

La responsabilità
sociale del
Gruppo Montepaschi

GRUPPOMONTEPASCHI



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

Carlo Schiavone Sindaco supplente

Marco Turillazzi Sindaco supplente

DIREZIONE GENERALE

Antonio Vigni Direttore Generale

Giuseppe Menzi Vice Direttore Generale Vicario

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

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



Lettera agli stakeholder

Il bilancio d'esercizio fornisce una rappresentazione della situazione patrimoniale e finanziaria dell'impresa, ne delinea l'andamento economico ed i risultati conseguiti in funzione di quell'obiettivo che è il presupposto per la sostenibilità e lo sviluppo nel tempo di ogni azienda: la ricerca dell'efficienza e del profitto.



Giuseppe Mussari
Presidente



Antonio Vigni
Direttore Generale

È un profilo determinante ma non esaustivo, che da solo non consente una piena lettura qualitativa del modo in cui i risultati sono stati conseguiti, di come ci si è mossi nel contesto sociale, di come ci si è rapportati al più complesso quadro degli *interessi collettivi*. Si tratta di aspetti che trovano una loro organica rappresentazione nel Bilancio sulla Responsabilità Sociale: quanto più è correlata l'analisi dei due documenti tanto più è percepibile l'insieme dei Valori che l'azienda esprime e che costituiscono la sua compiuta Identità.

Il Bilancio sulla Responsabilità Sociale 2007 viene presentato in concomitanza con l'Assemblea che approva il Bilancio di esercizio, innanzitutto quale segno tangibile di come il Monte dei Paschi viva il tema della responsabilità sociale secondo una logica di integrazione con gli aspetti più tipicamente finanziari della gestione nonché per consentire a tutti i nostri *portatori d'interessi* una lettura tempestiva e completa dei fatti aziendali del nostro Gruppo.

Una visione nel segno della complementarità - fra ambiti che riteniamo interconnessi indissolubilmente - nella quale si innestano i brillanti risultati reddituali conseguiti nel 2007. L'utile record - di oltre 1.400 milioni di euro - è il segno di una grande capacità di distribuzione di valore aggiunto non solo



Lettera agli stakeholder

agli azionisti ma anche a tutte le altre categorie di *stakeholder*, come il Bilancio sulla Responsabilità Sociale 2007 testimonia efficacemente.

Vogliamo mantenere e potenziare tale capacità: questo, quindi, il senso profondo delle scelte strategiche che abbiamo portato a compimento ed avviato nel corso dell'esercizio, finalizzate a rafforzare ulteriormente le dimensioni, l'efficienza, la competitività, la redditività del Gruppo Montepaschi.

Le fredde cifre del bilancio acquisiscono così un valore diverso quando vengono lette nell'ottica di come si è risposto ai bisogni della collettività e dei dipendenti; di come ci si è adoperati nei confronti dell'ambiente o di come ci si è rapportati con i fornitori; ricercando comunque la crescita dell'impresa e il congruo ritorno per il capitale in essa investito.

L'impostazione e la redazione del documento, nel pieno rispetto delle linee guida del *Global Reporting Initiative*, è il frutto di un costante dialogo con le Organizzazioni Sindacali, con le Associazioni dei Consumatori, con le principali società del Terzo Settore, con analisti nazionali e internazionali.

Il loro apporto ha contribuito alla realizzazione di un Bilancio sulla Responsabilità Sociale che rappresenta in modo limpido, misurabile, non autoreferenziale il nostro operato. Una rappresentazione funzionale alla trasparente e corretta interpretazione delle scelte e della *personalità* della Banca e del Gruppo Montepaschi.

Siamo particolarmente orgogliosi di questo risultato ed in particolare del percorso di confronto che lo ha prodotto perché ci ha consentito di percepire le aree di potenziale miglioramento dandoci, di conseguenza, modo di focalizzare in maniera ancora più puntuale la nostra attenzione per tradurle in opportunità di creazione di valore. Il nostro obiettivo è quello di tendere verso una sempre maggiore convergenza tra i fatti economici e quelli sociali, a tal fine abbiamo recentemente varato due importanti iniziative: il Codice Etico e il Piano Strategico sulla Responsabilità Sociale.



Il Codice Etico nasce raccogliendo e valorizzando in un organico documento ufficiale, a fianco della nostra Carta dei Valori, quell'insieme di norme, comportamenti e *sensibilità* che da sempre caratterizzano il patrimonio genetico della nostra identità aziendale.

Lo sviluppo del Piano Strategico sulla Responsabilità Sociale - che si affianca e si integra sempre più con le "scelte industriali" del Gruppo in una prospettiva di medio-lungo termine - riflette un costante confronto con tutti i nostri *stakeholder*.

Il Bilancio sulla Responsabilità Sociale espone nel dettaglio gli importanti risultati e progressi ottenuti anche nello scorso esercizio e per questi aspetti ad esso rimandiamo.

Rimane l'impegno della Banca MPS e dell'intero Gruppo a proseguire in un percorso di costante miglioramento, in un contesto nel quale la coscienza della *corporate social responsibility* va affermandosi con sempre maggiore convinzione non solo come condizione necessaria per uno sviluppo sostenibile delle nostre comunità e territori ma anche come indispensabile scelta strategica.



Introduzione al bilancio

SCOPO E IMPOSTAZIONE DEL DOCUMENTO

Questo è il nostro ottavo bilancio annuale sulla responsabilità sociale (Csr), il terzo a livello di Gruppo.

Il Bilancio è stato supervisionato dal Comitato per la responsabilità sociale d'impresa della Capogruppo Banca Monte dei Paschi di Siena (da qui in avanti anche "Capogruppo" o "Banca") ed è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione della stessa il 10 aprile 2008.

In esso sono descritte le attività, finanziarie e non, che nel corso del 2007 hanno segnato l'impegno del Gruppo Montepaschi verso obiettivi di crescita sostenibile, da realizzarsi attraverso una maggiore integrazione nei contesti sociali, ponendo attenzione alle istanze degli stakeholder e della società in genere.

Rende conto dei successi e dei miglioramenti necessari, rivolgendosi a tutti gli stakeholder, ossia agli azionisti, ai clienti, ai dipendenti, alle rappresentanze sindacali agli investitori ed analisti finanziari, alle istituzioni, alle organizzazioni della società civile, alle associazioni dei consumatori, alle comunità locali, ai media, che vogliono ed hanno il diritto di conoscere più a fondo la nostra realtà per elaborare su di essa un giudizio più informato e poter fare scelte più consapevoli.

Il Bilancio probabilmente non esaurisce le necessità informative di un pubblico così eterogeneo, con aspettative ed interessi anche molto diversi tra loro. Per questo siamo impegnati a sviluppare anche specifiche comunicazioni e relazioni dirette.

I contenuti sono stati scelti con riferimento alle linee guida del Global reporting



initiative (G3). Rispetto all'esercizio precedente abbiamo ampliato il set di indicatori ed il relativo perimetro di rendicontazione, con un livello di applicazione delle linee guida pari a B+ (per maggiori dettagli vedi "Indice secondo il Global Reporting Initiative - G3"). Abbiamo anche tenuto conto delle indicazioni del modello proposto dall'Associazione bancaria italiana (Abi) per il "rendiconto agli stakeholder" e dei supplementi, in versione pilota, del Global reporting initiative.



Abbiamo soprattutto sollecitato e considerato i punti di vista di vari stakeholder, tra cui Abi, Aiaf (Associazione italiana degli analisti finanziari), Sodalitas, Forum per la finanza sostenibile, le quindici associazioni dei consumatori con cui collaboriamo dal 2004 attraverso il Consumer Lab, l'Università di Siena, le agenzie di rating etico. E ci siamo confrontati con le Organizzazioni sindacali della Capogruppo, condividendo il metodo di elaborazione ed i contenuti del Bilancio, con particolare riguardo ai temi delle politiche di gestione del personale e della sostenibilità ambientale.

Meccanismi di consultazione e coinvolgimento su cui contiamo per continuare a migliorarci.

LE INDICAZIONI DEGLI STAKEHOLDER SUL BILANCIO

- Accrescere l'obiettività della trattazione
- Chiarire la relazione tra gli scostamenti rispetto agli obiettivi definiti e gli obiettivi futuri
- Fare opportuni riferimenti nel testo ai dati riportati in appendice e ad approfondimenti disponibili ad esempio nel sito internet
- Chiarire la relazione tra valori, pilastri identitari, politica di Csr e strategia
- Approfondire la descrizione delle attività intangibili
- Accrescere il coinvolgimento degli stakeholder nell'attività e nella redazione del Bilancio
- Approfondire temi fondamentali quali, le riorganizzazioni societarie, gli interventi di ricomposizione degli organici, la trasparenza e l'eticità dei rapporti con i clienti, la tutela dell'ambiente

PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Se non diversamente indicato nel testo, Il Bilancio riguarda il Gruppo Montepaschi nel suo complesso, quale riportato nel Bilancio consolidato.



Introduzione al bilancio

Non sono comprese le attività del comparto assicurativo (AXA MPS Assicurazioni Vita e AXA MPS Assicurazioni Danni), la cui competenza gestionale è passata al Gruppo AXA nell'ambito di una partnership strategica definita nel corso dell'anno, e quelle di Biverbanca, la cui acquisizione è stata completata nel mese di Dicembre.

Vi sono contenute informazioni qualitative e quantitative riferite al 2007, e raffronti con gli anni precedenti. Vi sono inoltre descritte iniziative rilevanti realizzate nella prima parte del 2008.

QUALITÀ DEI DATI E SISTEMI DI MISURAZIONE

Al fine di aumentare l'efficienza e la qualità della rendicontazione, nonché per sostenere una maggiore integrazione della Csr nei processi aziendali, da questa edizione il Bilancio segue i tempi e i modi di elaborazione di quello ordinario.

Non vi è quindi un sistema di raccolta ed elaborazione dei dati ad hoc, bensì sono utilizzate le medesime fonti e piattaforme informatiche che alimentano i conti e la relazione sulla gestione economica, 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.

Alcuni dati sono stimati, in assenza di misurazioni dirette.

Ciò è opportunamente indicato nel testo, così come le rettifiche resesi necessarie sui dati pubblicati nel precedente Bilancio.



Per facilitare la lettura i dettagli dei dati sono riportati in appendice nel “Bilancio in cifre”.

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 e scaricato dal sito www.mps.it, dove è possibile anche richiederne copie cartacee, lasciare commenti, suggerimenti ed avere maggiori informazioni sulla Csr.



Profilo del Gruppo Montepaschi

Il Gruppo Montepaschi è una compagine societaria attiva in tutti settori bancari e finanziari.

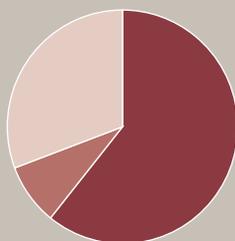
Opera principalmente in Italia attraverso più di 2.000 filiali ed un'articolata struttura di canali di distribuzione.

Serve circa 4,3 milioni di clienti, per la maggior parte retail (privati e piccole imprese sono il 97,8% del totale).

Indicatori strutturali	2007	2006	2005
Dipendenti	24.109	24.262	26.470
Clienti	4.273.177	4.144.099	4.120.651
Fatturato *	4.968,2	4.877,5	4.320,8

* Margine della gestione finanziaria e assicurativa (milioni di euro)

Settori di attività



60,8%	Commercial Banking & Distribution Network
8,5%	Private Banking & Wealth Management
30,7%	Corporate Banking & Capital Markets



In primo piano in questo bilancio

- Il nuovo Piano strategico sulla responsabilità sociale
- Il Codice etico di Gruppo
- I temi “caldi” per il rapporto banca-cliente (Direttiva MiFID, costi dei servizi, inclusione finanziaria, indebitamento delle famiglie)

E tante altre informazioni sulle attività non finanziarie del Gruppo Montepaschi, le performance e gli obiettivi di miglioramento.

