'usura e sostenere lo sviluppo rurale dei territori, ha infatti segnato la lunga storia di una banca che ancora oggi conserva rapporti molto stretti con i sistemi locali e le loro istanze economiche e sociali.

Abbiamo finora fatto tanto, soprattutto per il territorio senese e regionale, ma crediamo di poter dare un contributo ancora maggiore.



## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Predisporre linee guida per le sponsorizzazioni con finalità sociali	<u>Attività in corso</u> Si conferma l'obiettivo	Fare linee guida per le iniziative di coinvolgimento nel progresso sociale delle comunità (beneficiari, obiettivi, misurazione risultati) al fine di aumentarne efficacia e profondità
Realizzare iniziative di solidarietà	Sono state fatte donazioni per circa 8 milioni di euro e raccolti fondi attraverso varie campagne marketing collegate a finalità umanitarie	Confermare il contributo alla comunità su valori intorno al 3% dell'utile lordo
		Raccogliere 1 milione di fondi per scopi umanitari

## Sistemi di gestione e verifica

Abbiamo importanti programmi d'investimento nelle comunità. Il nostro supporto arriva principalmente tramite la Fondazione Mps, il nostro principale azionista, cui abbiamo destinato utili dell'esercizio 2006, per complessivi 305 milioni di euro (per informazioni sull'attività della Fondazione, visita il sito [www.fondazionemps.it](http://www.fondazionemps.it)).

Interveniamo anche direttamente attraverso:

- donazioni;
- la sponsorizzazione di iniziative in campo sociale, scientifico e culturale;
- raccolte fondi in favore di progetti umanitari e di solidarietà, anche internazionali;
- prodotti e servizi in favore di parti più deboli e svantaggiate della comunità (vedi capitolo "clienti");
- la partecipazione alle misure di programmazione territoriale ed il supporto alla crescita dei tessuti produttivi, anche con forme di finanza agevolata (vedi capitolo "clienti").

Il coinvolgimento nella comunità è parte integrante della nostra cultura ed organizzazione aziendale. Valutiamo le iniziative meritevoli, in base a considerazioni quali:

- la notorietà e l'affidabilità del beneficiario;
- la rilevanza sociale della finalità e il suo impatto nel territorio;
- le potenzialità sotto il profilo commerciale e reputazionale.



Quest'anno abbiamo accentrato il coordinamento delle sponsorizzazioni, garantendo nel contempo una certa autonomia d'intervento alle filiali, per valorizzare la loro prossimità ai problemi e alle istanze del territorio.

Per il 2007 contiamo di potenziare la nostra azione, mettendo a punto più efficaci strumenti di misurazione, gestione e controllo delle attività.

## Contributi

Quest'anno il nostro contributo diretto alla comunità è stato di più di 38 milioni di euro complessivi, pari al 2,9% dell'utile lordo.

**IL LEGAME CON IL TERRITORIO  
E LE SUE COMUNITÀ È UNA  
QUESTIONE DI TRADIZIONE.**

### DONAZIONI

Abbiamo erogato, sotto forma di liberalità, circa 8 milioni di euro per numerosi progetti e attività a carattere sociale e culturale.

Tra i beneficiari dei principali interventi nel sociale:

- il nuovo ospedale pediatrico Mayer di Firenze per l'arredamento delle strutture e l'acquisto di apparecchiature mediche;
- l'associazione non profit, "Il fuoco del futuro", per le sue attività umanitarie in Congo ed altri paesi in via di sviluppo;
- la Lega italiana tumori.

In ambito culturale si è confermato l'ormai storico legame con i Musei Senesi ed il Teatro San Carlo di Napoli, la Fondazione Maggio Musicale Fiorentino, il Centro Internazionale d'Arte e Cultura del Palazzo Tè di Mantova.



## FINANZA A DEVOLUZIONE

Siamo impegnati in vari progetti di "cause related marketing", ossia, attraverso il collocamento di prodotti finanziari raccogliamo fondi da devolvere a buone cause.

Tra le principali iniziative di quest'anno:

Dialogos – voci di solidarietà

Parte delle commissioni di gestione dei fondi etici "Fix" e "Geo" è destinata a progetti d'utilità sociale, attraverso bando di gara pubblico. Nel 2006 sono stati assegnati 225.000 euro a:

## Dialogos

- Associazione Viale K di Ferrara, per il progetto "Giano", finalizzato a contrastare il disagio e l'emarginazione sociale dei poveri;
- Movimento di Cooperazione Educativa, per il progetto "Rete di cooperazione Berimbau", finalizzato a dare opportunità di impiego e reddito a 25 giovani delle favelas in Brasile;
- Associazione Italiana Donne per lo sviluppo (Aidos), per la costituzione di due consultori sulla "salute riproduttiva" rivolti alle donne palestinesi di campi profughi nella Striscia di Gaza".

Polizza Sostegno

Parte dei proventi dalla vendita di un semplice prodotto assicurativo "vita" sono destinati alla Comunità di S'Egidio. L'iniziativa ha finora raccolto 50.000 euro (circa 1.000 contratti attivati), che sono serviti per la costruzione di una "casa protetta" per assistere anziani parzialmente o gravemente non autosufficienti, quale alternativa al ricovero in istituti geriatrici.





## Carta prepagata "Operation Smile"

È stata sostenuta la missione umanitaria di Operation Smile, Fondazione onlus di medici volontari che interviene nei Paesi più poveri del mondo per correggere, con operazioni di chirurgia plastica ricostruttiva, gravi malformazioni facciali. Banca Monte dei Paschi di Siena ha emesso una speciale carta prepagata ricaricabile al costo di 6 euro triennali, di cui 4 sono devoluti a Operation Smile. Dipendenti della banca e clienti hanno finora acquistato 6.420 carte, consentendo di raccogliere 25.680 euro.



## M'Honey Card

La carta di credito al consumo che da alcuni anni viene proposta nel periodo natalizio in abbinamento a finalità umanitarie. Nel 2006, destinando 0,50 euro per ogni transazione effettuata con M'Honey Card, sono stati raccolti 100.000 euro per contribuire all'opera di alcune organizzazioni impegnate nella ricerca in ambito medico-scientifico e nel campo della solidarietà.



## Carta Sport- Gazzetta Running

Una carta prepagata ricaricabile dedicata agli sportivi ed un modo concreto per aiutare le persone diversamente abili che vogliono avvicinarsi al mondo dello sport. Una percentuale di quanto speso con la carta viene, infatti, devoluta ad associazioni non profit che ne curano l'avviamento allo sport.



Altre due iniziative recentemente lanciate da Banca Toscana, legano l'operatività di carte prepagate all'opera umanitaria di "Tutti i cuori di Rossana", organizzazione non profit impegnata nella cura dei bambini con cardiopatie congenite, e l'Associazione Tumori Toscana che presta cure gratuite, a domicilio, ai malati di tumore.

**ABBIAMO DATO OLTRE 38 MILIONI ALLE COMUNITÀ PER SOSTENERNE GLI SCOPI SOCIALI E UMANITARI.**



Alle due organizzazioni saranno destinati 8 dei 10 euro del costo di attivazione e 0,50 centesimi per ogni operazione di ricarica.

## SPONSORIZZAZIONI

Sosteniamo sport, musica, arte e iniziative benefiche, per promuovere i nostri prodotti ma soprattutto per legare la nostra immagine a finalità positive per il sociale. Quest'anno abbiamo come sempre sponsorizzato numerose iniziative, per un importo complessivo di oltre 26 milioni di euro. Ulteriori 4 milioni di euro sono stati erogati in favore degli enti presso cui svolgiamo servizi di tesoreria e cassa, quale contributo per i loro scopi di promozione degli ambiti culturale, musicale, artistico, sociale ed ambientale.

Allo sport e alla cultura sono andati i contributi maggiori: rispettivamente il 70% e il 20%.

Informazioni sulle principali iniziative sono disponibili sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "eventi e concorsi".

Tra gli interventi di maggior rilievo segnaliamo le Olimpiadi del cuore. Siamo da anni sponsor principale di questa manifestazione ideata dal noto giornalista e presentatore televisivo Paolo Brosio, per la raccolta di fondi in favore della Fondazione ospedale pediatrico Meyer ed altre organizzazioni non profit impegnate nella cura dei bambini in difficoltà, cui saranno devoluti gli incassi dell'iniziativa e donazioni dirette dei partecipanti. Nel corso di tutto il 2007 sarà inoltre attiva la campagna "i prodotti del cuore". Promuoveremo cioè alcuni nostri prodotti ad alto profilo etico-sociale (i fondi etici, il conto giovani più, ecc.), destinando 1 euro per ogni vendita effettuata al Comitato Olimpiadi del Cuore, per i connessi scopi sociali.





Crediamo che un'attenta considerazione dei nostri impatti ambientali, sia diretti che indiretti, contribuisca a gestire in modo più efficiente l'attività, rendendola più sostenibile e competitiva nel lungo periodo.

Il cambiamento climatico è una realtà. Anche noi vogliamo fare la nostra parte, sostenendo in modo sempre più incisivo gli investimenti di famiglie, enti e imprese che vogliono migliorare la propria efficienza e qualità energetica.

Fin dal 2002 abbiamo una politica ambientale che si applica alle operazioni interne e alle attività commerciali (il documento è disponibile sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it) alla sezione "i nostri valori").

## Obiettivi e risultati raggiunti

Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Ridurre i consumi energetici e migliorare la qualità ambientale degli approvvigionamenti	<b>Attività in corso</b> I consumi di energia sono aumentati del 2,7%. Viceversa è aumentata la quota di elettricità proveniente da fonti rinnovabili	Ridurre del 3% i consumi energetici e arrivare al 100% di energia utilizzata da fonte rinnovabile



Obiettivi 2006	Risultati	Obiettivi 2007
Potenziare le attività di comunicazione e relazione con gli stakeholder sui temi ambientali	<u>Attività in corso</u> Sul tema della sostenibilità ambientale abbiamo attivato un confronto con le organizzazioni sindacali e con le associazioni dei consumatori	Fare azioni di coinvolgimento e sensibilizzazione dei dipendenti
Sviluppare attività in materie ambientali (ad esempio, mobilità urbana sostenibile), secondo le previsioni del Contratto Integrativo aziendale	<u>Attività in corso</u> È stato costituito un gruppo di lavoro con le organizzazioni sindacali, per esaminare lo stato di attuazione della politica aziendale e condividere azioni di miglioramento	Definire programmi di mobilità sostenibile
Sviluppare l'offerta del Gruppo nei nuovi mercati dell'ambiente	Sono stati fatti 130 finanziamenti nel settore delle energie rinnovabili, per complessivi 130,5 milioni di euro. L'innovazione di prodotto ha riguardato il fotovoltaico e l'energia da biomassa	Definire una politica aziendale a supporto della lotta ai cambiamenti climatici
Estendere il sistema di gestione ambientale ad altre realtà del Gruppo ed ambiti di attività	<u>Attività non realizzata</u> Ne sarà valutata la fattibilità da parte di un nuovo presidio organizzativo sulle certificazioni di qualità (vedi obiettivi 2007 nel capitolo "governo societario ed etica negli affari")	Incrementare i volumi e ambiti di attività nel settore dell'energie rinnovabili

## Sistemi di gestione e verifica

Gli impatti delle nostre attività sull'ambiente sono di due tipi: diretti e indiretti. Gli impatti diretti sono connessi con l'operatività (consumo di carta, acqua ed energia, produzione di rifiuti e di gas ad effetto serra), mentre gli indiretti sono riconducibili ad attività di clienti e fornitori (rischio ambientale delle operazioni ed attività finanziate, miglioramenti dell'efficienza ecologica incentivati con finanziamenti ad hoc, attività inquinanti dei fornitori o dei prodotti acquistati, e così via).

Per una loro efficace gestione abbiamo definito linee guide che applichiamo attraverso appositi sistemi di gestione e controllo, certificati in circa il 60% delle attività (Iso 14001 in Banca Monte dei Paschi di Siena ed anche Emas in Mps Banca per l'Impresa). Una parte importante della gestione ambientale è il monitoraggio delle performance, alla base dei nostri piani di miglioramento. Abbiamo accentrato il presidio di tali processi all'Area organizzazione, con l'obiettivo di integrarli maggiormente nelle attività ed ampliarne progressivamente gli ambiti di applicazione.

Stiamo attualmente definendo un nuovo piano d'azione ambientale, per cui abbiamo iniziato consultazioni interne e verifiche con gli stakeholder. A quest'ultimo proposito abbiamo attivato gruppi di lavoro con le associazioni dei consumatori e con le organizzazioni sindacali per esaminare lo stato di attuazione della politica aziendale e condividere azioni di miglioramento da realizzare. Tra i nostri obiettivi resta centrale la formazione ed un maggiore coinvolgimento dei dipendenti.





## Eco-efficienza nel consumo di risorse

I consumi di energia, acqua e carta, i rifiuti e le emissioni sono misurati con regolarità. Per aumentare l'efficienza della gestione abbiamo intrapreso vari programmi d'azione.

### RISPARMIO ENERGETICO

Consumiamo 40.565 Tep -Tonnellate equivalenti di petrolio - di energia (88% di sola elettricità), in aumento del 2,7% rispetto al 2005. Gli impatti sull'ambiente e l'incidenza sul conto economico sono tali da farci considerare risparmio e qualità energetica delle priorità.

Per questo siamo impegnati in numerose iniziative:

- progettiamo le nuove filiali e le grandi ristrutturazioni con standard realizzativi (la cosiddetta filiale prestazionale) incentrati sul risparmio energetico;
- abbiamo partecipato al programma Green light della Commissione Europea, intervenendo in cinque anni su 212 sedi (64 nel 2006) per adeguarle alle più efficienti tecnologie di illuminazione. Gli interventi hanno consentito di ridurre in media i consumi di luce del 35%;
- computer e stampanti sono da tempo in linea con i più elevati standard energetici;
- il 94% dell'elettricità viene prodotta da fonti rinnovabili: la acquistiamo, infatti, principalmente tramite il Consorzio Idroenergia che la produce in impianti idrici, con un notevole contenimento di emissioni di gas serra;
- installiamo, ove fattibile, pannelli fotovoltaici nelle nostre filiali (4 nel 2006);
- stiamo adeguando gli impianti di climatizzazione anche in chiave di maggiore efficienza energetica. Quest'anno siamo intervenuti in 100 filiali (140 nel 2005);
- stiamo completando un piano di conversione, da gasolio a metano e Gpl, delle caldaie,

- con conseguente riduzione delle emissioni inquinanti (12 interventi nel 2006);
- monitoriamo i consumi con l'ausilio di sistemi di fatturazione telematica. Già attivi per l'elettricità, saranno sviluppati anche per il metano nel 2007.

### EMISSIONE DI GAS AD EFFETTO SERRA

Data la rilevanza dei problemi climatici, l'emissione di gas ad effetto serra (e in particolare l'anidride carbonica, CO<sub>2</sub>) è un indicatore chiave per la misura dei nostri impatti. La CO<sub>2</sub> è prodotta dai nostri sistemi riscaldamento e dai trasporti del personale per ragioni di servizio (emissioni dirette). È attribuibile all'azienda anche quella che si sviluppa negli impianti da cui acquistiamo l'elettricità (emissioni indirette). Gli attuali livelli di emissione sono di 24.947 tonnellate, in calo del 20% dal 2005 e del 45% negli ultimi 3 anni. La notevole riduzione è dovuta alla diminuzione dei trasporti con auto aziendali e personali (circa il 3%) ma soprattutto al diffuso utilizzo di energia rinnovabile. È inoltre aumentato il ricorso alle videoconferenze: 379 quest'anno, più che triplicati dal 2002.

OSSERVIAMO CON PREOCCUPAZIONE E RESPONSABILITÀ I PROBLEMI DELL'AMBIENTE E GLI SVILUPPI SUL CLIMA, E VOGLIAMO FARE LA NOSTRA PARTE.

### MATERIALI DI CONSUMO

La carta è il principale materiale di consumo per la nostra attività (2.265 tonnellate nel 2006). Per questo cerchiamo di farne un uso attento. Il 71% è eco-compatibile: ottenuta da cellulosa estratta da foreste gestite in modo sostenibile, prodotta in stabilimenti in possesso di certificazione ambientale, ovvero senza utilizzo di agenti tossici.

In fase di utilizzo, l'obiettivo è di contenere i consumi. Lo facciamo con un crescente impiego dei supporti informatici nelle attività di ufficio e nelle comunicazioni interne, promuovendo un utilizzo diffuso dei canali telematici nei rapporti con la



clientela (73.441 clienti hanno finora aderito al progetto documenti on-line, con più di 2 milioni di corrispondenze, moduli ed estratti resi disponibili solo su supporto elettronico). Quasi tutti gli uffici sono stati dotati di stampanti fronte-retro. Registriamo, in particolare, una decisa riduzione del consumo di carta per fotocopiatrici (da 52 a 48 fogli a persona).

Cerchiamo di riciclare la maggior quantità possibile di carta. Per questo abbiamo fatto vari progetti di raccolta differenziata.

Il toner è l'altro materiale di consumo di cui facciamo largo uso nelle nostre attività. Quest'anno abbiamo realizzato "Ecoprint", una partnership con Basilichi Spa (uno dei principali fornitori di servizi tecnologici del Gruppo Mps), per la raccolta, la rigenerazione ed il riutilizzo delle cartucce per stampanti in tutte le nostre sedi in Italia (più 7.500 cartucce riciclate nel corso dell'anno).

## USO DELL'ACQUA

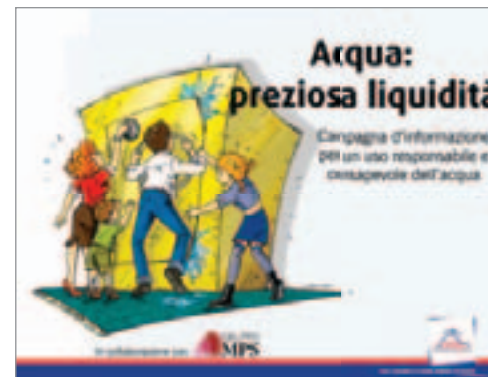
Consumiamo acqua per scopi igienici e per il raffreddamento di climatizzatori e trasformatori elettrici, promuovendo anche nelle comunità un uso responsabile. Siamo impegnati a monitorare e contenere i consumi d'acqua, che quest'anno sono stati pari a 111 litri pro-capite al giorno.

Dal 2007 contiamo di migliorare la qualità delle rilevazioni, affidando ai manutentori degli impianti la periodica lettura dei contatori.



## ACQUA PREZIOSA LIQUIDITÀ

Quest'anno abbiamo realizzato, in collaborazione con l'organizzazione civica Cittadinanzattiva, una campagna di informazione e sensibilizzazione sull'uso responsabile dell'acqua, rivolta a comuni cittadini e giovani studenti. La campagna è stata lanciata nella "giornata mondiale dell'acqua" - 22 marzo 2006 -, al fine di evidenziarne la coerenza nel territorio con programmi di scala globale: "l'acqua per tutti" è tra i più urgenti obiettivi di sviluppo



del nostro tempo. La campagna ha toccato 8 città (Bari, Mantova, Torino, Palermo, Firenze, Siena, Bologna e Salerno), dove sono stati complessivamente organizzati 18 seminari, con l'obiettivo di:

- stimolare nuove sensibilità per comportamenti individuali in grado di tutelare l'acqua, quale bene comune e limitato;
- dare ai cittadini informazioni pratiche (ciclo e usi dell'acqua, lettura della bolletta, semplici accortezze per risparmiare), per accrescerne la consapevolezza dell'importanza di usare l'acqua in modo responsabile;
- favorire il dialogo tra i cittadini e le istituzioni territoriali competenti per la gestione dell'acqua.

I seminari sono stati ospitati nelle nostre sedi e nelle scuole medie, con circa 2.000 presenze. Si stima che l'esperienza e le informazioni date abbiano raggiunto oltre 10.000 cittadini.



# Rischio ambientale

Quando finanziamo o investiamo in imprese e progetti ad alto potenziale inquinante, stiamo attenti a valutare i connessi rischi ambientali ed economici. A protezione del valore delle operazioni di finanza di progetto, non ci è sufficiente sapere che gli impatti ambientali dell'intervento siano stati verificati secondo procedure di legge (Valutazione d'impatto ambientale), oggi obbligatori in tanti casi (non solo grandi infrastrutture); i clienti sono anche contrattualmente responsabili per eventuali violazioni di norme ambientali.

Monitoriamo il tasso di rischiosità ambientale del nostro portafoglio creditizio, attraverso una misurazione degli impieghi in settori economici considerati ad alto impatto ambientale ai sensi delle principali direttive europee. A fine anno il valore complessivo degli affidamenti è di 9,3 miliardi di euro (pari al 11,2% del totale impieghi), con il 18% destinato al settore siderurgico/metallurgico ed 15% al settore energetico.