Indicatori di sostenibilità	2007	Var. da 2006
Valore aggiunto (milioni euro)	4.239	+15,6%
Retention clienti (%)	94,9	+1,40bp
Reclami (n.)	4.312	-9,26%
Turnover personale (%)	0,88	-0,02bp
Formazione procapite (giorni)	6,97	+60,23%
Personale femminile (%)	42,8	+1,00bp
Contributi comunità/utile lordo (%)	4,24	+1,28bp
Consumi energia procapite (Tep)	1,81	-2,16%
Emissioni CO ₂ procapite (kg)	883	-22,81%
Finanziamenti energie rinnovabili (milioni euro)	223,7	+71,42%

bp = basis point (punti percentuali)



Indice

IDENTITÀ E VALORI	15
GOVERNO SOCIETARIO E RESPONSABILITÀ D'IMPRESA	19
Sistemi e indipendenza dei controlli	25
Controllo e gestione dei rischi	27
Integrità e responsabilità	29
Trattamento delle informazioni societarie	32
Rapporti con gli azionisti e gli investitori	32
STRATEGIA E SVILUPPI ORGANIZZATIVI	35
Piano strategico sulla responsabilità sociale 2007/09	39
ATTIVITÀ FINANZIARIE E MERCATO	43
Performance economica	43
Valore di mercato	44
Rating	45
ATTIVITÀ NON FINANZIARIE	47
SERVIZIO AI CLIENTI E QUALITÀ DEI RAPPORTI	51
Profilo della clientela	51
Canali di distribuzione e relazione	52
Gestione dei rapporti	58
Trasparenza e correttezza	64
Temi sociali e finanza socialmente responsabile	73



SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL PERSONALE	81
Profilo del personale e dinamiche occupazionali	81
Strategie e modelli di sviluppo	83
Formazione	85
Remunerazione, incentivi e contributi	88
Previdenza complementare	90
Ambiente di lavoro	91
Interventi sociali	96
PARTECIPAZIONE ALLA CRESCITA SOSTENIBILE DELLE COMUNITÀ	99
Innovazione e sviluppo delle infrastrutture e dei tessuti produttivi	99
Contributi per la qualità sociale delle comunità	103
QUESTIONE ENERGETICA E TUTELA DELL'AMBIENTE	111
Sistemi di gestione e verifica	111
Utilizzo delle risorse ed emissioni inquinanti	113
Rischio ambientale	118
Iniziative finanziarie per la tutela dell'ambiente	119
QUALITÀ DEI PROCESSI DI ACQUISTO	123
Sistemi di gestione e verifica	123
Qualificazione e selezione dei fornitori	125
BILANCIO IN CIFRE	129
ACCREDITAMENTO DEL BILANCIO	148
INDICE SECONDO IL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (G3)	151

Identità e valori





Identità e valori



Le nostre origini risalgono al 1472, quando per volere delle Magistrature della Repubblica di Siena fu istituito il “Monte Pio” allo scopo di dare aiuto alle classi più disagiate della città, combattere l’usura e supportare la crescita dell’economia locale.

Scopi assistenzialistici, dunque, e di utilità sociale che dal 1995 sono prerogativa dell’omonima Fondazione, principale azionista di Banca Monte dei Paschi di Siena. Banca che dal 1999 è quotata alla Borsa valori di Milano.

Maggiori informazioni sulla storia del Monte dei Paschi di Siena sono disponibili sul sito www.mps.it alla sezione “La Banca”.

CARTA DEI VALORI DEL GRUPPO MONTEPASCHI

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

La Carta dei Valori è disponibile sul sito www.mps.it alla sezione “I nostri valori”.

La nostra identità si basa su solidi valori, in continuità con le nostre origini ed una lunga storia di istituto pubblico.

Il mercato ed il pubblico in generale ci riconoscono come una realtà di grandi tradizioni, con una forte integrazione nel territorio, capace anche di innovare e di esprimere con responsabilità la propria funzione sociale.



Identità e valori

Insieme alla qualità del servizio ai clienti, oggetto di notevoli investimenti, sono questi i caratteri con cui vogliamo distinguerci nel panorama bancario, su cui costruiamo la nostra comunicazione istituzionale, sviluppiamo il nostro marchio e che orientano la strategia. Naturalmente sono necessari comportamenti coerenti nell'attività di tutti i giorni per confermarci un riferimento affidabile per i clienti e gli altri stakeholder.



Una Storia Italiana dal 1472

Monitoriamo con regolarità, attraverso specifiche ricerche di mercato, la notorietà del marchio, il gradimento e la reputazione aziendale, sotto il profilo qualitativo e quantitativo. In proposito, anche in relazione ai possibili futuri sviluppi dei principi contabili internazionali in materia di “intangibili”, vogliamo misurare, con metriche comparabili, il valore economico del marchio quale importante indicatore del nostro potenziale di crescita. Le prime elaborazioni sono in corso.

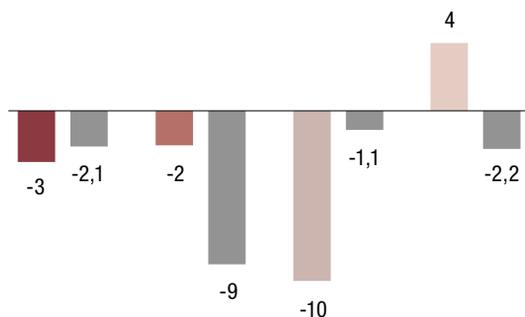
La reputazione è oggetto di controllo nell'ambito del presidio complessivo dei rischi, con margini di miglioramento per una più pronta rilevazione di potenziali scostamenti dell'azione aziendale dai valori e dai principi di autoregolamentazione affermati.



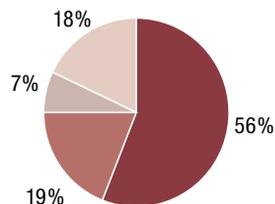
IMMAGINE DEL GRUPPO MONTEPASCHI

Indagine Demoskopea 2007 - i giudizi dell'opinione pubblica

Punteggi (scala da -100 a +100)



Rilevanza dei fattori d'immagine



È sostenuta tramite relazioni con i media, a garanzia di una corretta comunicazione dei fatti aziendali, ed è difesa con brevetti e relativi sistemi di vigilanza da possibili associazioni indesiderate con altri marchi, in Italia e all'estero.

Governo societario e responsabilità d'impresa





Governo societario e responsabilità d'impresa



La nostra missione è creare valore per gli azionisti nel breve come nel lungo periodo, attraverso una soddisfacente remunerazione del capitale investito.

Ci impegniamo a farlo con responsabilità, nell'interesse d'impresa, degli stakeholder e della collettività in genere, attraverso assetti organizzativi e di governo societario improntati alla conformità legislativa ed a canoni di sana e prudente gestione.

MISSIONE DEL GRUPPO MONTEPASCHI

- Creare valore per gli azionisti, 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 Montepaschi quale primario Gruppo nazionale
- 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

Questo è dunque il nostro approccio alla “corporate governance”: tenere fede ai nostri valori con comportamenti, a tutti i livelli, che assicurino nell'attività di tutti i giorni, trasparenza, integrità e correttezza; assicurare un processo dinamico di sviluppo, operando secondo i migliori standard per realizzare performance sostenibili, consapevoli della rilevanza sociale dell'attività.

Per la Capogruppo abbiamo scelto un sistema di amministrazione e controllo di tipo tradizionale che si caratterizza per la presenza:

- di un Consiglio di Amministrazione, con funzioni di indirizzo e supervisione strategica
- di un Collegio Sindacale che vigila sull'osservanza delle norme di legge, regolamentari e statutarie, sulla corretta amministrazione, sull'adeguatezza degli assetti organizzativi, di controllo e amministrativo-contabili dell'azienda;



Governo societario e responsabilità d'impresa

- dell'Assemblea dei soci, competente a deliberare tra l'altro, in sede ordinaria o straordinaria, in merito alla nomina e alla revoca dei componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale e ai relativi compensi e responsabilità, all'approvazione del bilancio e alla destinazione degli utili, a fusioni, scissioni, aumenti di capitale e su ogni eventuale modifica dello Statuto, alla nomina della società di revisione contabile.

Il sistema si basa sui principi indicati dal Codice di autodisciplina delle società quotate, emanato dal Comitato per la corporate governance di Borsa Italiana Spa, con particolare riguardo a: la chiara distinzione dei ruoli e delle responsabilità, l'appropriato bilanciamento dei poteri, l'equilibrata composizione degli organi societari, efficacia dei controlli, il presidio di tutti i rischi aziendali, l'adeguatezza dei flussi informativi, la responsabilità sociale d'impresa.

La Relazione annuale sulla corporate governance è disponibile sul sito www.mps.it alla sezione "Investor relations". A seguire se ne riportano alcuni aspetti.

Tra i fatti di maggiore rilievo di quest'anno:

- varie iniziative per accrescere ulteriormente i livelli di informativa tra organismo di supervisione strategica (Consiglio di amministrazione), funzione di gestione (l'Alta direzione) e funzione di controllo (Collegio sindacale e Comitato per il controllo interno);
- meccanismi per rafforzare le funzioni esecutive di controllo (internal audit, CFO, risk management, compliance);
- sviluppo dei controlli interni, in coerenza con le indicazioni di Basilea 2, per migliorare il governo e controllo del rischio ed il suo conseguente contenimento;
- costituzione della funzione di compliance per una migliore gestione dei rischi di conformità;
- adeguamento organizzativo ed operativo alla direttiva europea MiFID (2004/39/CE) per aumentare i livelli di protezione degli investitori e la trasparenza dei mercati.



ASSETTI PROPRIETARI E AZIONARIATO AL 31.12.2007

Il capitale sociale di Banca Monte dei Paschi di Siena al 31.12.2007 ammonta a 2.031.866.478,45 euro, interamente versato, rappresentato da 3.032.636.535 azioni del valore nominale 0,67 euro di cui:

- 81,03 % ordinarie
- 18,66 % privilegiate (con diritto di voto limitato)
- 0,31% risparmio (senza diritto di voto)

A fine anno il valore di mercato della Banca era di circa 11 miliardi di euro.

Il flottante è pari al 32%.

Il 64,67% del capitale ordinario della Banca risulta detenuto da sei azionisti strategici, possessori di quote superiori al 2% del capitale:

- Fondazione Monte dei Paschi di Siena 49%. Partecipata dalle principali autorità pubbliche locali, persegue fini di utilità sociale per lo sviluppo sostenibile del territorio senese e regionale (informazioni sull'attività della Fondazione sono disponibili sul sito www.fondazionemps.it);
- Gruppo Caltagirone 4,70%. Attivo nel settore delle grandi opere, del cemento, immobiliare, finanziario e dell'editoria;
- Hopa 3%. Holding di partecipazioni aziendali che investe in società con elevate potenzialità al fine di creare valore e soddisfare i propri azionisti nel medio lungo termine (nei primi mesi del 2008 Hopa ha ridotto la propria partecipazione al di sotto del 2%);
- Unicoop Firenze 2,99%. Società cooperativa di consumatori operante nella grande distribuzione in Toscana;
- Axa S.A. 2,52%. Primario gruppo assicurativo francese, con cui vige una partnership strategica;
- Carlo Tassara S.p.A. 2,46%. Holding specializzata nel settore della trasformazione dei metalli, dell'energia e delle costruzioni.

Il 3,34% è posseduto dai dipendenti.

Rilevante la quota degli investitori retail (19,30%), con la restante parte di azioni appannaggio di investitori istituzionali, in prevalenza esteri (11,67%).



Governo societario e responsabilità d'impresa

Tra questi, con circa l'1% del flottante, vi è anche una decina di investitori socialmente responsabili, principalmente nord europei, che considerano cioè criteri di buona governance, ambientali e di relazione con gli stakeholder nelle loro scelte finanziarie.

Da segnalare, inoltre, che:

- per Statuto, nessun socio, ad eccezione dell'istituto conferente (la Fondazione), 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.

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 presenti.

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, in base alle previsioni del Codice di autodisciplina, non vi rientra in quanto, in precedenza, a capo della Fondazione), 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



comunicare ai soci prima delle nomine per le opportune valutazioni. Riteniamo che gli ulteriori impegni e cariche sociali in altre aziende siano compatibili e non in concorrenza con il loro incarico in Banca. La valutazione/ autovalutazione dell'operato del Consiglio è positiva anche in virtù dell'elevato numero di riunioni effettuate dalla data di insediamento e del relativo tasso di partecipazione, sempre molto alto (presenza media pari all'85,5%).

Interessi degli amministratori e operazioni con parti correlate

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). Anche quest'anno nessuna di tali operazioni ha comportato obblighi di informativa al mercato ai sensi del Regolamento Consob n. 11971.

Remunerazione

I dati sulle remunerazioni degli Amministratori e dell'Alta Direzione della Banca Monte dei Paschi di Siena sono riportati nella Relazione sulla corporate governance, disponibile sul sito www.mps.it alla sezione "Investor relations".

Si segnala che per i consiglieri non è prevista alcuna forma di remunerazione variabile legata ai risultati economici della società o al raggiungimento di determinati obiettivi, evitando così l'orientamento del loro operato a logiche di breve periodo.

COMITATI INTERNI AL CONSIGLIO

Dei comitati indicati 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% del capitale sociale per presentare liste. Ruoli dei comitati, attività e modalità di interazione con il Consiglio sono descritti nella Relazione sulla corporate governance, cui rimandiamo. Altri comitati di rilievo sono quelli per: la strategia, la comunicazione, la responsabilità sociale d'impresa.



Governo societario e responsabilità d'impresa

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 Montepaschi
- 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 Montepaschi 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.

Ai lavori del Comitato partecipano anche il Presidente del Collegio Sindacale ed il Direttore Generale.

Nel 2007 si è riunito 3 volte, per discutere di argomenti quali: il Codice etico, la strategia sulla Csr, il Bilancio sulla responsabilità sociale.



Sistemi e indipendenza dei controlli

Il sistema dei controlli si articola su tre livelli – l'Area controlli interni, il Comitato per il controllo interno ed il Collegio Sindacale.

CONTROLLI INTERNI

Principi, ruoli e compiti per le attività di controllo interno sono definiti attraverso apposito Regolamento di Gruppo.

All'Area controlli interni della Capogruppo, in raccordo con le funzioni di audit delle varie società del Gruppo, spetta la gestione del complesso delle attività. Questa avviene sulla base di un Piano annuale che individua obiettivi, ove possibile misurabili, modalità di realizzazione, tempistica e frequenza delle verifiche.

Il Piano è validato dal Comitato per il Controllo Interno ed approvato dal Consiglio di Amministrazione ed è oggetto di rendicontazione periodica.

Quest'anno, nelle banche commerciali del Gruppo sono state fatte 799 verifiche ispettive (+ 22% rispetto al 2006).

In corso d'anno sono stati effettuati vari interventi su metodi e procedure di controllo per rafforzare le condizioni di indipendenza delle funzioni di audit e la loro autonomia di relazione con il Consiglio di Amministrazione ed il Comitato per il controllo interno, anche in virtù di nuove norme, riguardanti in particolare la Legge sul risparmio (modifiche, in attuazione della Legge 262/05, al Testo unico della finanza per rafforzare l'efficacia dei controlli ed elevare il grado di tutela delle minoranze azionarie), la Direttiva europea MIFID e le disposizioni di Banca d'Italia in tema di vigilanza sulla conformità (la cosiddetta "compliance").

Notevole anche lo sviluppo tecnologico, attraverso l'informatizzazione della gestione delle attività.



Governo societario e responsabilità d'impresa

PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE E DEL RICICLAGGIO (DECRETO LEGISLATIVO 231/2001)

Il Decreto legislativo 231/2001 riguarda la responsabilità amministrativa delle imprese rispetto all'eventuale commissione di reati quali, in particolare, frodi, corruzione, concussione, riciclaggio di proventi legati ad attività illecite, finanziamento di attività terroristiche.

Dal 2004 è in funzione un apposito modello organizzativo che prevede:

- regole e procedure per prevenire tali reati;
- processi per la gestione ed il controllo delle risorse finanziarie in attività a rischio;
- un organismo di vigilanza (il Comitato per il controllo interno) a garanzia del buon funzionamento e del costante aggiornamento del modello;
- la formazione dei dipendenti;
- sistemi di segnalazione e sanzionatori.

Tra le attività di quest'anno:

- aggiornata la Direttiva interna, tenendo conto di nuovi reati ricompresi, tra cui la violazione delle norme in materia di salute e sicurezza sul lavoro (Legge 3 agosto 2007 n. 123);
- recepito il Decreto legislativo 231/2007 sull'antiriciclaggio ed il contrasto al finanziamento del terrorismo, che rende ancora più stringenti i controlli in capo agli intermediari finanziari su identità, operatività e conseguente rischiosità dei clienti e di possibili nuovi rapporti;
- eseguiti controlli nell'ambito dei programmi ordinari di audit, nonché attraverso specifiche indagini su alcune attività maggiormente sensibili;
- rilevati 1.012 casi sospetti di riciclaggio, 681 dei quali sono stati segnalati al competente UIF (Unità di Informazione Finanziaria, istituito quest'anno in Banca d'Italia). Erano stati 537 nel 2006;
- supporto ad indagini investigative della Magistratura per 296 casi segnalati dal sistema bancario come ad elevato rischio riciclaggio;
- 22.720 ore di formazione complessivamente erogate a 8.467 dipendenti.

Non vi sono state sanzioni disciplinari per i dipendenti, mentre i procedimenti



legali aperti hanno riguardato essenzialmente la mancata notifica all'UIF in una ventina di casi.

Il Gruppo è stato oggetto di un caso di studio nell'ambito di un progetto di ricerca promosso dalla Commissione Europea: RARE - Rhetoric and Realities: Analysing Corporate Social Responsibility in Europe. Il caso, sviluppato da Transparency International, anche attraverso incontri e interviste con rappresentanti aziendali, ha confermato una gestione efficace dei fenomeni di corruzione e del riciclaggio di danaro.

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% del capitale sociale.

SOCIETÀ DI REVISIONE

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 aziende appartenenti al network della Società di revisione per tali attività sono stati pari a 790.233 euro.

Controllo e gestione dei rischi

Efficaci assetti organizzativi e di governo dei rischi costituiscono condizione essenziale per il perseguimento degli obiettivi aziendali.

Responsabilità e processi sono stati definiti nel 2007 con apposita Direttiva di Gruppo che tiene conto delle recenti novità normative in materia emanate tra gli altri dall'Unione europea (Direttiva MiFID), dal Comitato di Basilea, Banca d'Italia e Consob, con l'obiettivo di contenere il rischio, assicurare stabilità patrimoniale, la correttezza e la trasparenza dei comportamenti nella prestazione dei servizi.



Governo societario e responsabilità d'impresa

In corso d'anno sono stati rivisti metodi e processi di gestione e misurazione dei rischi, specie quelli connessi ai servizi di investimento ed alla conformità legislativa.

Per quanto attiene ai rischi di credito ed operativi, sono stati adeguati sistemi e processi interni alle previsioni di Basilea 2 e, primi nel settore, a fine anno abbiamo conseguentemente richiesto a Banca d'Italia il riconoscimento regolamentare di metodi avanzati per calcolare la dotazione patrimoniale in relazione all'effettivo grado di esposizione al rischio (Icaap – Internal capital adequacy assessment process). Ciò contribuirà a migliorare la nostra capacità di allocazione generale delle risorse umane, tecnologiche e finanziarie, nonché, attraverso l'utilizzo di rating interni per il governo del rischio di credito, di presidiare meglio i finanziamenti, aumentare la consapevolezza nella gestione, razionalizzare i processi di mitigazione e controllo, dando quindi maggiore stabilità al Gruppo.

In attuazione delle nuove previsioni della Legge sul risparmio sono stati sviluppati i controlli del processo contabile (il cosiddetto “entity level control”).

A seguito dei noti fatti dei “mutui subprime” è stato elaborato, in raccordo con Banca d'Italia, un Manuale per la gestione delle crisi di liquidità che prevede l'effettuazione mensile di “analisi di stress” e la valutazione degli impatti sull'equilibrio finanziario del Gruppo in presenza di condizioni non favorevoli di mercato.

Le decisioni sul governo dei rischi competono alla Capogruppo, il cui Consiglio di Amministrazione definisce, almeno una volta l'anno, la propensione e la tolleranza del Gruppo verso il rischio, esercitando la supervisione generale dell'attività.

Principi e sistemi di gestione dei vari tipi di rischi sono definiti attraverso singole Direttive.

Ad oggi ve ne è una per i rischi operativi (che prevede tra i vari indicatori



anche la numerosità dei reclami e il turnover del personale) ed una per quelli di credito.

Nel 2007 sono stati affrontati anche i rischi reputazionali, a cominciare da quelli inerenti ai prodotti e alla gestione dei portafogli dei clienti, nell'ambito del processo di adeguamento alla Direttiva MiFID, ed è stata estesa la valutazione del rischio ambientale del credito, già in essere nella finanza di progetto, anche ai rapporti con le grandi imprese.

È in fase di regolamentazione la gestione dei rischi di non conformità: intesi come probabilità di incorrere in sanzioni giudiziarie o amministrative, perdite finanziarie rilevanti o danni di reputazione in conseguenza di violazioni di norme imperative (leggi o regolamenti) ovvero di autoregolamentazione (statuto, codici etici, di condotta, di autodisciplina, ecc.). Gli altri rischi (di mercato, reputazionali, strategici, ecc.) saranno trattati a breve.

Maggiori informazioni sulla gestione dei rischi sono disponibili sul sito www.mps.it alla sezione "Investor relations".

Integrità e responsabilità

CONFORMITÀ

Il rispetto delle disposizioni contrattuali e degli obblighi di legge è un presupposto necessario dell'attività, che verifichiamo costantemente. Anche a seguito di specifiche disposizioni di Banca d'Italia del 12 luglio 2007, abbiamo istituito una funzione a ciò dedicata (la funzione di Compliance), definendo i rapporti operativi tra le strutture di controllo e di processo coinvolte ed impostando un piano d'azione culturale che fa della conformità un importante volano per la difesa e la crescita del valore aziendale.

A fine 2007, nella Capogruppo risultano complessivamente in essere 4.655 contenziosi giudiziari, in prevalenza con i clienti.



Governo societario e responsabilità d'impresa

Vi sono ulteriori 28 procedimenti amministrativi in tutto il Gruppo, principalmente per violazioni della normativa sull'antiriciclaggio (di cui 25 omesse segnalazioni di casi sospetti all'Organo competente).

Registriamo esborsi per multe e penali, pari a complessivi 3.742.506 euro, quasi integralmente legati ad una contestazione di natura fiscale da parte dell'Agenzia delle Entrate (circa 3,5 milioni).

Per quanto riguarda la vicenda Bell (la società controllata da Hopa, interessata da un accertamento fiscale da parte dell'Agenzia delle Entrate di Milano in relazione alla cessazione della partecipazione a Telecom), il Gruppo Montepaschi, pur ribadendo l'infondatezza sostanziale delle ragioni tecniche evidenziate nell'avviso di accertamento fiscale, tenendo conto dei possibili riflessi reputazionali connessi e dei costi del prevedibile lungo iter amministrativo e/o giurisdizionale del contenzioso, ha deciso di partecipare, insieme agli altri soci ed ex soci di Bell, alla proposta di adesione, pervenendo nel gennaio 2008 ad un'intesa con l'Agenzia delle Entrate, con un esborso di circa 12 milioni di euro.