Nei finanziamenti alle imprese, segmento d'attività seguito in modo specialistico da Mps Banca per l'Impresa, applichiamo un filtro ambientale che considera:

- la pericolosità dell'attività e gli obblighi legislativi del settore;
- la dimensione dell'attività, quale approssimazione dell'estensione dei potenziali danni per l'ambiente;
- il possesso di certificazioni ambientali.

Il giudizio di sintesi che ne emerge costituisce uno dei fattori determinanti il complessivo rischio di credito.

Quest'anno abbiamo valutato la compatibilità ambientale di 4,3 miliardi di finanziamenti, risultata molto positiva in più del 70% dei casi.

Nella gestione dei fondi comuni d'investimento, con particolare riguardo alla gamma etica, privilegiamo le aziende che non inquinano o che comunque hanno solide politiche di gestione e controllo dei rischi ambientali.

## CAMBIAMENTI CLIMATICI

Osserviamo con preoccupazione e responsabilità gli sviluppi sul clima, riconoscendo che il settore finanziario può svolgere un ruolo importante nell'affrontare le connesse criticità.

Nel 2005 è entrato in vigore il Protocollo di Kyoto, che impegna i Paesi aderenti a ridurre l'emissione totale dei gas ad effetto serra di almeno il 5% sotto i valori del 1990 entro il 2012. Ne discendono adempimenti a carico delle aziende, in settori quali l'energetico e l'agricoltura, con rilevanti impatti economici e implicazioni legali e fiscali, e rischi operativi nei mercati finanziari. Intendiamo approfondire la conoscenza di tali rischi e la loro rilevanza per il Gruppo.

Nell'ambito di tale processo, anche quest'anno MP Asset Management ha partecipato al Carbon disclosure project, l'iniziativa sostenuta dalle Nazioni Unite che fornisce un costante aggiornamento circa gli impegni e le strategie su energia e cambiamenti climatici di 2.000 tra le maggiori aziende nel mondo ([www.cdproject.net](http://www.cdproject.net)), evidenziando i connessi rischi e opportunità.



## PROTOCOLLO DI KYOTO E MERCATI DEI CREDITI ALLE EMISSIONI

### Un'opportunità per il sistema bancario e finanziario

Per limitare i rischi connessi ai cambiamenti climatici è necessario contenere l'innalzamento globale della temperatura media di due gradi rispetto all'era pre-industriale. Questo significa che i Paesi sviluppati dovrebbero tagliare, entro il 2030, le proprie emissioni di gas ad effetto serra del 40% rispetto ai livelli del 1990.

Il Protocollo di Kyoto è un primo passo per una politica di riduzione delle emissioni climalteranti; esso impegna i Paesi industrializzati e quelli a economia in transizione a ridurre complessivamente del 5%, rispetto ai valori del 1990, le proprie emissioni nel periodo compreso tra il 2008 e il 2012.

Gli interventi possibili, sono di due tipi:

- interni, quali un maggiore utilizzo delle fonti rinnovabili e misure nazionali di recupero dell'efficienza energetica, che però in Italia scontano gli elevati costi marginali di realizzazione;
- esterni, attraverso i cosiddetti meccanismi flessibili.

Questi ultimi, introdotti proprio dal Protocollo di Kyoto, sono particolarmente adatti per affrontare un fenomeno di scala globale, quale l'effetto serra. Infatti, un contenimento delle emissioni è efficace indipendentemente dal luogo in cui si realizza, rendendo possibile a Paesi e imprese intervenire efficacemente dove i relativi costi sono più bassi. Si generano così crediti/certificati di emissione, che possono già essere scambiati in vari mercati finanziari: in Olanda (European Climate Exchange), Germania (European Energy Exchange), Francia (Powernext), Norvegia (Nordpool), Austria (Energy Exchange Austria) e dall'aprile 2007 anche in Italia.

Lo sviluppo di tali mercati e degli strumenti derivati ad essi associati, rappresenta di certo un'opportunità per il sistema bancario e finanziario. Di grande interesse per il sistema sono anche le occasioni di finanziamento di progetti o imprese che operano in settori in grado di generare crediti/certificati di emissione di gas ad effetto serra, sia attraverso i suddetti meccanismi flessibili, sia con interventi più mirati nel settore delle energie rinnovabili.

In proposito, rileva che nel marzo 2007 l'Unione Europea si è data l'obiettivo di arrivare entro il 2020 ad un tasso di utilizzo di energie rinnovabili pari al 20%, in linea con gli impegni già assunti da altri Paesi, quali Stati Uniti, Cina e India.

È dunque facile prevedere un forte sviluppo di questo settore, con rilevanti investimenti attesi. Una tendenza in crescente evidenza, considerato il progressivo aggravarsi e l'urgenza delle criticità connesse ai cambiamenti climatici ed all'esaurimento delle fonti energetiche tradizionali.

**Massimo Orlandi**

Presidente del Kyoto Club

## Prodotti per la tutela dell'ambiente

Quest'anno il nostro intervento nei cosiddetti mercati della "finanza verde" si è incentrato nel settore delle energie rinnovabili.

Riconosciamo, infatti, che:

- la produzione e l'impiego di energia sono le principali fonti di emissione di gas ad effetto serra;
- il settore energetico vi contribuisce per il 40%, ma la progressiva crescita della domanda di elettricità è tale da far prevedere un raddoppio delle relative emissioni entro il 2030;
- tra le misure da attuare vi è lo sviluppo dell'energia rinnovabile, ossia l'energia derivante da risorse naturali a potenziale inesauribile e alla cui produzione non sono associate emissioni inquinanti;



- tra le rinnovabili vi sono, l'energia idroelettrica, il solare, l'eolico, l'energia geotermica e da biomasse. Oggi, tali fonti energetiche, escludendo l'idroelettrico che ha avuto grande diffusione già a partire dagli anni '80, rappresentano solo il 2% del fabbisogno mondiale. In proposito, l'Unione Europea ha l'obiettivo di arrivare al 20% entro il 2020, per cui si prevedono grandi investimenti nel settore;
- le istituzioni finanziarie possono svolgere un ruolo importante nella promozione e lo sviluppo del mercato delle energie rinnovabili.

Con i nostri prodotti vogliamo integrarci all'intervento pubblico, per contribuire, con senso di responsabilità ed in chiave competitiva, agli investimenti di famiglie, enti e imprese che vogliono migliorare la propria efficienza e qualità energetica.

Abbiamo apprezzato, in tale senso, il pacchetto di incentivi inclusi nella finanziaria 2007, che ci impegniamo a integrare con i nostri finanziamenti.

Quest'anno abbiamo fatto 130 operazioni per complessivi 130,5 milioni di euro, pari a 0,9% del totale delle erogazioni di Gruppo.

Particolarmente consistente è stato l'intervento in favore dell'eolico, con circa 76 milioni erogati, tra finanziamenti di progetto (in Toscana, Sicilia, Puglia, Campania e Basilicata) ed operazioni di leasing.

Stiamo puntando anche sul fotovoltaico (Welcome energy e convenzione Enel.si, tra i principali interventi) e sulle biomasse.

A quest'ultimo proposito abbiamo lanciato un nuovo prodotto rivolto alle imprese agricole ed agroindustriali (Biogas) e definito un accordo con la Confederazione nazionale delle cooperative per il finanziamento di impianti di produzione di energia da biogas. Tramite specifici accordi con Energia Spa (oggi Sorgenia), finanziamo anche la realizzazione di interventi

**ABBIAMO FINANZIATO  
INVESTIMENTI IN ENERGIA PULITA  
PER 130,5 MILIONI  
DI EURO.**

di risparmio energetico, tema su cui partecipiamo al tavolo di lavoro di recente attivato dal Ministero dell'Ambiente.

In Toscana, d'intesa con la Regione, abbiamo stanziato un fondo per le imprese, per sostenerne gli investimenti in impianti termici ed elettrici ad energia rinnovabile, per interventi di risparmio energetico e progetti di ricerca e sviluppo in tali ambiti.

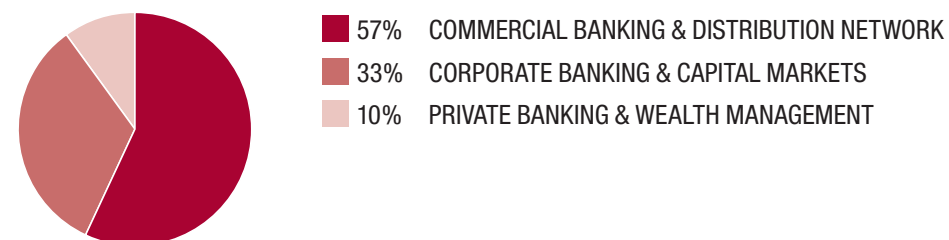
Maggiori informazioni sui nostri prodotti sono disponibili sul sito [www.mps.it](http://www.mps.it).

# Il bilancio in cifre



## 1. Performance e creazione di valore\*

### 1.1. SETTORI DI ATTIVITÀ



### 1.2. CAPITALIZZAZIONE E INDICATORI DI BORSA

	2006	2005	2004
Prezzo (euro)	4,91	3,95	2,63
Capitalizzazione (milioni di euro)	14.828	11.892	7.913
Utili per azione (euro)	0,30	0,26	0,18
Patrimonio netto per azione (euro)	2,00	2,41	2,14
Dividendo per azione ordinaria (euro)	0,17	0,13	0,086
Dividendo/utile (%)	57	50	51

\* I dati riportati nel seguito sono una sintesi di quelli rivenienti dai "Prospetti Riclassificati Gestionali", inclusi nella Relazione degli Amministratori di accompagnamento al bilancio consolidato al 31/12/2006 a cui si rinvia per ogni ulteriore dettaglio. Alla stessa relazione e relativo bilancio si rinvia anche per le motivazioni relative alla rideterminazione dei dati al 31/12/2005



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



### 1.3. VALORI ECONOMICI, PATRIMONIALI E INDICI DI REDDITIVITÀ

Valori in milioni di euro	2006	2005	2004
<b>Valori economici</b>			
Margine della gestione finanziaria e assicurativa	4.772,1	4.320,8	4.399,9
Risultato operativo netto	1.279,0	912,8	760,5
Utile netto di esercizio	910,1	753,4	554,8
<b>Valori patrimoniali e operativi</b>			
Patrimonio netto	7.775	7.232	6.388
Totale attivo	158.556	153.767	136.426
Raccolta diretta	93.976	87.696	82.372
Raccolta indiretta	99.079	108.855	105.437
↳ di cui risparmio gestito	47.966	48.439	43.421
↳ di cui risparmio amministrato	51.113	60.417	62.016
Crediti verso clientela	91.941	83.526	76.649
<b>Indici di redditività</b>			
Cost/Income ratio (%)	60,9	64,8	70,6
ROE (%)	13,3	12,9	8,6



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006

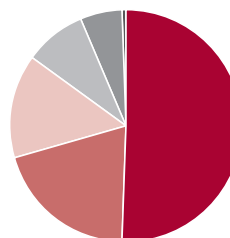


### 1.4. DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO LORDO

Valori in migliaia di euro	2006	2005	2004
Soci	212.570	162.366	107.415
↳ Dividendi distribuiti ai Soci	212.570	162.366	107.415
Risorse Umane	1.861.573	1.828.856	1.914.116
↳ Spese per il personale dirette	1.547.250	1.447.888	1.564.754
↳ Spese per il personale indirette	314.323	380.968	349.362
Sistema, enti, istituzioni	731.941	453.480	308.142
↳ Imposte e tasse indirette e patrimoniali	203.032	201.836	156.044
↳ Imposte sul reddito di esercizio	528.909	251.644	152.098
Collettività e ambiente	317.167	247.035	165.656
↳ Elargizioni e liberalità	11.577	12.444	9.336
↳ Dividendi alla Fondazione MPS per utilità sociale	305.590	234.591	156.320
Sistema Impresa	523.365	501.990	515.475
↳ Riserve e utili non distribuiti	391.932	498.956	291.095
↳ Ammortamenti	131.433	145.534	224.380
↳ Utilizzo riserva straordinaria		-142.500	
Utili di Terzi	19.838	23.464	13.112
<b>Totale</b>	<b>3.666.454</b>	<b>3.217.191</b>	<b>3.023.916</b>

Per il calcolo del valore aggiunto lordo è stato utilizzato il modello proposto da Abi

### Ripartizione del valore aggiunto lordo

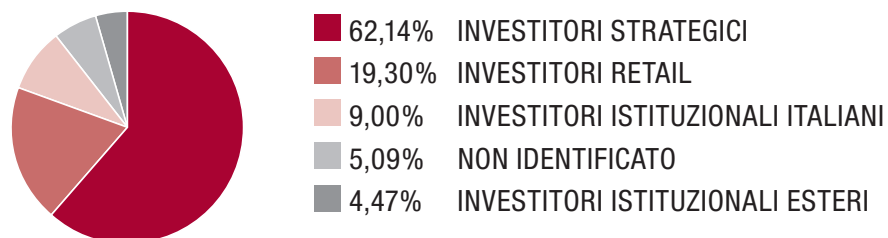


50,8%	RISORSE UMANE
20,0%	SISTEMA, ENTI, ISTITUZIONI
14,3%	SISTEMA IMPRESA
8,7%	COLLETTIVITÀ E AMBIENTE
5,8%	SOCI
0,5%	UTILI DI TERZI



## 2. Governance

### 2.1. ASSETTO PROPRIETARIO



### 2.2. RIUNIONI DEL CDA E DEI PRINCIPALI COMITATI

	2006	2005	2004
Riunioni CdA	36	26	33
Riunioni dei principali Comitati	49	74	62

### 2.3. COMPENSI AGLI AMMINISTRATORI E AL DIRETTORE GENERALE

Valori in euro	2006(*)	2005	2004
Presidente	483.780	416.420	420.600
Direttore Generale	412.347	2.015.052	1.135.021
Amministratori (media)	141.041	111.358	118.512
Compenso totale al CdA	1.410.409	1.781.736	1.896.193

(\*)Dati riferiti al CdA eletto in data 29/04/2006

### 2.4. INCARICHI A FORNITORI COLLEGATI ALLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Valori in euro	2006	2005	2004
Importi fatturati	573.063	667.108	801.133

Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

### 2.5. MULTE E PENALI

Valori in euro	2006	2005	2004
Multe e penali	223.138	125.542	55.787

Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

### 2.6. ANTIRICICLAGGIO

	2006	2005(*)	2004(*)
Operazioni sospette	896	399	223
Segnalazioni all'Ufficio Italiano Cambi	537	292	137

(\*) Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

### 2.7. PRESENZA NEI MEDIA

	2006	2005	2004
Articoli(*)	13.538	8.200	nd
Comunicati	279	176	nd
Conferenze e incontri	13	15	nd

(\*) Articoli di stampa in cui si è parlato del Gruppo Mps





## 2.8. ATTIVITÀ DI INVESTOR RELATIONS

	2006	2005	2004
Partecipazione a conferenze internazionali	8	6	6
Attività con analisti	61	20	-
Incontri con investitori	421	200	200(*)

(\*) Il dato comprende anche le attività con gli analisti

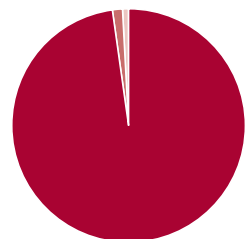
## 3. Clienti

### 3.1. PROFILO DELLA CLIENTELA

	2006	2005	2004
Clienti attivi(*)	4.144.099	4.120.651	4.118.225

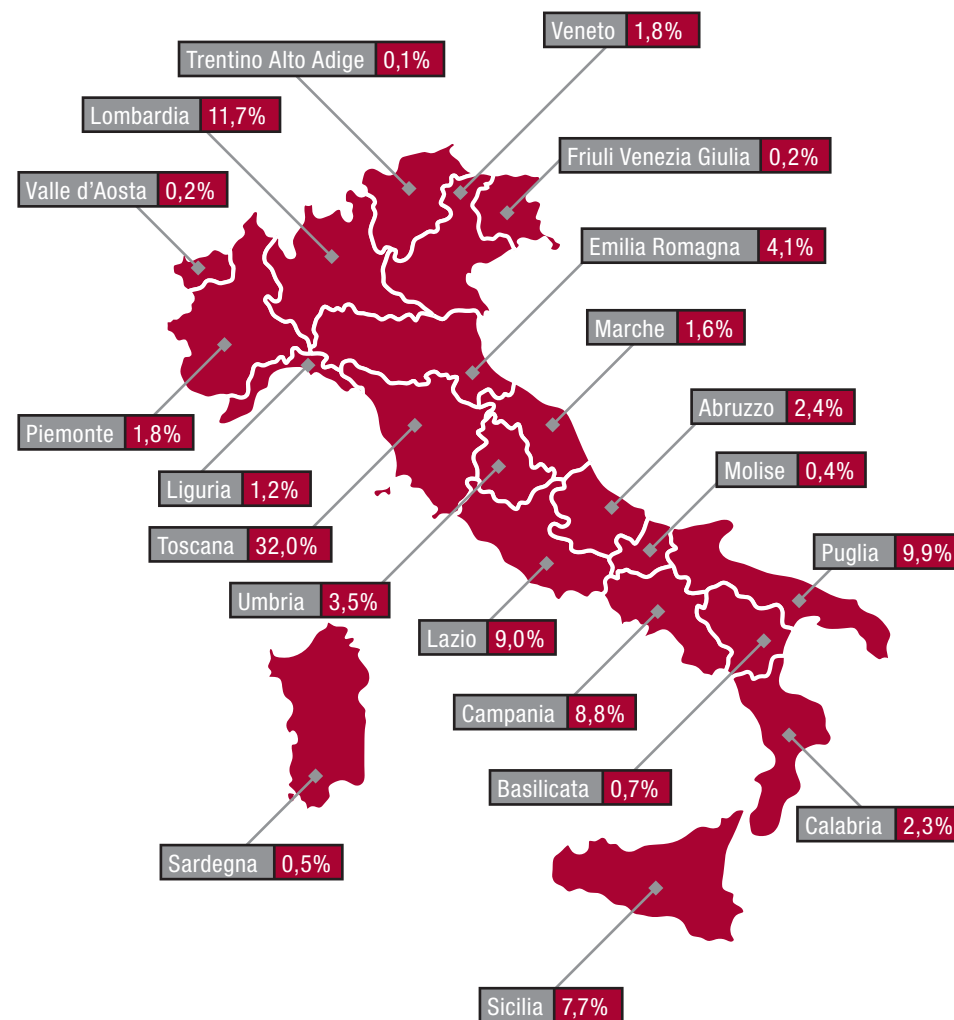
(\*) I dati e le successive elaborazioni grafiche non comprendono i rapporti non condivisi gestiti direttamente da Consum.it pari a 387.000 nel 2006

### Ripartizione per segmento di clientela



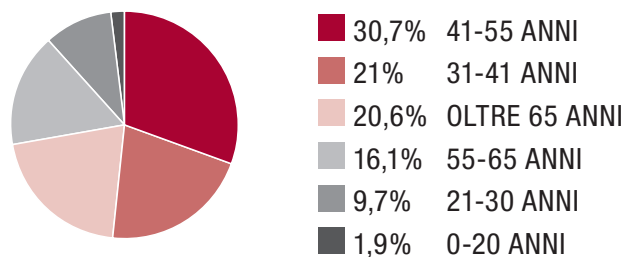
- 97,8% RETAIL
- 1,5% CORPORATE
- 0,7% PRIVATE