CODICE ETICO E RESPONSABILITÀ SOCIALE

Crediamo che una buona condotta faccia bene all'impresa, aumenta la capacità di generare valore per sé e gli stakeholder ed è funzionale a guadagnare e proteggere nel tempo credibilità, reputazione e consenso.

Il rispetto degli obblighi di legge ed i relativi controlli non bastano dunque. Occorre puntare all'etica e al concetto forte di autoregolamentazione.

Abbiamo perciò inteso dotarci di un Codice etico di Gruppo per precisare principi, modelli e norme di comportamento che devono costantemente guidarci in ogni attività, nei rapporti interni, nelle relazioni con il mercato e gli stakeholder, nei confronti dell'ambiente, assicurando che la responsabilità e la prospettiva sociale d'impresa siano espresse, tanto internamente quanto esternamente, divenendo parte integrante dei processi e delle scelte aziendali.



SEGUIAMO I PRINCIPI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA PROMOSSI DA:

Nazioni Unite



Unione Europea

Comunicazione n. 136 del 22 marzo 2006



Il Codice è stato elaborato dal Comitato per la responsabilità sociale d'impresa ed approvato dal Consiglio di amministrazione della Capogruppo il 10 aprile 2008.

Per la sua elaborazione abbiamo scelto un processo condiviso, cui hanno contribuito tutte le funzioni aziendali e vi hanno partecipato le Organizzazioni sindacali e le Associazioni dei consumatori riunite nel Consumer Lab (per informazioni su Consumer Lab vedi capitolo “Servizio ai clienti e qualità dei rapporti”).

Il Codice sarà introdotto operativamente nell'ordinamento del Gruppo nel corso del 2008.

I risultati, positivi e negativi, della sua attuazione saranno costantemente verificati dal Comitato con il supporto dei controlli interni, quali importanti indicatori di prestazione aziendale.

Ne sarà data comunicazione pubblica e promossa l'adozione tra le società collegate, partecipate, partner commerciali, consulenti e collaboratori, costituendo elemento di valutazione dei rapporti in essere e futuri.



Governo societario
e responsabilità d'impresa

Trattamento delle informazioni societarie

Attuiamo una comunicazione tempestiva sui fatti rilevanti per il mercato.

In attuazione della Legge sul risparmio seguiamo precise regole per assicurare una corretta rappresentazione di tali fatti ai mercati ed agli investitori. Vi sono istruzioni operative e specifici applicativi informatici per la gestione delle informazioni “price sensitive”, gli abusi di informazioni privilegiate 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, tali operazioni devono essere comunicate alla Segreteria Generale della Banca. Nel 2007 ve ne è stata una da parte di un amministratore.

Rapporti con gli azionisti e gli investitori

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.

In proposito, il 2007 ha visto il team Investor Relations interagire in maniera proattiva con la comunità finanziaria, segnando un'ulteriore accelerazione delle attività rivolte al mercato in linea di continuità con quanto fatto nel 2006. Segnaliamo le più significative:

- partecipazione a 8 conferenze organizzate dai più importanti broker internazionali;
- 34 incontri con azionisti (1 con attuali o potenziali possessori di obbligazioni) nelle maggiori piazze finanziarie.

Complessivamente sono stati fatti incontri con circa 270 investitori (compresi gli investitori incontrati più di una volta) in 10 diversi paesi.

Strategia e sviluppi organizzativi





Nel corso del 2007 l'attività si è sviluppata secondo le linee strategiche del Piano Industriale 2006-2009.

Obiettivi del Piano:

- 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.

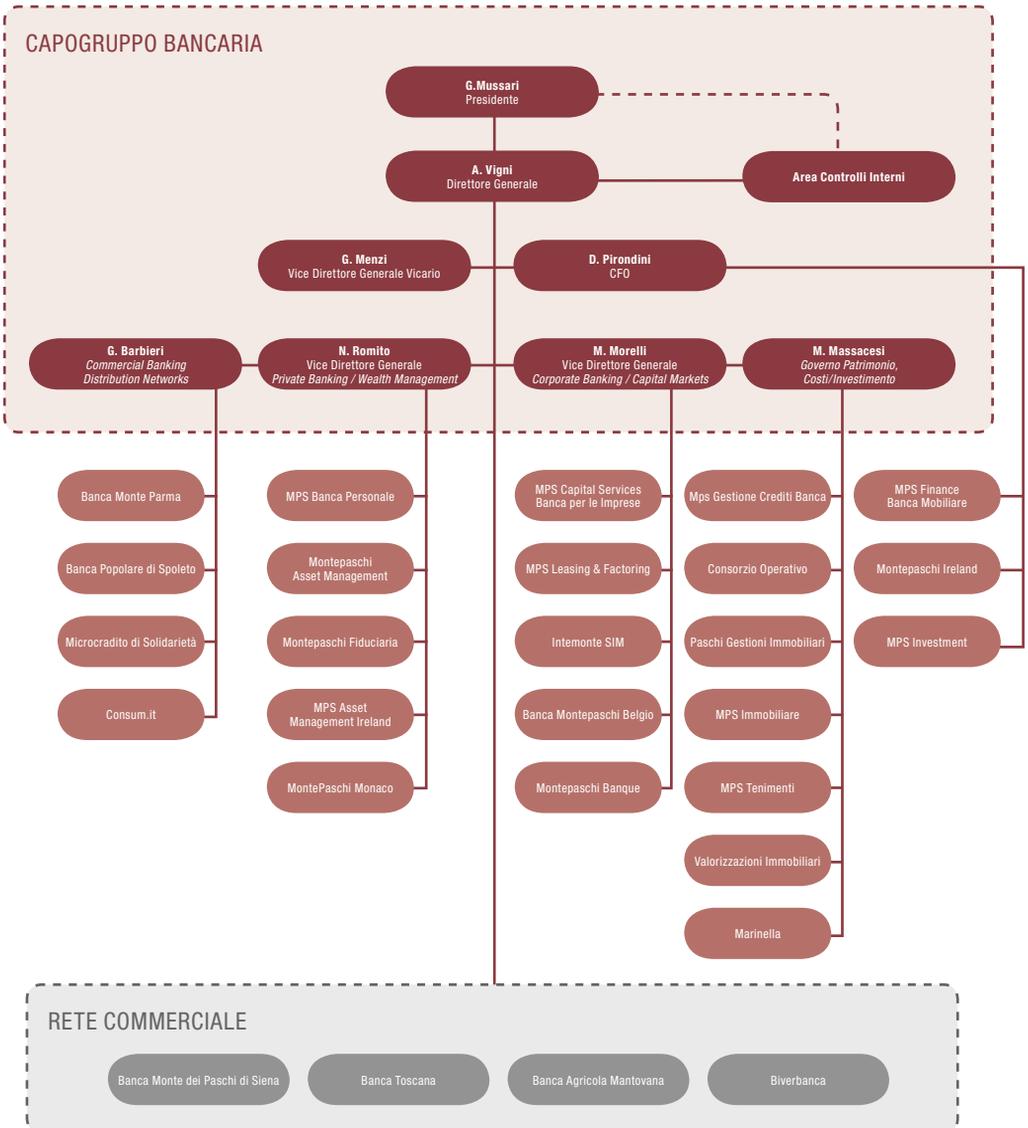
I risultati fin qui conseguiti sono molto positivi e anche nel 2007 confermano una solida crescita delle nostre basi operative (portafoglio clienti, raccolta e impieghi), in presenza di una forte revisione della struttura commerciale e delle società prodotto/servizio, finalizzata a sviluppare e concentrare le attività sul core business.

Sono state quindi effettuate importanti operazioni societarie, tra cui:

- la partnership con il Gruppo AXA per rafforzare il posizionamento competitivo nel settore assicurativo e della previdenza complementare (Ottobre 2007);
- la costituzione di MPS Capital Services Banca per le Imprese (in breve "Capital Services"), la nuova società del Gruppo specializzata nell'offerta di servizi bancari alle imprese e alle istituzioni (Ottobre 2007);
- l'acquisizione del 55% di Biverbanca, la Cassa di risparmio di Biella e Vercelli rilevata da Intesa Sanpaolo (Dicembre 2007);
- l'acquisto di AXA SIM per rafforzare la rete territoriale di promozione finanziaria (Febbraio 2007);
- la decisione di operare un riassetto delle attività di gestione dei risparmio attraverso la cessione del 66% di MP Asset Management ed una partnership con un socio industriale ed uno finanziario, realizzando, primo caso in Italia, la separazione tra produzione e distribuzione per mitigare



Strategia e sviluppi organizzativi



Struttura organizzativa del Gruppo Montepaschi al 31.12.07



- i possibili conflitti di interessi, secondo gli auspici di Banca d'Italia (operazione in corso);
- la decisione di creare una nuova società per il recupero crediti attraverso una partnership con un socio industriale ed uno finanziario (operazione in corso).

Abbiamo operato in uno scenario caratterizzato da una crescente concentrazione bancaria nel Paese, con la necessità di ricercare ulteriori sinergie di ricavo e di costo per essere più efficienti e competere nel mercato. Siamo pervenuti quindi ad un accordo con Banco Santander per l'acquisto di Banca Antonveneta che ci permetterà di assumere il ruolo di terzo polo bancario in Italia, rafforzando la nostra penetrazione nel mercato retail nel settentrione.

Un'operazione complessa che necessiterà di un aumento di capitale: l'Assemblea dei soci di Banca Monte dei Paschi di Siena del 6 marzo 2008 ha attribuito al Consiglio di Amministrazione la facoltà di aumentare a pagamento il capitale sociale fino a 5 miliardi di euro da offrire in opzione a tutti i soci e fino a 1 miliardo di euro mediante emissione di azioni ordinarie da riservare in sottoscrizione ad una società del gruppo JP Morgan, con esclusione del diritto di opzione. Nonché la definizione di un nuovo Piano Industriale 2008-2011, approvato dal Consiglio di Amministrazione il 10 marzo 2008 (il Piano è disponibile sul sito www.mps.it alla sezione "Investor relations"). Innovazione, dunque, e crescita dimensionale, per progredire in efficienza e redditività. Una crescita che sia sostenibile, che ci consenta di creare valore duraturo per gli azionisti, attraverso la valorizzazione dei clienti e nell'interesse degli altri stakeholder.

PIANO INDUSTRIALE DEL GRUPPO MONTEPASCHI 2008-2011

Siena, 11 Marzo 2008 - Il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo ha approvato il nuovo Piano Industriale di Gruppo per il periodo 2008-2011.

UNA TRASFORMAZIONE STORICA

- L'inserimento di Antonveneta in un piano di profonda ristrutturazione dell'intero Gruppo Montepaschi



Strategia e sviluppi organizzativi

- Razionalizzazione della rete con l'integrazione di Banca Agricola Mantovana, Banca Toscana e Antonveneta in MPS (tutelando il valore dei marchi), con Antonveneta nuova banca focalizzata sul nord est

UNA SIGNIFICATIVA CREAZIONE DI VALORE PER GLI AZIONISTI

- Sinergie attese dall'integrazione di Antonveneta e dalla ristrutturazione del Gruppo pari a 732 milioni di euro, di cui il 35% da maggiori ricavi e il 65% da risparmi di costi
- Miglioramento dell'efficienza: cost/income al 47% nel 2011 (-14pb vs 2007)
- Risultato netto 2011 pari a 2,2 miliardi di euro, con un CAGR 07-11 del 10,5%
- ROE atteso del 12,8% al 2011
- Politica dei dividendi: pay-out medio del 50% nell'arco del Piano
- Obiettivo di Tier I superiore al 7% al 2011
- Qualità dell'attivo sotto controllo

UN NUOVO CORSO STRUTTURALE FONDATO SU CHIARE LINEE GUIDA

- Razionalizzazione dell'assetto distributivo sul territorio
- Ulteriore ottimizzazione dell'assetto produttivo e della specializzazione al servizio del cliente
- Proseguimento del percorso di diversificazione strategica della distribuzione (canali innovativi, promozione finanziaria)
- Ottimizzazione dell'uso e redditività del capitale
- Dismissione delle attività non core

Abbiamo in tale senso riprogrammato anche l'agenda strategica sulla responsabilità sociale, definendo un Piano a medio termine (2007-2009) che dovrà sostenere gli obiettivi aziendali attraverso una sempre maggiore integrazione degli interessi degli stakeholder nelle attività.