### Ripartizione territoriale

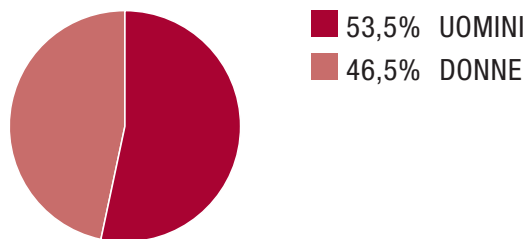




## Ripartizione della clientela retail per fasce di età

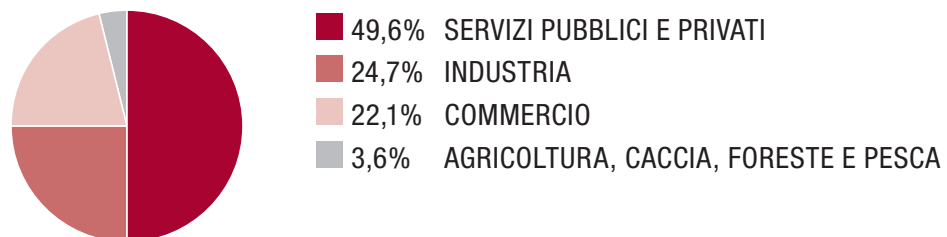


## Ripartizione della clientela retail per sesso



## Clientela imprese

### Ripartizione per settore di attività

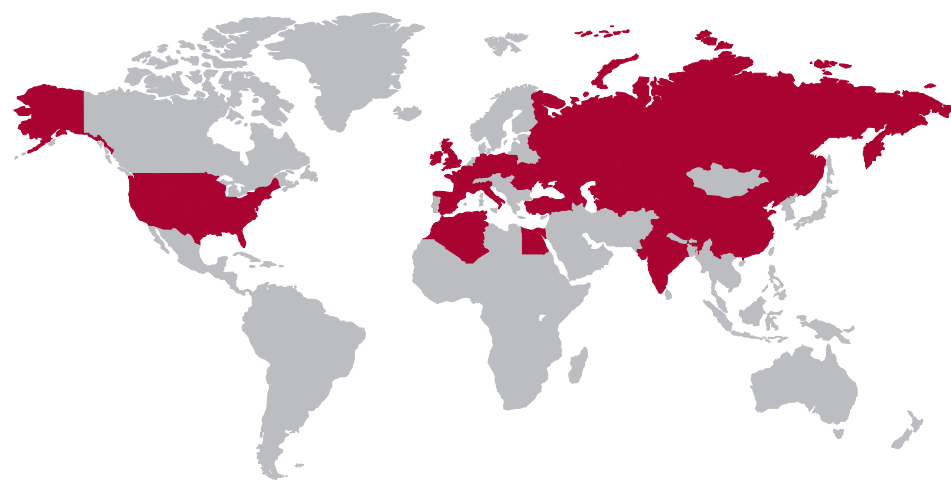


## 3.2. CANALI DI DISTRIBUZIONE E RELAZIONE

### Rete distributiva

	2006	2005	2004
Filiali	1.939	1.892	1.854
↳ Italia	1.903	1.862	1.824
↳ Estero	36	30	30
Uffici promotori	139	138	159
Sportelli automatici (ATM)	2.233	2.179	2.207

### Presenza nel mondo





## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006

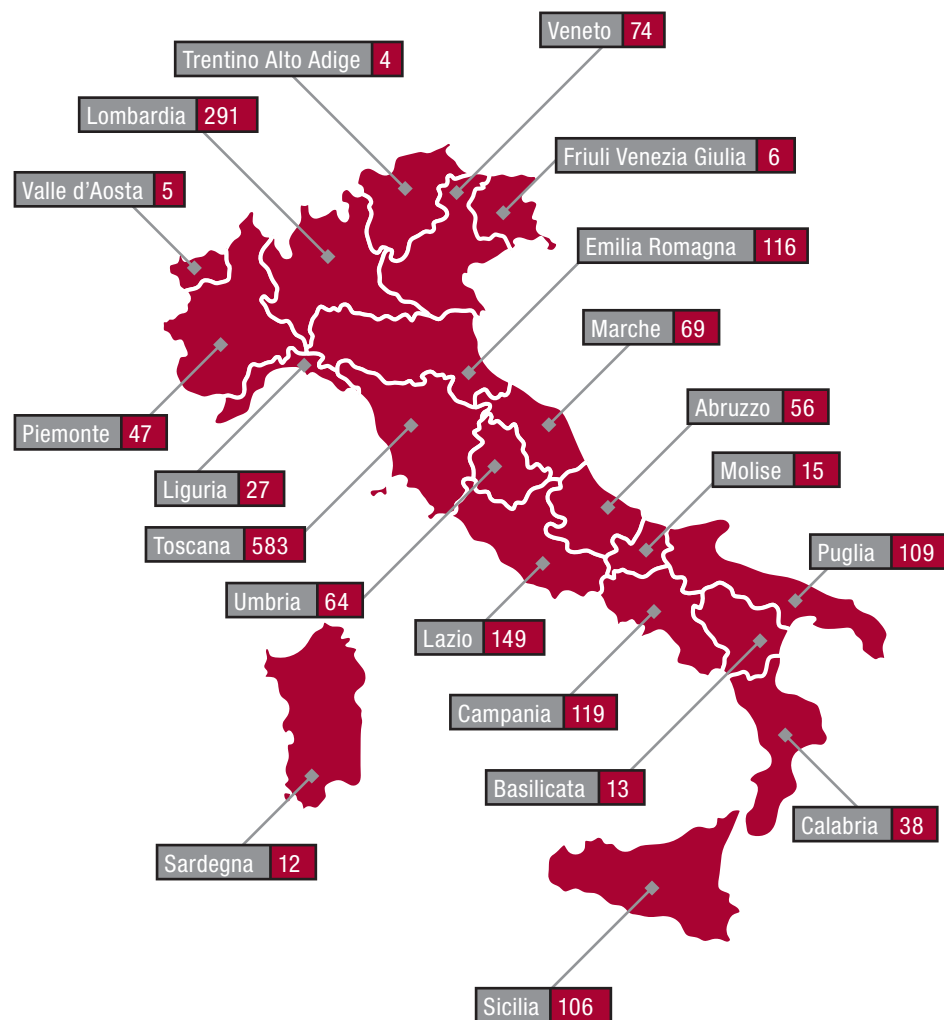


## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



### Filiali in Italia



### Canali remoti

	2006	2005	2004
Contratti	724.896	663.499	598.873
Operazioni	1.888.405	1.703.026	1.684.405

### Innovazione tecnologica

Valori in migliaia di euro	2006	2005	2004
Investimenti in tecnologie informatiche	103.700	72.600	72.100
Costi per dipendente	nd	13,8	13,2

### Contatti con i clienti

	2006	2005	2004
Attività di call center(*)	2.384.551	2.743.328	2.611.407
Addetti al call center	115	158	187
Clienti contattati (%)	59,2	47,7	33,4
Clienti per addetto commerciale	318	351	nd

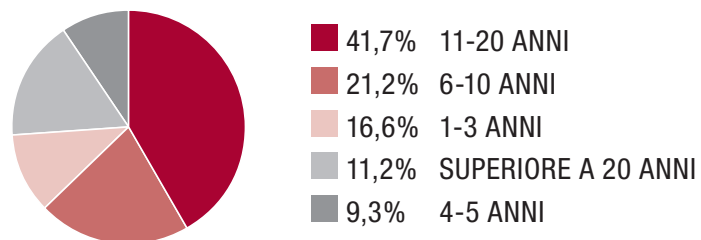
(\*)Telefonate effettuate e ricevute, e-mail evase, appuntamenti registrati

### 3.3. FIDELIZZAZIONE E TURNOVER

Valori in %	2006	2005	2004
Retention	93,5	93,5	92,0
Acquisition	7,1	6,5	4,9



## Ripartizione della clientela per durata del rapporto



## 3.4. CUSTOMER SATISFACTION

	2006	2005	2004
Indice di soddisfazione	0,47	0,47	nd

Scala dell'indicatore da -1 a +1  
Dati riferiti alla clientela retail e private

## 3.5. RECLAMI

	2006	2005	2004
Attività bancaria	4.752	6.438	10.019
↳ Titoli	1.287	2.282	3.062
↳ Mutui	238	192	269
↳ Conti correnti/depositi	1.240	1.607	2.272
↳ Altro	1.987	2.357	4.416
Reclami liquidati	5.414	10.126	5.074
Importi pagati (migliaia di euro)	6.767	3.980	3.766
Anatocismo	540	5.178	2.346
Piani finanziari	3.337	5.899	18.111
Attività assicurativa	123	102	138

## 3.6. PRODOTTI E INTERVENTI AD ELEVATO IMPATTO SOCIALE

### Credito alle piccole imprese

	2006	2005	2004
Impieghi (milioni di euro)	14.944	13.270	nd
Incidenza sul totale degli impieghi (%)	21,9	21,6	nd

### Fondi etici

	2006	2005	2004
Asset gestiti (milioni di euro)	98	133	41
Incidenza sul totale degli asset gestiti (%)	0,64	0,82	0,26

### Microcredito

	2006	2005	2004
<b>Prestiti anti-usura</b>			
Numero	91	100	93
Importi (euro)	4.922.638	4.695.906	3.507.949
<b>Microcrediti</b>			
Numero	22	19	24
Importi (euro)	98.700	90.911	124.367



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



### Partecipazioni in società attive in ambito sociale

Valori in euro	2006	2005	2004
Finanziarie con missione sociale	95.392.673	91.419.069	47.131.174
Società di gestione idrica	7.465.267	2.449.487	4.511.566
Società di gestione ambientale	3.057.647	3.166.217	3.589.974
Ricerca biotecnologica	800.000	-	-
Enti di sviluppo del territorio	788.768	1.266.046	1.431.293
Enti non profit	700.520	833.613	867.173
Microcredito	400.000	-	-
BIC –Business Innovation Center	74.127	103.583	103.583
<b>Totale</b>	<b>108.681.001</b>	<b>99.238.015</b>	<b>57.634.763</b>

## 4. Personale

### 4.1. CONSISTENZA DEL PERSONALE E RAPPORTI DI LAVORO

	2006	2005	2004
Forza effettiva(**)	24.262	26.470	26.706
↳ Italia	23.670	25.884	26.098
↳ Estero	592	586	608
Contratti a tempo indeterminato (%)	97,0	97,5(*)	97,9(*)
Altri contratti (%) (***)	3,0	2,5(*)	2,1(*)
Part time (n.)	1.513	1.545(*)	1.532(*)

(\*) Dati riferiti alle banche commerciali

(\*\*) Aggregato che considera i distacchi attivi e passivi

(\*\*\*) Formazione lavoro, inserimento full time, tempo determinato e apprendistato professionalizzante

### 4.2. COMPOSIZIONE\*

Valori in %	2006	2005	2004
<b>Inquadramento</b>			
Dirigenti	2,2	2,3	2,4
Quadri direttivi	28,2	26,7	25,6
Aree professionali	69,7	70,9	72,0
<b>Fasce di età</b>			
00-30	14,1	11,8	11,9
31-40	31,2	29,5	31,6
41-50	33,8	34,4	33,9
Oltre 50 anni	20,9	24,3	22,6
<b>Anzianità di servizio</b>			
00-10	38,3	28,1	27,5
11-20	28,5	30,0	31,3
21-30	22,9	28,0	28,9
Oltre 30 anni	10,3	13,8	12,3
<b>Titolo di studio</b>			
Laurea	27,5	26,3	24,9
Media superiore	64,9	65,1	66,2
Altro	8,3	8,6	8,9

### Dipendenti iscritti alle Organizzazioni Sindacali

	2006	2005	2004(*)
<b>Totale</b>	<b>19.778</b>	<b>19.382</b>	<b>19.136</b>

(\*) Dati riferiti alle banche commerciali

\* I dati riportati ai punti 4.2 - 4.11 sono riferiti alle principali società del Gruppo Mps, equivalenti al 98% del personale



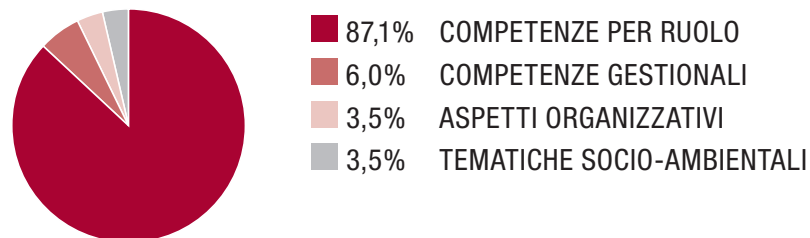
## 4.3. FORMAZIONE

	2006	2005	2004
Formazione pro-capite (giorni)	4,35	5,5(**)	5,3(*)
Costi della formazione (euro)	5.037.550	3.274.441(*)	2.464.757(*)

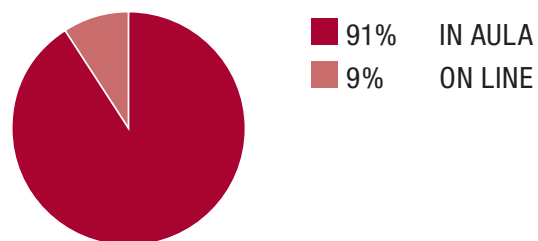
(\*) Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

(\*\*) Dati riferiti alle banche commerciali

### Ripartizione per ambiti di intervento



### Ripartizione per modalità di erogazione



## 4.4. REMUNERAZIONE

	2006	2005(**)	2004(**)
<b>Retribuzioni annue lorde (euro)</b>			
Dirigenti	114.209	114.997	108.490
Quadri direttivi	53.117	52.968	50.788
Aree professionali	33.583	33.476	32.272
<b>Componente variabile (%)</b>			
Dirigenti	24,3	23,3	22,6(*)
Quadri direttivi	8,5	7,9	7,3(*)
Aree professionali	4,0	3,8	3,7(*)
Contributi integrativi (euro)	46.854.241	42.635.843	38.920.596

(\*) Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

(\*\*) Dati riferiti alle banche commerciali

### Ripartizione contributi integrativi





## 4.5. PARI OPPORTUNITÀ E DIVERSITÀ

Personale femminile in posizione manageriale e avanzamenti di carriera

Valori in %	2006	2005(*)	2004(*)
Personale femminile	41,8	41,1	40,4
↳ dirigenti	3,7	2,6	2,9
↳ quadri direttivi	21,7	19,1	17,4
Promozioni	41,0	44,3	39,5

(\*)Dati riferiti alle banche commerciali

Personale disabile

	2006	2005(*)	2004(*)
Personale disabile	1.128	528	585

(\*)Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

## 4.6. TURNOVER

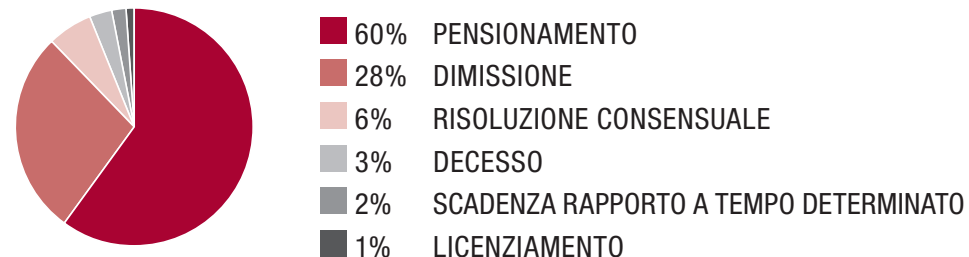
	2006	2005(*)	2004(*)
Assunzioni	923	605	973
Cessazioni	743	698	792
Turnover (%) (**)	0,90	0,65	0,73

(\*) Dati riferiti alle banche commerciali

(\*\*) Espresso come rapporto tra il numero delle dimissioni volontarie e l'organico complessivo



Ripartizione delle cessazioni per tipologia



## 4.7. STRAORDINARIO

Valori in ore	2006	2005(*)	2004(*)
Totale anno	755.644	726.661	840.092
Media settimanale	14.532	13.974	16.156
Pro-capite anno	64	83(**)	90(**)

(\*) Dati riferiti alle banche commerciali

(\*\*) Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

## 4.8. ASSENZE

	2006	2005(*)	2004(*)
Giornate di assenza pro capite(**)	6,9	8,6	8,0

(\*)Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

(\*\*) Malattie e infortuni, esclusa maternità



### 4.9. INFORTUNI SUL LAVORO

	2006	2005	2004(*)
Infortuni	130	130	90
Giornate perse per infortunio	2.112	1.317	1.161
<b>Indice di frequenza (**)</b>			
Assenze fino a 3 giorni	0,85	1,10	0,59
Assenze superiori a 3 giorni	3,09	3,83	4,26
<b>Indice di gravità (***)</b>			
Assenze fino a 3 giorni	0,002	0,002	0,001
Assenze superiori a 3 giorni	0,063	0,048	0,061

(\*) Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

(\*\*) Numero di infortuni ogni milione di ore lavorate

(\*\*\*) Giornate perse per infortunio ogni mille ore lavorate

### 4.10. PROVVEDIMENTI DISCIPLINARI

	2006	2005	2004
Espulsivi	9	8	10
Conservativi(*)	43	69	94

(\*) Es.: rimprovero, sospensione temporanea dal servizio e dalla retribuzione



### 4.11. CONTENZIOSI

	2006	2005(*)	2004(*)
Cause in corso	190	124	109
↳ Passive	184	nd	nd
↳ Attive	6	nd	nd
Dipendenti coinvolti	413	178	189

Dati riferiti alle banche commerciali

(\*) Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

## 5. Fornitori

### 5.1. CONSISTENZA DELLE FORNITURE - DATI GENERALI

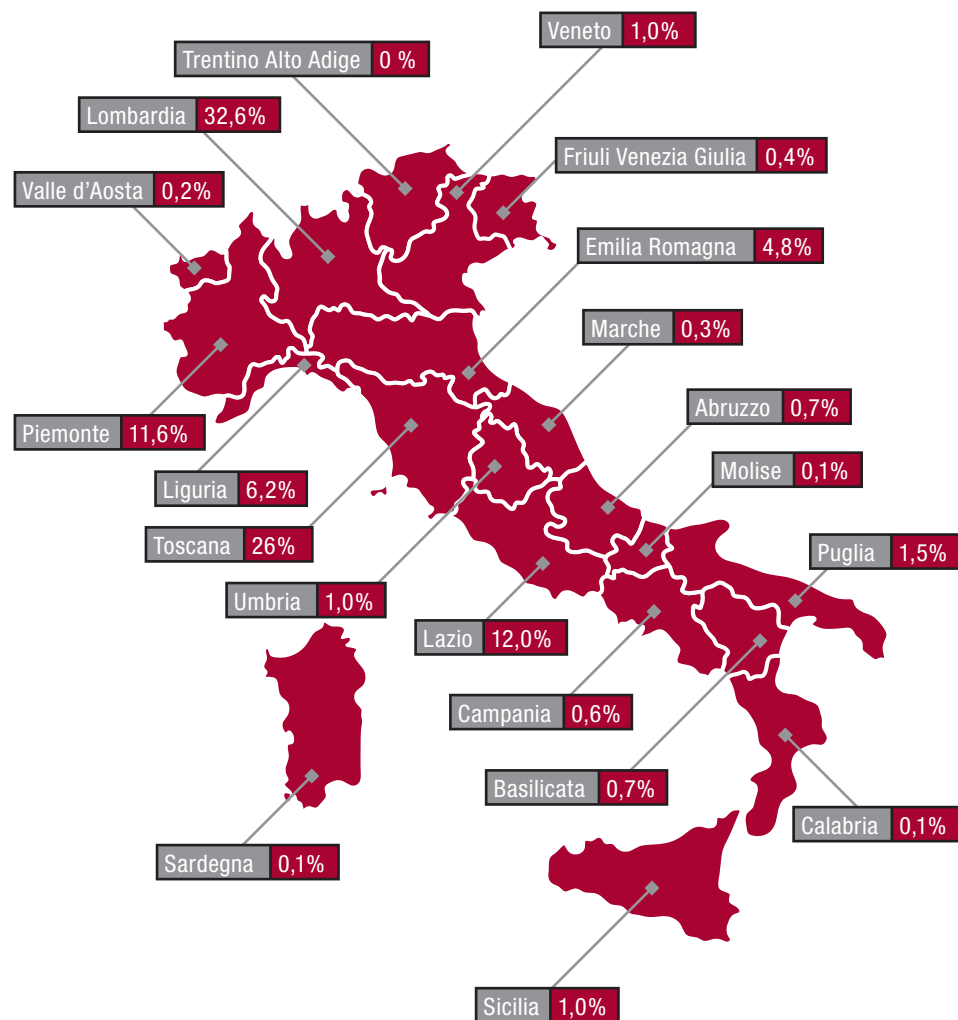
	2006	2005	2004
Spesa complessiva (migliaia di euro)	2.576.816	2.543.253	2.257.748
Numero fornitori	19.383	18.608	19.678
Piccoli fornitori (%)(*)	73,1	76,0	77,5

(\*) Fornitori con fatturato verso il Gruppo Mps inferiore a 10.000 euro





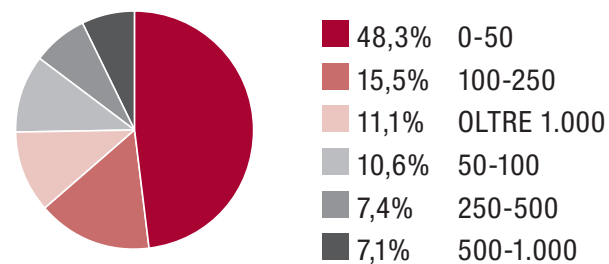
## 5.2. PROFILO DEI FORNITORI ISCRITTI ALL'ALBO DI GRUPPO



## Ripartizione per tipo di fornitura



## Ripartizione per importo fatturato (migliaia di euro)



## Turnover

	2006	2005	2004
Turnover (%)	3,0	17,3	6,6



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



### Fornitori conformi a standard certificativi

	2006		2005		2004	
	n	%(*)	n	%(*)	n	%(*)
Certificazioni Iso 9001	206	67,4	198	67,2	179	52,5
Certificazioni Iso 14001	37	17,7	20	15,4	18	1,0
Adesioni SA 8000	499	98,1	478	78,9	428	86,3