Il Piano è stato verificato dal Comitato per la responsabilità sociale d'impresa ed approvato dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo.

Alla sua elaborazione hanno partecipato le varie funzioni aziendali, che ne sono responsabili per l'attuazione, tenendo conto di: valutazioni di agenzie di rating specializzate (tra queste, con SAM - Sustainable Asset Management sono stati analizzati in profondità, attraverso apposito incontro, criteri ed esiti delle loro valutazioni nell'ambito degli aggiornamenti del Dow Jones Sustainability Index); indicazioni provenienti da istituzioni; organismi internazionali; società di revisione e certificazione; attese espresse dagli



stakeholder o rilevabili da una lettura delle dinamiche sociali; tendenze e sfide che investono il nostro settore; analisi rischi-opportunità; buone pratiche rilevate.

In questo Bilancio se ne rende conto, descrivendo le principali attività realizzate nel 2007.

Piano strategico sulla responsabilità sociale 2007/09

Obiettivi	2007	2008	2009
CORPORATE GOVERNANCE			
Sviluppo principi di corporate governance	Avviato gruppo di lavoro. Integrata la Csr nella Relazione al 31.12.2007.		
Implementare Codice etico di Gruppo	Il Codice è stato elaborato. Sarà reso operativo nel corso del 2008.		
GESTIONE STRATEGICA			
Analisi rischi reputazionali	Avviata analisi rischi su prodotti e gestione portafogli clienti, in attuazione della MiFID.		
Analisi rischi e opportunità Csr			
Analisi e valorizzazione attività intangibili			
Presidio e sviluppo certificazioni qualità	Accentrato presidio sistemi di qualità. Integrata gestione qualità e ambiente nella Capogruppo.		
Formazione/comunicazione interna sulla Csr	Utilizzati i canali di comunicazione interna per informazioni di base e aggiornamenti sulle attività.		



Strategia e sviluppi organizzativi

Obiettivi	2007	2008	2009
COMUNICAZIONE E STAKEHOLDER			
Sviluppo coinvolgimento sulla Csr	Incontri con sindacati e associazioni di consumatori su Codice etico, Bilancio Csr, ambiente.		
Elaborazione bilancio degli intangibili			
Valutazione del brand			
Promozione valore sociale e reputazione	Realizzata pubblicità incentrata sulla Csr.		
FINANZA ETICA			
Definizione criteri etici per gli investimenti			
Sostegno alle piccole e micro-imprese	Riassetto modello di servizio. Partecipato all'avvio del Mac (mercato di capitali per piccole imprese).		
Sviluppo offerta fondi etici	Avviato studio per fondi specializzati nel settore energia-ambiente.		
Sviluppo clienti non standard e microfinanza	Definita gamma di offerta "Fuori serie". Erogati 215 microcrediti per 6,8 milioni (+34%).		
CLIENTI			
Definizione di un "Patto con i clienti"	Il Patto è operativo su scala pilota: prevede rimborsi per promesse di servizio disattese.		
Linee guida marketing partecipato			
Sviluppo della customer satisfaction	Aumentati i livelli di soddisfazione. Analisi più approfondita in Capogruppo (prog. care score).		



Obiettivi	2007	2008	2009
RISORSE UMANE			
Più comunicazione su politiche e gestione	Aumentato il numero di indicatori nel Bilancio Csr. Maggiore "disclosure" verso operatori finanziari.		
Migliorare bilancio lavoro/famiglia	Effettuate verifiche di fattibilità per attivare servizi per l'infanzia (nidi aziendali) e sulla mobilità sostenibile.		
Sviluppo sistemi di ascolto			
Integrare obiettivi con fattori di sostenibilità			
COMUNITÀ			
Linee guida interventi nelle comunità	Elaborata "policy", di prossima approvazione.		
AMBIENTE			
Linee guida e miglioramento dell'eco-efficienza	Definito programma di miglioramento. Avviati confronti con i sindacati.		
Riduzione dei consumi di energia	Consumi ridotti del 2,2%.		
Sviluppo sistemi di mobilità sostenibile	Effettuate verifiche di fattibilità. Avvio di attività nel 2008.		
Definire politica su energia e clima	Costituito gruppo di lavoro. Tra gli obiettivi: elaborare "policy", sviluppare offerta, ecc.		
Aumentare business nel rinnovabile e per risparmio energetico	Effettuati 386 finanziamenti per 223 milioni (+70% dal 2006).		

Attività finanziarie e mercato





La prima responsabilità del Gruppo è creare valore per gli azionisti, principalmente attraverso la costituzione di un solido e duraturo rapporto con il cliente basato sulla qualità dei servizi offerti, nonché distribuire valore a tutti gli stakeholder, tramite il pagamento delle retribuzioni ai dipendenti, il sostegno alle economie indotte, l'adempimento degli oneri fiscali.

Performance economica

La performance economica del 2007 è stata estremamente positiva. L'utile netto rappresenta il migliore risultato della storia del Gruppo (1.437,6 milioni di euro). Negli ultimi quattro anni l'utile è cresciuto in maniera esponenziale dai 554,8 milioni del 2004, con un incremento del 160%. L'ipotesi di dividendo per azione ordinaria è pari a 0,21 euro (0,17 nel 2006 e 0,13 nel 2005), con un pay out (dividendi distribuiti/utile d'esercizio) del 45%. Sono stati conseguiti risultati commerciali positivi valorizzando i vasti interventi di riassetto organizzativo effettuati a partire dalla seconda metà dello scorso esercizio. In crescita le principali componenti di ricavo, con il margine di intermediazione primario (4.459 milioni) in aumento del 6,1% rispetto al 2006 ed un risultato operativo netto che si attesta a 1.477,6 (+6,7%). Aumentano in misura considerevole i volumi operativi (impieghi +13,1%, raccolta diretta +17,8%, flussi di risparmio +15%, erogazione mutui +22%, stipulato leasing +31,5%) e le rispettive quote di mercato. Risultati molto buoni anche sul fronte della redditività: l'indice costi/ricavi è sceso al 58,4%, mentre il Roe (ritorno sull'investimento) è salito al 19,8%. Maggiori informazioni sulle performance economiche sono riportate nel Bilancio consolidato, disponibile sul sito www.mps.it alla sezione "Investor relations".



Attività finanziarie e mercato

Di questi risultati hanno beneficiato i nostri stakeholder. Abbiamo prodotto un valore aggiunto complessivo di circa 4,2 miliardi di euro (+15,6% dal 2006), distribuendone il 78% agli stakeholder in forma di dividendi dell'utile realizzato, stipendi ai dipendenti, imposte e tasse allo Stato, erogazioni liberali. Un dato questo che non comprende gli ulteriori valori economici 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, specie quelli locali che hanno in noi un importante riferimento per l'operatività; alla copertura dei piani pensionistici dei dipendenti; al contributo per lo sviluppo dei territori in cui operiamo.

Ma anche agli investimenti in innovazione, sviluppo e motivazione del capitale umano, relazione con i clienti, efficienza energetica, in generale a quel complesso di attività d'impresa che definiamo non finanziarie ma che tanto incidono sulla nostra capacità di creare valore.

Tali attività sono descritte nei capitoli che seguono.

Valore di mercato

Il 2007 è stato un anno generalmente contrastato per i principali indici azionari (DJ Euro Stoxx +3,5%, S&P 500 +3,7%, Mibtel -8,8%, S&P/Mib -7,7%) con un secondo semestre particolarmente negativo a seguito della crisi legata ai mutui subprime americani, che ha determinato vendite soprattutto sul comparto finanziario (MibBanche -14,6%, DJ Euro Stoxx Bancario -10,7%). A fine anno il titolo MPS valeva 3,68 euro (- 25,6% rispetto ad inizio anno), dopo aver toccato la quotazione massima di 5,34 euro il 22 maggio e quella minima di 3,61 euro il 21 novembre, risentendo anche della generale correzione dei mercati nel secondo semestre.

I volumi giornalieri negoziati sul titolo sono stati in media di 11 milioni di pezzi, con punte di 148 milioni a novembre (dopo l'annuncio dell'accordo con Banco Santander per l'acquisizione di Banca Antonveneta) e minimi di 3,2 milioni in agosto. In termini di multipli di mercato, a fine anno il titolo quotava 10 volte gli utili attesi nel 2008 e 1,4 volte il patrimonio netto per azione al 2007.



Rating

Di seguito le valutazioni delle principali agenzie di rating sul debito e breve termine ed a medio-lungo termine. Rispetto all'anno scorso è variato solo il rating di Moody's su debiti e depositi a lungo termine (in miglioramento da A-1 ad Aa3). In Aprile Standard & Poor's aveva portato da stabile a positivo l'outlook delle banche commerciali del Gruppo, riconoscendone il progressivo miglioramento della redditività complessiva.

Agenzie	Debito a breve termine 31/12/2007	Debito a lungo termine 31/12/2007
Moody's Investors Service	P - 1	Aa3
Standard & Poor's	A - 1	A
Fitch Ratings	F - 1	A+

In Novembre, la stessa agenzia ha rivisto al ribasso l'outlook di Banca Monte dei Paschi di Siena da positivo a negativo, in conseguenza dell'annunciato accordo con Banco Santander per l'acquisizione di Banca Antonveneta, pur confermando i rating a lungo e breve termine.

LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA ON LINE

Banca Monte dei Paschi di Siena sale al 20 posto tra le società italiane a maggiore capitalizzazione (quarta tra le banche) nella graduatoria stilata quest'anno dal Hallvarsson & Hallvarsson Webranking sulla base delle valutazioni espresse da più di 300 operatori finanziari (analisti, investitori, giornalisti) riguardo alla completezza e alla fruibilità delle informazioni aziendali disponibili nei siti internet. Il giudizio sintetico ottenuto è 55, in decisa crescita (47 nel 2006 e 39,5 nel 2005).

Tra i punti di forza:

- Il nuovo sito è migliorato nella struttura complessiva, in termini di navigabilità e di organizzazione dei contenuti, in particolare nella pagina iniziale
- Ben curata la sezione sulla Csr (un tema di crescente importanza)
- La sezione Media ha un'organizzazione migliore ed i contenuti sono stati arricchiti

Tra gli ambiti di miglioramento:

- Le funzioni interattive
- I contenuti sulla Corporate Governance
- Informazioni sul titolo

Attività non finanziarie





Attività non finanziarie



Le performance economiche dicono ciò che abbiamo fatto, ma non sono sufficienti per conoscere le nostre potenzialità, i nostri margini di crescita.

Ricerche indicano infatti che per prevedere le performance future di un'azienda molto conta sapere come essa gestisce le attività non finanziarie o intangibili, di solito non presenti nei rendiconti d'impresa, riconducibili alle sfere della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa.

Su queste attività vogliamo continuare ad investire, sicuri dei ritorni in produttività, riduzione di rischi, contenimento dei costi, risultati operativi e di mercato, immagine e di conseguenza in termini di valore complessivo.

Ci riferiamo al nostro approccio ed al modello di governo societario, proiettati al lungo periodo, come detto nel capitolo "governo societario", e ad aspetti della nostra realtà che riguardano i nostri stakeholder, il loro coinvolgimento, i loro interessi e quelli della società in genere, che illustriamo nei capitoli seguenti.

Risorse strategiche, in altri termini, che sono:

- umane - la cultura aziendale, la conoscenze e le esperienze di dipendenti e dirigenti, le relazioni interne;
- relazionali - i rapporti con il mercato e gli stakeholder, con particolare riguardo ai clienti e alla loro soddisfazione, alla la conoscenza e diffusione del brand, ai processi di comunicazione esterna;
- strutturali - di supporto alla produttività e alla capacità di innovare, come l'organizzazione, l'efficienza dei processi, i sistemi informativi ed i modelli di sviluppo della conoscenza.



Attività non finanziarie

LE RISORSE INTANGIBILI

Umane

Strutturali

Relazionali

Umane		Strutturali		Relazionali	
Temi	Pagine	Temi	Pagine	Temi	Pagine
Struttura dell'organico (età, scolarità, anzianità di servizio)	81-82, 138-139	Innovazione	53-55, 73-76	Portafoglio clienti	51, 131-132
Turnover	82, 141	Applicazione tecnologiche	53-55	Fidelizzazione	51, 135
Remunerazione e incentivazione	88-89, 140	Investimenti in tecnologia	53-55, 135	Customer satisfaction	61-62
Competenze professionali	83-85	Sistemi di scambio e condivisione della conoscenza	85-87	Gestione identità	15-17
Pari opportunità e diversità	94-96, 141			Usabilità del sito Web	55-56, 69
Formazione - attività e costi	85-87, 139-140			Reti di relazione con gli stakeholder	7
				Presenza sui media	132

Vediamo che il nostro impegno a valorizzare le attività non finanziarie è considerato da sempre più parti un parametro di valutazione dei risultati e della validità dei nostri programmi.

Per questo abbiamo interesse a darne comunicazione e ad aprirci a costruttivi confronti con gli stakeholder. Ad utilizzare codici e sistemi di misurazione condivisi per perseguire la più completa ed efficace integrazione di tali attività nella gestione, mettendo in più stretta relazione performance finanziarie e non.



Per questo partecipiamo al progetto promosso dalla Commissione europea “Responsabilità d’impresa e valutazioni di mercato delle performance finanziarie e non finanziarie” (www.csreurope.org).

RATING DI SOSTENIBILITÀ



FTSE4Good

Ftse4good - Inclusi negli indici, europeo e mondiale



FTSE4Good

Ftse4good Environmental Leaders Europe 40 - Tra le 40 società con le migliori performance ambientali in Europa



Ethibel - Inclusi nel Pioneer e nell'Excellence Register.



Dow jones sustainability index - Rating 2007: 64 (61 nel 2006). Inferiore al punteggio minimo di inserimento nell'indice mondiale (66) ma superiore alla media del settore (48). Inclusi nel “Sustainability Yearbook 2008” di SAM Sustainable Asset Management con un posizionamento nel top 15% delle 2500 società valutate quest'anno.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito ww.mps.it alla sezione “I nostri valori”.

Servizio ai clienti
e qualità
dei rapporti





La centralità del cliente è il cardine della nostra strategia.

La riduzione del tempo e dello spazio che separano il cliente dalla banca, la capacità di assicurare un'offerta di assoluta qualità, trasparenza, ed inclusività sono le metriche con cui misuriamo i nostri progressi. In un contesto sempre più competitivo siamo impegnati a creare e sviluppare rapporti di fiducia e di reciproca e duratura soddisfazione. Essere al servizio dei clienti per rispondere ai loro bisogni e preferenze, con comportamenti sempre corretti e trasparenti, con preparazione, capacità d'innovazione e credibilità.

Profilo della clientela

Il patrimonio clienti è di complessivi 4,67 milioni, in progressiva crescita. In particolare, nelle reti commerciali sono attivi quasi 4,3 milioni di rapporti (circa 130.000 in più rispetto al 2006), di cui il 97,8% con clienti retail (privati e piccole imprese, con fatturato fino a 2,5 milioni di euro). Di questi, il 65,5% fanno parte del segmento family (con patrimonio non superiore a 25.000 euro) e si concentrano principalmente nel centro e sud Italia (79,1%). La clientela corporate (63.240 aziende) è costituita per l'80,1% da piccole-medie imprese.

I livelli di fidelizzazione si confermano alti, con il 56,3% dei rapporti in essere da più di 10 anni. In lieve crescita il tasso di retention (94,9%) ed aumenta di 1,2 punti percentuali la capacità di acquisizione di nuovi clienti (8,3% quest'anno), specie tra i giovani. Dati superiori alla media del settore.

Tra i prodotti più richiesti dai nuovi clienti: le carte prepagate ed i mutui. Di meno il tradizionale conto corrente. Particolarmente apprezzati dai clienti già attivi, le carte di debito e le polizze danni, mentre segnano il passo conti correnti, titoli e obbligazioni e, in misura minore, i fondi comuni. Il dettaglio dei dati è riportato nel capitolo "Bilancio in cifre".



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

Canali di distribuzione e relazione

Proponiamo la nostra offerta commerciale e teniamo i rapporti con i clienti attraverso un articolato sistema di distribuzione e relazione.

Abbiamo potenziato la rete delle filiali con 98 aperture. Sono quindi 1.989 gli sportelli in Italia (35 all'estero), cui si sono aggiunti a fine anno i 105 di Biverbanca.

Fondamentale in questo senso la vicinanza fisica, con il 70% dei clienti che oggi risiede a meno di 5 chilometri dalla filiale.

La rete di vendita è inoltre supportata da 139 uffici di promozione finanziaria e 216 centri specialistici (113 dedicati alle Pmi, 37 a servizio degli enti e 66 per i clienti private).

Gli Atm (sportelli automatici – in inglese Automatic teller machine) sono 2.405, anche essi in aumento. 57 per ora gli Atm abilitati anche al versamento di assegni e contanti.

Abbiamo fatto importanti investimenti con l'obiettivo di migliorare il servizio, rafforzando il personale, in numero e competenze, specie nelle filiali più piccole, e valorizzando, in ottica di integrazione, sia i contatti diretti, sia i canali virtuali (o remoti).

PERSONALE DEDICATO

Nelle filiali operano 14.458 persone (+718 unità da inizio anno). Il rapporto back office/front office è ulteriormente diminuito (25%; era il 32% nel 2006 ed il 42% nel 2005). È monitorato, anche se di difficile gestione, il turnover del personale di filiale, spesso all'origine di insoddisfazione da parte dei clienti.

Gli addetti al contact center sono 131 (erano 115 nel 2006) e la rete dei promotori finanziari è arrivata a quota 709 (più i 333 di AXA SIM, la società recentemente rilevata dal Gruppo AXA).



L'impegno formativo è stato notevole: 1.051.412 ore complessive (990.412 nelle reti commerciali, 9.500 per gli addetti del contact center e 51.500 in favore dei promotori).

CANALI VIRTUALI

Per accedere ai nostri servizi bancari e informativi, un numero crescente di clienti sceglie canali alternativi allo sportello.

Numerose le iniziative per svilupparli ulteriormente, tra cui: la “filiale del futuro”, la “firma digitale” (descritti nel paragrafo successivo) e la “multicanalità integrata”.

Senza costi aggiuntivi, quest'ultima consente di accedere, attraverso un unico contratto ed un'unica modalità (www.bancainfinita.it), ai servizi dei vari canali virtuali (internet, telefono fisso e mobile).

Nel 2007 i canali virtuali sono cresciuti in media del 28,4%, con circa 935.000 contratti in essere a fine anno.

Maggiormente utilizzata è la piattaforma internet, sia da parte dei clienti retail che delle imprese: rispettivamente il 36,8% ed il 94,5% dei possessori di un contratto di internet banking vi hanno operato nel corso dell'anno.

Da strumento per l'operatività, tale piattaforma sta evolvendo in un mezzo di relazione, grazie ai nuovi servizi di maggiore valore per i clienti, come “documenti on line”, che permette di ricevere “in tempo reale” l'estratto conto ed altre comunicazioni relativi a conti correnti e titoli, con conseguenti risparmi delle spese di spedizione, per la banca e per i clienti.

Il contact center ha svolto più di 1,9 milioni di operazioni dispositive ed informative (+ 4% rispetto al 2006), attivando anche un servizio di consulenza alle filiali: “l'Isola della rete”.

Il contact center va quindi sempre più configurandosi come uno strumento di assistenza alla clientela, compresa quella interna (gli operatori di filiale), oltre che un importante ausilio all'attività di vendita, con un aumento di contatti diretti (almeno una volta l'anno per il 60,9% dei clienti retail; erano stati il 59% nel 2006).



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

INNOVAZIONE TECNOLOGICA E INFORMATICA

Quasi raddoppiati negli ultimi due anni gli investimenti in tecnologie e sistemi informativi: 1.400 nuove applicazioni, per una spesa progettuale complessiva di 142,8 milioni e costi, nel 2006, nell'ordine dell'11% del totale degli oneri operativi.

Attraverso un nuovo accordo con IBM, si prevede di aumentare l'efficienza dei sistemi informatici e migliorare i relativi processi di produzione, con risparmi stimati in 48 milioni nei prossimi sei anni.

Le innovazioni di maggiore rilievo sono applicate ai servizi per i clienti e alla sicurezza. Spiccano:

- i notevoli adeguamenti alle nuove norme in tema di compliance, alle direttive europee MiFID (criteri e regole per la vendita di strumenti finanziari) e SEPA (unificazione dei sistemi di pagamento), che proseguiranno anche nel 2008;
- la progettazione di una nuova piattaforma informatica per la gestione dati applicata all'ottimizzazione dei rapporti con i clienti;
- i sistemi antifrode e gli strumenti per assicurare il mantenimento delle attività e l'operatività dei sistemi informatici;
- la firma digitale – attraverso una chiave USB i clienti possono acquistare prodotti e servizi sia in filiale, sia on-line, consentendo alla banca di ridurre i costi gestionali dei contratti cartacei, aumentare l'efficienza operativa ed ampliare l'offerta commerciale on line. La chiave è, infatti, sia un dispositivo di firma, sia un accesso elettronico ai canali virtuali;
- la filiale del futuro – che integra varie soluzioni innovative: un assetto fisico che favorisce la relazione; sistemi di marketing digitale; una vetrina interattiva con “touch screen”; oltre che la possibilità di utilizzare appieno la multicanalità. Il progetto, reso possibile dalla partnership con Microsoft, è in prova in tre filiali, con l'obiettivo di estenderlo progressivamente nella rete;
- il bancomat solare – con la prima installazione nel porto turistico di Scarlino (Gr) di un Atm evoluto, alimentato con pannelli fotovoltaici e connesso alla rete Wi-fi. Una soluzione che potrà essere realizzata in altri casi e luoghi non serviti da rete elettrica o da sistemi di telefonia fissa e trasmissione dati.



Anche gli investimenti in comunicazione sono stati particolarmente significativi, con sviluppi tecnologici dei vari canali informativi.

Sia interni, con il nuovo mensile elettronico FiloDiretto 30, che si affianca alla newsletter settimanale FiloDiretto 7; la Corporate tv, già attiva nella rete di promozione finanziaria (MPS BP Channel) e prossimamente anche a livello di Gruppo (MPS Channel).

Sia esterni, con il nuovo sito internet della Capogruppo, che per accessibilità e fruibilità della comunicazione e dei servizi finanziari on line ha vinto l'Interactive Key Award, il premio nazionale ideato dal gruppo editoriale Media Key.

In corso anche la progettazione del portale intranet di Gruppo (importante strumento di servizio a supporto dell'operatività).

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 Atm 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 in circa il 70% degli Atm);
- tastiere in rilievo braille e attacco auricolari (requisiti standard delle nuove installazioni, già applicati in 1.700 Atm);
- adeguamento software, con sintesi vocale per consentire ai clienti non vedenti ed ipovedenti di utilizzare le suddette dotazioni hardware. L'attività, che prevedevamo di completare per fine anno, è partita invece con ampio ritardo e sarà sviluppata nel 2008 in collaborazione con l'Istituto per la ricerca, la formazione e la riabilitazione dell'Unione Italiana Ciechi.

Sempre per i non vedenti, è disponibile 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.