(\*) Incidenza in termini di fatturato verso il Gruppo Mps

## 6. Comunità

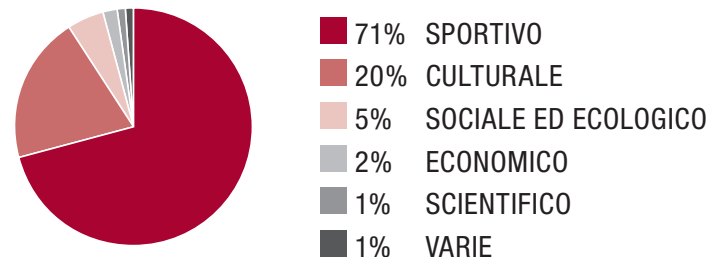
### 6.1. CONTRIBUTI ALLE COMUNITÀ

	2006	2005	2004(*)
Contributi totali (migliaia di euro) (**)	38.093	38.430	21.902
Incidenza sull'utile lordo (%)	2,96	4,46	7,00
Sponsorizzazioni (migliaia di euro)	26.516	25.985	20.148

(\*) Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

(\*\*) Il dato comprende donazioni, contributi agli enti per finalità sociali, sponsorizzazioni commerciali e istituzionali

### Ripartizione delle sponsorizzazioni per finalità



## 7. Ambiente\*

### 7.1. EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>

	2006	2005	2004
Emissioni di CO <sub>2</sub> (t)	24.947	31.158	45.223
↳ da consumo energia (%)	69,3	74,1	81,2
↳ da trasporti autostradali (%)	30,7	25,9	18,8
Emissioni di CO <sub>2</sub> per dipendente (Kg)	1.140	1.430	2.074

I coefficienti di emissione fanno riferimento a GHG Indicator-UNEP Guidelines e Rapporto Ambientale Enel 2005

\* I dati della sezione Ambiente sono riferiti alle banche commerciali, Mps Banca per l'Impresa e Consorzio Operativo di Gruppo



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



### 7.2. CONSUMI DI ENERGIA

	2006	2005	2004
Energia elettrica (kWh)	148.387.318	143.712.181	147.869.618
↳ da fonte rinnovabile (%)	94	88	73
Energia elettrica per dipendente (kWh)	6.781	6.594	6.783
Metano (m <sup>3</sup> )	4.734.659	4.960.402	5.105.358
Gasolio (litri)	1.094.778	926.177	982.183
Energia totale (TEP)	40.565	39.473	40.550
Energia totale per dipendente (TEP)	1,85	1,81	1,86

### 7.3. CONSUMI DI CARTA

	2006	2005	2004
Carta totale (t)	2.265	1.103(*)	1.065(*)
Carta ecologica (%)	71	74(*)	72(*)
Carta per dipendente (Kg)	104	89(*)	86(*)
Carta per fotocopiatrici (fogli per dipendente al giorno)	48	52	42

(\*)Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

### 7.4. CONSUMI DI ACQUA

	2006	2005	2004
Acqua totale (m <sup>3</sup> )	543.407	498.687	596.176
Acqua per dipendente al giorno (litri)	111	102	122

Dati stimati a partire dalla spesa

### 7.5. TRASPORTI PER MISSIONI DI LAVORO

Valori in Km	2006	2005	2004
Percorrenze auto(*)	45.568.319	46.868.426	49.416.220
Percorrenze auto per dipendente	2.082	2.151	2.267

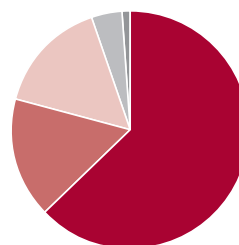
(\*) Non comprende l'utilizzo di auto a noleggio (circa quattro milioni di Km percorsi nel 2006)

### 7.6. PRODUZIONE DI RIFIUTI SPECIALI

	2006	2005(*)	2004(*)
Rifiuti totali (Kg)	753.351	884.414	720.429
Rifiuti per dipendente (Kg)	39	71	58
Rifiuti avviati a recupero (%)	64,8	78,4	66,4

I dati sono stimati e riferiti alle banche commerciali. La loro fluttuazione è riconducibile a rilevanti riorganizzazioni delle attività e dei servizi di raccolta e gestione dei rifiuti intervenute nel periodo di rilevazione  
(\*)Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

### Ripartizione dei rifiuti per tipologia



- 64,1% CARTA E CARTONE
- 16,3% RIFIUTI INGOMBRANTI
- 15,7% APPARECCHIATURE FUORI USO
- 3,7% CARTUCCE TONER
- 0,2% ALTRO



## Il bilancio in cifre

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



### 7.7. OPERATIVITÀ IN SETTORI AD ELEVATO IMPATTO

	2006	2005	2004
Impieghi (milioni di euro)	9.304	8.358	4.163
Incidenza sul totale impieghi (%)	11,2	11,1	11,7

### 7.8. FINANZIAMENTI SOTTOPOSTI A VALUTAZIONE DI RISCHIO AMBIENTALE

	2006	2005	2004
Operazioni	2.083	661	209
Importi (migliaia di euro)	4.318.879	1.837.320	676.704

Dati riferiti a MPS Banca per l'Impresa

### 7.9. FINANZIAMENTI NEL SETTORE DELLE ENERGIE RINNOVABILI

	2006	2005	2004
Operazioni	130	41	29
Importi erogati (migliaia di euro)	130.582	102.223	79.860
Incidenza sul totale finanziamenti erogati (%)	0,91	0,76	0,69



**KPMG S.p.A.**  
Revisione e organizzazione contabile  
Piazza Vittorio Veneto, 1  
50122 FIRENZE FI

Telefono: 055 272291  
Telefax: 055 215624  
e-mail: it-foresight@kpmg.it

## Relazione della società di revisione sulla revisione limitata del bilancio sulla responsabilità sociale

Al Consiglio di Amministrazione della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.

- Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio sulla responsabilità sociale al 31 dicembre 2006 del Gruppo Monte dei Paschi di Siena (di seguito il "Gruppo"), predisposto sulla base delle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2006 dal GRI - Global Reporting Initiative. La responsabilità della redazione del bilancio sulla responsabilità sociale compete agli amministratori della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.. E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base alla revisione limitata svolta.
- Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata statuiti dal principio di revisione "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information", emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board ("IAASB"), effettuando le verifiche e le analisi riepilogate di seguito:
  - Verifica della corrispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Performance e creazione di valore" della sezione "Il bilancio in cifre" del bilancio sulla responsabilità sociale ai dati ed informazioni inclusi nei prospetti riclassificati gestionali così come riportati nella relazione sulla gestione del gruppo al bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2006, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 22 marzo 2007 e dall'Assemblea degli azionisti in data 27 aprile 2007.
  - Analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel bilancio sulla responsabilità sociale. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
    - interviste e discussioni con i delegati della Direzione della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. e con il personale di altre società del Gruppo al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting per la predisposizione del bilancio sulla responsabilità sociale, nonché circa i processi e le procedure di

KPMG S.p.A. è un'entità separata dalla società capogruppo e non è un'entità di bilancio. KPMG è un'entità di bilancio separata dalla società capogruppo e KPMG è un'entità di bilancio separata.

Contatti per servizi  
KPMG Italia  
Via Po, 12 - 00198 Roma  
Tel. +39 06 4782 1  
Fax +39 06 4782 2  
E-mail: it-foresight@kpmg.it



**Gruppo Monte dei Paschi di Siena**  
Relazione della società di revisione  
sulla revisione limitata del bilancio sulla responsabilità sociale  
31 dicembre 2006

controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio sulla responsabilità sociale;

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio sulla responsabilità sociale, al fine di ottenere una conferma dell'efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni.
- Analisi della completezza e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sulla responsabilità sociale.
- Analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi.
- Ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., sulla conformità del bilancio sulla responsabilità sociale alle linee guida indicate nel paragrafo I, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in caso contestati.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo gli statuiti principi di revisione. Di conseguenza, non esprimiamo un giudizio professionale di revisione sul bilancio sulla responsabilità sociale.

- Il bilancio sulla responsabilità sociale presenta ai fini comparativi, secondo quanto previsto dalla linee guida di riferimento, i dati corrispondenti dell'esercizio precedente. Come illustrato nel bilancio sulla responsabilità sociale, gli amministratori hanno modificato i dati comparativi relativi al bilancio socio-ambientale dell'esercizio precedente, sul quale abbiamo emesso la relazione di attestazione di conformità in data 6 ottobre 2006. Le modalità di rideterminazione dei dati corrispondenti dell'esercizio precedente, descritte nella relazione sulla gestione del gruppo relativa al bilancio consolidato al 31 dicembre 2006 a cui il bilancio sulla responsabilità sociale rinvia, sono state da noi esaminate limitatamente a quanto necessario ai fini dello svolgimento del nostro incarico. Inoltre il bilancio sulla responsabilità sociale al 31 dicembre 2006 presenta ai fini comparativi anche dati gestionali consolidati relativi



*Gruppo Monte dei Paschi di Siena  
Relazione della società di revisione  
sulla revisione limitata del bilancio sulla responsabilità sociale  
31 dicembre 2006*

all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2004 e dati gestionali consolidati relativi agli esercizi 2005 e 2004 che non erano stati inclusi nel bilancio socio-ambientale dell'esercizio precedente. In considerazione del fatto che il 2005 è stato il primo anno nel quale è stato predisposto il bilancio socio-ambientale del Gruppo, i dati dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2004 e gli ulteriori dati comparativi presentati per la prima volta al 31 dicembre 2006 sono stati da noi esaminati limitatamente a quanto necessario ai fini dello svolgimento del nostro incarico. La nostra relazione pertanto non si estende ai dati ed alle informazioni che non sono stati da noi esaminati.

- 4 Sulla base di quanto svolto, non siamo venuti a conoscenza di variazioni e integrazioni significative che dovrebbero essere apportate al bilancio sulla responsabilità sociale, identificato nel paragrafo 1 della presente relazione, per renderlo conforme alle linee guida sulla base delle quali è stato predisposto.
- 5 Come indicato tra gli obiettivi di miglioramento contenuti nel bilancio sulla responsabilità sociale, il Gruppo si propone di migliorare ulteriormente gli standard interni e le procedure di rendicontazione della Corporate Social Responsibility e di ampliare il perimetro di rendicontazione di alcuni indicatori socio-ambientali a tutte le società consolidate con il metodo integrale.

Firenze, 29 maggio 2007

KPMG S.p.A.