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

Il nuovo sito www.mps.it, on line da marzo 2007, è stato sviluppato seguendo le linee guida Wai (Web accessibility initiative) per superare le barriere all'utilizzo di internet cui vanno incontro persone con problemi fisico-motori e visivi, anziani e chi non dispone di strumenti tecnologici avanzati. Lo sviluppo XHTML e la validazione dell'accessibilità delle pagine web sono stati curati dalla cooperativa sociale Sogno Telematico.

SICUREZZA

Sistemi antifrode

Preveniamo frodi informatiche e furti d'identità (phishing), investendo in misura rilevante per assicurare i più alti livelli di sicurezza e riservatezza nell'utilizzo dei servizi bancari via internet. Il nostro sito è in proposito conforme allo standard di qualità Ebtrust ideato dall'organismo di certificazione Dnv.

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;
- profilazione del cliente in base al suo "comportamento" (browser e sistema operativo utilizzato, luogo dal quale si collega, tipo di operazioni effettuate);
- identificazione delle operazioni che violino il profilo del cliente.

Tali iniziative hanno consentito di contenere a poche unità i casi di phishing operati nei confronti dei nostri clienti mediante sottrazione delle credenziali di accesso ai servizi internet.

Per rafforzare ulteriormente le misure di sicurezza a garanzia della clientela sono state avviate attività tese a monitorare le connessioni effettuate on line al fine di identificare eventuali accessi anomali. E' stato inoltre attivato il servizio "Stai al Sicuro", attivabile gratuitamente dalla clientela, che garantisce l'invio di un messaggio di notifica per ogni operazione dispositiva effettuata sul proprio conto corrente, in modo da consentire l'identificazione tempestiva delle



operazioni non riconosciute e quindi la possibilità di bloccare la transazione.

Tali attività sono parte di un progetto complessivo per la prevenzione delle frodi, informatiche e non, i cui obiettivi sono:

- 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.

Il progetto terminerà a fine 2008, interessando gli ambiti di operatività maggiormente critici, quali la gestione dei conti correnti, dei crediti, dei titoli e dei servizi di cassa.

Continuità operativa

In attuazione di specifiche norme di Banca d'Italia ci siamo dotati per tempo di misure organizzative, procedure e regole per garantire la continuità dei servizi bancari anche in circostanze critiche, prevenendo e riducendo l'entità dei danni potenzialmente causati ad esempio da inagibilità prolungata degli uffici, interruzioni delle infrastrutture, assenza di personale indispensabile, attacchi di virus, intrusioni, atti dolosi e calamità.

In proposito, le nostre banche hanno definito appositi "piani di continuità" 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. Informazioni su tali temi sono a disposizione di tutti i dipendenti sull'intranet aziendale. Di fondamentale importanza la formazione del personale, a livello gestione ed operativo: nel 2007, 89 persone per complessive 356 ore sono state interessate da specifici corsi.

Quest'anno, anche su indicazione di Banca d'Italia, abbiamo rivisto i "piani di continuità" ed eseguito verifiche sui piani di disaster recovery dei centri elettronici di Siena e Firenze.



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

Non si registrano malfunzionamenti dei sistemi di sicurezza tali da pregiudicare la continuità dei servizi ai clienti.

Rischio rapina

Nel 2007 abbiamo subito 178 rapine, con un incremento di circa il 55% rispetto al 2006 ed un'incidenza di 9 ogni 100 sportelli, in linea con la media nazionale.

Il fenomeno è in aumento sia per Banca Monte dei Paschi di Siena che per Banca Toscana; ha avuto invece un leggero decremento per Banca Agricola Mantovana.

Per le filiali a più alto rischio sono attivi, in aggiunta alla dotazione di sicurezza standard prevista dagli accordi ABI (doppia porta a consenso, impianti di videosorveglianza, ecc.), sistemi di controllo degli accessi a tecnologia biometrica, basata cioè sulla raccolta congiunta dell'immagine e dell'impronta digitale. Tali dispositivi sono utilizzati conformemente a quanto previsto dalle norme in materia di tutela della privacy.

Gestione dei rapporti

Osserviamo che il cliente bancario è sempre più maturo, esigente e selettivo, chiede personalizzazione e nello stesso tempo ha di fronte un'ampia gamma di offerta, facilmente accessibile tramite le moderne strutture distributive.

Ciò si traduce in opportunità di business che vogliamo cogliere facendo leva anche su un diverso approccio rispetto al servizio al cliente, fondato su una segmentazione che tenga conto, in maniera integrata, di due dimensioni: quella tradizionale della suddivisione per classi di reddito ma anche quella relativa alla scala dei bisogni, per identificare cluster di clientela più omogenei e allo stesso tempo mobili, così da essere maggiormente in grado di seguire il cliente nell'evoluzione delle esigenze, possibilmente anticipandone i cambiamenti.



Puntiamo dunque a rafforzare la relazione con il cliente, recuperare capacità negoziale, con servizi di qualità, includendo tra le leve anche il fattore prezzo, quale risultato della relazione, commerciale e non del prodotto o servizio offerto.

In tale direzione, abbiamo precisato i riferimenti comportamentali, i nostri modi di relazione con i clienti. Sono 10 e li abbiamo raccolti in un Manuale, che costituisce un ausilio al lavoro per costruire qualità, comunicarla al mercato e trasferirla al cliente.

10 MODI DI ESSERE BANCA

- Il valore dell'accoglienza: una banca **ACCOGLIENTE**
- La conoscenza del cliente: una banca che **TI CONOSCE**
- La professionalità ed il rispetto delle norme: una banca **COMPETENTE**
- L'approccio al cliente: una banca **PROPOSITIVA**
- Il recupero della capacità negoziale: una banca **CONSAPEVOLE** del valore della propria offerta
- La risposta ad ogni esigenza: una banca a **DIMENSIONE di CLIENTE**
- L'attenzione ai bisogni futuri: una banca **PREVIDENTE**
- La cura del rapporto nel tempo: una banca **FIDELIZZANTE**
- Punto di riferimento delle comunità: una banca **PRESENTE**
- La nostra storia: **una Storia Italiana dal 1472**



CRM

La Crm (Gestione della relazione con i clienti, in inglese Customer relationship management) è un fondamentale supporto allo sviluppo del business. Data la rilevanza, le attività sono presidiate da una funzione in staff al Direttore generale.

Le attività riguardano:

- la conoscenza dei clienti, con analisi e sistemi informativi per identificare e sviluppare offerte commerciali ad hoc;



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

- 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.

Tra le principali realizzazioni di quest'anno:

- la progettazione di una nuova piattaforma informatica per la gestione dati applicata all'ottimizzazione dei rapporti con i clienti;
- la creazione di un archivio unico della clientela potenziale;
- lo sviluppo, in collaborazione con Prometeia, di strumenti di identificazione e analisi territoriale dei clienti imprese, a supporto della pianificazione commerciale;
- costruzione della base dati necessaria all'analisi delle dinamiche dei prezzi e nella rete commerciale e l'identificazione di margini di recupero di redditività dei prodotti;
- l'estensione delle indagini di satisfaction ai clienti imprese ed applicazione sperimentale del modello "Care score" ai clienti retail.

QUALITÀ

La qualità dei processi e delle funzioni commerciali viene costantemente ricercata attraverso l'applicazione di modelli di gestione e controllo conformi allo standard internazionale Iso 9001. I servizi certificati comprendono:

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

Nell'ambito del progetto "qualità e servizio" è stata rivista la filiera produzione e distribuzione dei prodotti al fine di assicurare la necessaria qualità nell'interesse dei clienti. Ciascun prodotto è in tal senso oggetto di attente verifiche prima di poter essere inserito nel relativo catalogo di vendita.



CUSTOMER SATISFACTION

Le aree di attenzione evidenziate dall'indagine 2006, in particolare l'insoddisfazione dei clienti in relazione al rapporto costi/benefici di prodotti di investimento e conti correnti ed al supporto consulenziale atteso, sono state affrontate nell'ambito di cantieri di lavoro riguardanti il pricing e l'adeguamento alla Direttiva europea MiFID, come descritto nel paragrafo "trasparenza e correttezza".

Per il terzo anno consecutivo abbiamo rilevato la soddisfazione dei nostri clienti retail attraverso un'estesa indagine telefonica (32.000 interviste; erano state 14.000 nel 2006).

In aumento la soddisfazione complessiva (78%; + 3% rispetto al 2006) ma cresce anche il numero degli insoddisfatti (il 7,1% degli intervistati). L'indice sintetico di gradimento, in una scala da -1 a +1, sale comunque da 0,47 a 0,50. Quasi il 70% degli intervistati consiglierebbe ad un amico o parente una delle nostre banche.

Il principale determinante il giudizio dei clienti si conferma, nel bene o nel male, la qualità professionale ed umana del personale di filiale.

Gli approfondimenti sulle chiusure dei rapporti indicano tra le cause più ricorrenti la disponibilità presso altre banche di condizioni e costi più favorevoli e questioni logistiche (cambio di residenza o sede lavorativa).

Diminuiscono i casi di "incidente critico" (11%). Fenomeno sul quale, ovviamente, i programmi di customer satisfaction e di prevenzione al rischio di abbandono dovranno dare ulteriori benefici.

Presso la clientela retail della Capogruppo abbiamo sperimentato anche la metodologia "Care score" per misurare le diverse dimensioni della customer satisfaction:

- la qualità percepita, che è stata rilevata combinando gli esiti delle suddette indagini telefoniche con le indicazioni raccolte attraverso vari incontri nel territorio;



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

- la qualità erogata, tramite verifiche dirette, sul posto. Sono stati fatti 400 assessment nella nostra rete (200 filiali visitate ciascuna 2 volte) e 150 in agenzie di altre banche, per avere i necessari termini di confronto;
- le performance operative, elaborando dati interni;
- la qualità percepita dal personale di filiale che ha partecipato ad un'indagine ad hoc (raccolti 1.280 questionari tramite intranet nel periodo maggio-settembre 2007).

La sintesi di tali indicatori indica il livello complessivo di “orientamento al cliente”: il cosiddetto Care score index (CSI). È stato così possibile verificare il nostro posizionamento di mercato e nei territori, con margini di miglioramento in quanto a performance operative e qualità effettivamente erogata. Ambiti che già ci vedono impegnati con specifici programmi volti soprattutto a superare le difficoltà operative delle filiali che spesso rischiano di pregiudicare la qualità del servizio.

Per la prima volta abbiamo fatto un'indagine di customer satisfaction tra le piccole-medie imprese, proponendo la compilazione via internet di uno specifico questionario.

Più del 70% dei rispondenti si dice soddisfatto del rapporto con la banca. Quasi il 90% di essi consiglierebbe ad altri le nostre banche. Vicinanza ed economicità del servizio sono i principali criteri di scelta.

I miglioramenti attesi sono:

- maggiore professionalità della relazione e meno rigidità e lentezze;
- maggiore velocità nelle risposte su crediti e finanziamenti;
- maggiore percezione del rapporto qualità/prezzo dei servizi esteri;
- più qualità e consulenza per gli investimenti.

Maggiori informazioni sulla customer satisfaction sono disponibili sul sito www.mps.it alla sezione “I nostri valori”.

RECLAMI

Qualora il cliente sia insoddisfatto del nostro servizio ed insorgano problemi nel rapporto che non si riescono a risolvere tramite le filiali, egli può avanzare



un reclamo in vari modi: fax, lettera raccomandata con ricevuta di ritorno, modulo on-line. Informazioni in proposito sono disponibili presso le filiali e nei siti internet delle banche.

I reclami sono gestiti con sensibilità e costituiscono opportunità di miglioramento, per superare conflittualità e recuperare fiducia e soddisfazione dei clienti. Ne analizziamo le cause per superare e prevenire le connesse criticità.

Attraverso una nuova procedura informatica abbiamo inteso aumentare l'efficienza del seguimiento dei reclami, il monitoraggio e la qualità dei relativi dati.

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. Allo scopo è stata costituita una commissione paritetica che dal 2008 opererà su tutto il Gruppo.