Rodolfo Carl  
Socio



## Indice dei contenuti secondo le linee guida G3

PAGINE

### PROFILO

#### 1. Strategia e analisi

- |     |   |                     |
|-----|---|---------------------|
| 1.1 | Dichiarazione del Presidente e del Direttore generale | 3                   |
| 1.2 | Principali impatti, rischi e opportunità              | 25-29, 36-40, 79-91 |

#### 2. Profilo dell'organizzazione

- |      |   |                       |
|------|---|-----------------------|
| 2.1  | Nome dell'organizzazione                | 15                    |
| 2.2  | Principali marchi, prodotti e/o servizi | 15, 16-17, 137        |
| 2.3  | Struttura operativa                     | 16                    |
| 2.4  | Sede principale                         | 15                    |
| 2.5  | Paesi di operatività                    | 15, 145               |
| 2.6  | Assetto proprietario e forma legale     | 32-35, 140            |
| 2.7  | Mercati serviti                         | 15, 137, 142-143, 146 |
| 2.8  | Dimensione dell'organizzazione          | 15, 17, 138           |
| 2.9  | Cambiamenti significativi               | 19, 32-33, 97         |
| 2.10 | Riconoscimenti/premi ricevuti           | 6-7, 20, 58, 82       |

#### 3. Parametri del bilancio

- |     |  |           |
|-----|--|-----------|
|     | Profilo  |           |
| 3.1 | Periodo di rendicontazione                         | 9         |
| 3.2 | Data di pubblicazione del precedente bilancio.     | 9         |
| 3.3 | Periodicità di rendicontazione                     | 9-10      |
| 3.4 | Contatti e indirizzi per informazioni sul bilancio | 176       |
|     | Obiettivo e perimetro del bilancio                 |           |
| 3.5 | Processo per la definizione dei contenuti          | 10-11, 28 |
| 3.6 | Perimetro del bilancio                             | 10-11, 17 |



# Indice dei contenuti secondo le linee guida G3

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



## PAGINE

3.7	Limitazioni su obiettivo o perimetro del bilancio	11
3.8	Informazioni relative alle altre società collegate	n.a.
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo	10-11
3.10	Modifiche rispetto al precedente bilancio	9-11
3.11	Cambiamenti significativi rispetto al precedente bilancio	9-11
	Indice dei contenuti del Gri	
3.12	Tabella di riferimento	169
	Accreditamento del Bilancio	
3.13	Attestazione esterna	166
<b>4. Governance, impegni, coinvolgimento</b>		
	Governance	
4.1	Struttura di governo	32-35
4.2	Indicare se il Presidente ricopre anche un ruolo esecutivo	33
4.3	Amministratori indipendenti e/o non esecutivi	33
4.4	Meccanismi per fornire raccomandazioni al CdA *	54
4.5	Legame tra compensi di amministratori ed alta direzione e performance *	31, 34, 102
4.6	Conflitti di interessi	37- 38
4.7	Qualifiche degli amministratori *	33-34
4.8	Missione, valori, codici di condotta e principi	18-19, 23-24, 37-40
4.9	Procedure per identificare e gestire le performance economiche, ambientali e sociali	25-29, 45
4.10	Processo per valutare le performance del CdA *	31-33
	Impegno in iniziative esterne	
4.11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale *	36, 130
4.12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	23-24, 28, 32, 103
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria	28, 73
	Coinvolgimento degli stakeholder	
4.14	Elenco degli stakeholder coinvolti	51
4.15	Principi per identificare gli stakeholder da coinvolgere	50
4.16	Attività di coinvolgimento degli stakeholder	25-28, 50, 55-56, 67, 75-76, 106, 125, 129
4.17	Aspetti chiave e criticità emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni *	25, 75-76



# Indice dei contenuti secondo le linee guida G3

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



## PAGINE

### PERFORMANCE ECONOMICA

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	18-19, 43-44
	Indicatori di performance economica	
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	44, 137-139
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità connesse con i cambiamenti climatici	131-135
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	44, 101-103
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	n.a.
	Presenza sul mercato	
EC6	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali	109, 111, 157
EC7	Procedure di assunzione in loco	96
	Impatti economici indiretti	
EC8	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi di pubblica utilità	90-91, 116-121, 160-161
EC9	Impatti economici indiretti	43-44, 79-83, 109-111

### PERFORMANCE AMBIENTALE

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	123-125
	Materie prime	
EN1	Materie prime utilizzate	127-128, 162
EN2	Percentuale di materiali provenienti da operazioni di riciclaggio rifiuti	127-128, 162-163
	Energia	
EN3	Consumo diretto di energia per fonte	126, 162
EN4	Consumo indiretto di energia per fonte	n.a.
EN5	Risparmio energetico	126
EN6	Prodotti e servizi per l'efficienza energetica o basati sull'energia rinnovabile	133-135
	Acqua	
EN8	Consumo di acqua per fonte *	128, 162
	Biodiversità	
EN11	Terreni posseduti, affittati, o gestiti in aree protette	n.a.
EN12	Descrizione dei maggiori impatti sulla biodiversità	n.a.
	Emissioni, scarichi, rifiuti	
EN16	Emissioni di gas ad effetto serra	127, 161
EN17	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra	n.a.
EN18	Riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra	127, 133-135
EN19	Emissioni di sostanze nocive per lo strato di ozono	n.d.
EN20	Altre emissioni in atmosfera	n.d.

# Indice dei contenuti secondo le linee guida G3

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



## PAGINE

EN21	Scarichi idrici	n.d.
EN22	Produzione rifiuti e metodi di smaltimento	127-128, 163
EN23	Numero totale e volume di sversamenti inquinanti	n.a.
	Prodotti e servizi	
EN26	Impatti di prodotti e servizi	131-135
EN27	Tasso di riciclaggio dei prodotti venduti	n.a.
	Conformità	
EN28	Sanzioni e penali *	37, 141
	Trasporti	
EN29	Impatti dei trasporti per l'attività e per gli spostamenti del personale	127, 161-163

## PERFORMANCE SOCIALE

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	93-95
	Politiche e condizioni di lavoro	
LA1	Ripartizione del personale per tipo, contratto e regione	96, 150-151
LA2	Turnover per età, sesso e regione *	97-98, 104, 154-155
	Relazioni industriali	
LA4	Grado di copertura dei contratti collettivi	106, 151
LA5	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative	n.d.
	Salute e sicurezza sul lavoro	
LA7	Infortuni sul lavoro e malattie	156
LA8	Programmi per la gestione di gravi problemi di salute	105, 107, 119-120
LA9	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza	105-106
	Formazione e istruzione	
LA10	Formazione del personale *	100-101, 152
LA11	Programmi per lo sviluppo delle competenze e avanzamenti di carriera *	98-100
	Diversità e pari opportunità	
LA13	Ripartizione del personale per sesso e altri indicatori di diversità (es. disabilità)	103-105, 154
LA14	Rapporto tra stipendi degli uomini e quelli delle donne	n.a.

## DIRITTI UMANI

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	38, 124
	Investimenti e approvvigionamenti	
HR1	Operazioni con considerazioni sui diritti umani *	38, 80-83, 86-87, 112, 119-120
HR2	Fornitori valutati in relazione al rispetto dei diritti umani	112
	Non discriminazione	
HR4	Casi di discriminazione	n.d.
	Libertà di associazione e contrattazione collettiva	

# Indice dei contenuti secondo le linee guida G3

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MPS-BILANCIO 2006



## PAGINE

HR5	Rischi per il diritto alla libertà di associazione e la contrattazione collettiva	n.a.
	Lavoro minorile	
HR6	Ricorso al lavoro minorile	n.a.
	Lavoro forzato	
HR7	Ricorso al lavoro forzato	n.a.

## IMPATTI NELLA SOCIETÀ

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	115-121
	Collettività	
SO1	Gestione degli impatti nella comunità	115-121
	Corruzione	
SO2	Analisi e monitoraggi sulla corruzione	39-40
SO3	Personale formato sulla prevenzione della corruzione	39-40
SO4	Azioni intraprese a seguito di casi di corruzione	40
	Contributi politici	
SO5	Posizioni sulla politica pubblica e lobbying	n.d.
	Conformità	
SO8	Sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti *	37, 141


## RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	61, 64-65
	Salute e sicurezza dei consumatori	
PR1	Salute e sicurezza di prodotti e servizi	71-72, 78
	Etichettatura di prodotti e servizi	
PR3	Informazioni su prodotti e servizi	73-74, 77-78
PR5	Customer satisfaction	67
	Marketing e comunicazione	
PR6	Leggi, standard e codici volontari in tema di marketing e pubblicità	77-78
PR7	Non conformità	77-78
	Conformità	
PR9	Sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti	n.d.

Sono stati rendicontati tutti gli indicatori "core" e solo dove ritenuto rilevante "gli additional"

\* Indicatore rendicontato parzialmente





I veri valori non sono in vendita.

MPS  
per il  
sociale

Viviamo la responsabilità  
di rispondere ai bisogni  
della persona e meritare la loro fiducia.  
Ce lo indicano i nostri valori  
da più di 500 anni.  
Tutti noi, insieme, sentiamo  
questo impegno verso la società.

 MONTE  
DEI PASCHI  
DI SIENA  
BANCA DAL 1472  
GRUPPOMPS  
[www.mps.it](http://www.mps.it)

Banca Monte dei Paschi di Siena  
Area Comunicazione  
Servizio Pubblicità e Comunicazione Interna  
Settore Responsabilità Sociale  
Piazza Salimbeni, 3  
53100 Siena

Tel. (+39) 0577 - 299654/5/6  
0577 - 294661

Fax (+39) 0577 - 296017  
csr@banca.mps.it  
www.mps.it

Progetto Grafico: Milc Srl  
Stampa: AL.SA.BA. Grafiche Srl, Colle Val d'Elsa (Si)

Prodotto realizzato impiegando carta  
Symbol Tatami da g. 135 e 250 di  
Fedrigoni Cartiere SpA certificata Chain  
of Custody FSC - Rif. nr. CQ.COC  
000010 (Mixed Sources).



Banca Monte dei Paschi di Siena SpA - Sede sociale in Siena piazza Salimbeni, 3 - www.mps.it  
Capitale sociale € 2.029.771.034,02 interamente versato

Iscritta al Registro Imprese di Siena - numero di iscrizioni e codice fiscale 00884060526

Aderente al Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi. Iscritta all'Albo delle banche al n. 5274

Gruppo Bancario Monte dei Paschi di Siena, iscritto all'Albo dei Gruppi Bancari