Quest'anno abbiamo ricevuto 4.312 reclami (-9% dal 2006; erano 6.438 nel 2005) in relazione alla normale operatività bancaria. Ne abbiamo gestito 4.270, con tempi medi di risoluzione o di risposta al cliente di 51 giorni. Inferiori quindi al termine massimo di 60 giorni previsto dal Regolamento ABI. I relativi esborsi sono stati ridotti di quasi il 35%.

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 (2.261 contro i 3.337 del 2006). In proposito, pochi clienti sono ricorsi direttamente alle vie legali per la risoluzione delle contestazioni, con sentenze (184) a noi favorevoli il 70% delle volte;
- 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 580 contestazioni (+7,4%). Il fenomeno non è trascurabile. Esso è in sostanza riconducibile al fatto che la Cassazione dal 1999 si esprime



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

contro questa pratica bancaria, diversamente da quanto fatto nei vent'anni precedenti. Le relative sentenze giudiziarie per l'anno 2007 sono state 92, di cui 71 sfavorevoli per il Gruppo.

Nei casi controversi, in cui cioè non si riesce a definire in modo soddisfacente il reclamo o per tempi di risposta fuori tempo massimo (60 giorni), il cliente può rivolgersi al Conciliatore bancario, costituito negli anni '90 per iniziativa delle stesse banche, per gestire appunto le controversie in modo alternativo alla giustizia ordinaria (maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.conciliatorebancario.it).

126 clienti del Gruppo (148 nel 2006) hanno richiesto l'intervento dell'Ombudsman – Giuri bancario (funzione del Conciliatore bancario).

Trasparenza e correttezza

Quest'anno vi sono stati tanti cambiamenti nel mercato e nei rapporti tra banche, consumatori e aziende, con crescenti bisogni di fiducia, in un contesto che porta ancora i segni delle recenti criticità aziendali (in Italia, i casi Parmalat, Cirio, ecc.) e finanziarie (prodotti derivati, mutui subprime).

Numerose le novità normative (Direttiva MiFID, attuazione della Legge sul risparmio, decreti Bersani, ecc.) e gli interventi delle autorità di vigilanza che hanno introdotto ulteriori vincoli all'operatività bancaria ed assicurativa e sollecitato gli intermediari finanziari ad una sempre maggiore trasparenza e correttezza, a tutela dei risparmiatori e degli investitori.

Il Gruppo vi si è prontamente adeguato, cercando di fare qualcosa di più. Abbiamo continuato ad investire in formazione interna ed abbiamo semplificato l'offerta per favorire la trasparenza, ed anche la cultura finanziaria della gente, partecipando agli sviluppi di Patti Chiari (maggiori informazioni sul progetto promosso da Abi sono disponibili sul sito www.pattichiari.it) e collaborando



con le associazioni dei consumatori verso obiettivi di autoregolamentazione concertata.

CONSUMER LAB PER AVVICINARE GLI SPORTELLI AI CLIENTI

Meno distanza tra cliente e sportello bancario, linguaggio più semplice e comprensibile, soluzioni pratiche per evitare incomprensioni.

È il percorso avviato nel 2004 dal Consumer Lab, il laboratorio tra il Gruppo Montepaschi e quindici tra le più importanti associazioni di consumatori italiane. Al terzo anno di vita il Consumer Lab, primo esempio del genere nel sistema bancario italiano, ha raggiunto significativi risultati. L'ultimo in ordine di tempo la conclusione del primo ciclo completo - su tre previsti - di incontri di formazione che hanno visto associazioni di consumatori e titolari di filiale impegnati insieme, in una maniera innovativa per il settore bancario, per "accorciare le distanze" tra cliente/consumatore e banca individuando soluzioni pratiche da applicare nel dialogo quotidiano tra operatore e cliente stesso. Al ciclo di 15 incontri hanno partecipato rappresentanti dei consumatori e circa 300 dipendenti del Gruppo Montepaschi, tutti direttori di filiale, che saliranno a quota 1.100 una volta completato il terzo ciclo.



Quest'anno, ancora una volta, il Consumer Lab ha affrontato temi più che mai attuali e delicati quali il sovraindebitamento delle famiglie e la questione mutui. Sono stati in proposito promossi comportamenti eticamente corretti tra gli operatori del credito al consumo, formulando ipotesi di intervento a tutela dei consumatori e prevedendo la realizzazione di una guida per il cliente con una sorta di decalogo per prevenire ed arginare il sovraindebitamento. Relativamente alla questione dei mutui è stata definita e comunicata agli interessati una gamma di soluzioni, compresa la possibilità di rinegoziazione a costo zero dei mutui in essere.

L'educazione finanziaria è stata un'altra importante tessera del tavolo di lavoro con le associazioni dei consumatori. Numerose, infatti, le guide informative messe a punto dal Consumer Lab a beneficio dei clienti del Gruppo Montepaschi e dei consumatori raggiungibili tramite la rete delle 15 associazioni coinvolte. Come leggere l'estratto di conto corrente, che cosa bisogna sapere prima di accendere un mutuo, le novità nel rapporto banca-cliente introdotte dalla Direttiva europea MiFID sono solo alcune delle questioni finora affrontate. Altre informative di sicuro interesse per i risparmiatori sono in corso di definizione: una guida all'estratto conto titoli con una nomenclatura facilitata degli strumenti finanziari strutturati ed una guida agli incentivi pubblici per la promozione delle fonti rinnovabili e del risparmio energetico. Un tema quest'ultimo su cui il Gruppo Montepaschi sta puntando con decisione.

Ma ai consumatori è stata data anche l'opportunità di incidere nella stessa "formazione" dei dipendenti, sia intervenendo direttamente in corsi aziendali incentrati sui temi della previdenza e del risparmio (più di 3.000 addetti commerciali coinvolti), sia incontrando responsabili e dipendenti della rete di vendita come accennato sopra.



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

Consumer Lab, nato per fare fronte alle criticità legate alla vendita di alcuni prodotti, è oggi diventato una grande ricchezza per il Gruppo Montepaschi, divenendo il principale barometro delle attese dei consumatori-clienti.

Ha infatti consentito di affrontare con il giusto anticipo i temi “caldi” e di massima rilevanza per il rapporto banca-società, incidendo, con confronti specifici, sul Codice etico, sul Bilancio e sui programmi di responsabilità sociale del Gruppo, stimolandolo ad innovare prodotti e processi, mettendolo nelle condizioni di offrire più alti standard di tutela e una migliore informativa al cliente sui suoi diritti.

Un'esperienza positiva, resa possibile dalla disponibilità delle parti a confrontarsi in modo diretto e costruttivo, che sta aiutando in misura rilevante il Gruppo a raggiungere obiettivi di eccellenza nel rapporto con i clienti.

Costanti aggiornamenti sulle attività sono disponibili sul sito www.mps.it/consumer+lab/.

Inoltre, un vero e proprio “Patto con il cliente” ci impegnerà sin dai primi mesi del 2008 a rispettare tre promesse di qualità su servizi e prodotti di ampia diffusione, pena il rimborso monetario a favore del cliente insoddisfatto.

PATTO CON IL CLIENTE

1. Servizio di avviso per conti correnti scoperti/sconfinati. Servizio gratuito di avviso, tramite sms, di scoperto o sconfinamento sui c/c indicati dal cliente all'atto della sottoscrizione del contratto.

In caso di disservizio il rimborso è di 5 euro.

2. Risposta alla richiesta di un prestito personale in meno di 24 ore (dalla richiesta del cliente all'approvazione/diniego all'erogazione).

Promessa attiva sui prestiti personali ordinari, Prs Casa, Prs Master, Prs Ambiente.

In caso di disservizio il rimborso è di 10 euro.

3. Funzionamento dell'ATM. Promessa relativa alla funzionalità prelievo Bancomat e Prelievo da c/c.

In caso di disservizio il rimborso è di 3 euro, purché il cliente effettui un prelievo da ATM non del Gruppo entro 5 ore dal disservizio.



Per richiedere il rimborso basta compilare un modulo disponibile on-line, o telefonare al numero verde del nostro Contact center, o rivolgersi direttamente alla Filiale. La nostra risposta, entro 5 giorni lavorativi. Se positiva sarà confermato il relativo accredito sul proprio conto corrente, viceversa i motivi del mancato accoglimento della richiesta.



CONOSCERE ED ASSISTERE IL CLIENTE

Entrata in vigore il 1° novembre 2007, la MiFID (Direttiva europea n. 2004/39/Ce) detta nuove discipline per i mercati finanziari ed i relativi operatori, allo scopo di aumentare i livelli di protezione degli investitori e la trasparenza dei mercati. Tra le regole di trasparenza viene introdotto il criterio della “best execution” per cui gli strumenti finanziari devono essere acquistati nei modi e luoghi più convenienti per il cliente. Le banche devono per questo conoscere di più il cliente, i suoi bisogni e la sua propensione al rischio, servire al meglio i suoi interessi, indirizzandone le scelte d’investimento in modo ottimale.

Si tratta dunque di una sfida complessa per noi e per l’intero settore.

Pur in assenza di una normativa secondaria completa e di precise regole, abbiamo sviluppato in ottica consulenziale le piattaforme commerciali (è stato “unificato” il modello di consulenza per i clienti retail, private ed a supporto della promozione finanziaria), per rendere procedure, strumenti operativi e controlli conformi alla direttiva, investendo in sistemi informatici e formazione (13.786 persone formate in aula per 53.612 ore complessive).

In particolare, forti dell’esperienza nell’ambito della nona iniziativa di Patti Chiari (Investimenti finanziari a confronto) abbiamo rivisto il modello ed il questionario che le nostre filiali utilizzano per conoscere e “classificare” i clienti in base a obiettivi d’investimento, esperienza e situazione finanziaria, propensione al rischio. Lo abbiamo fatto consultandoci con le associazioni dei consumatori, con le quali abbiamo anche realizzato una specifica Guida informativa per i clienti.

Controlleremo con attenzione che le disposizioni date siano attuate in modo corretto ed efficace, non stancandoci di raccomandare alle filiali la migliore comunicazione possibile ai clienti. Ciò per massimizzare il nostro interesse e quello dei clienti, evitando e riducendo i rischi reputazionali connessi a fenomeni quali: modi di vendita e prezzi scorretti, complessità di prodotti e servizi e dei relativi contratti, inadeguatezza del rischio dei portafogli o dei singoli prodotti ai profili socio-comportamentali dei clienti.



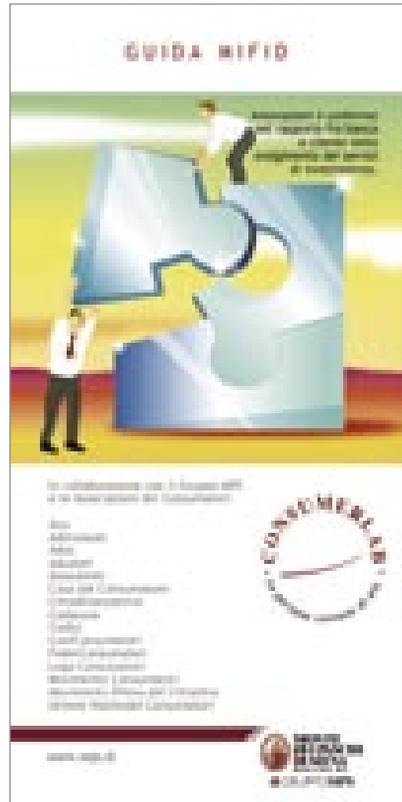
Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

Gestione dei conflitti di interesse

Sulla scorta delle nuove regole introdotte dalla Direttiva europea MiFID e delle raccomandazioni di Banca d'Italia, nell'ottica di una maggiore autonomia della società di gestione del risparmio, il Gruppo sta perseguendo un riassetto strategico del comparto Asset Management che prevede la cessione del 66% della MPS Asset Management ad un partner industriale ed uno finanziario. L'obiettivo del progetto è quello di proporre sul mercato una società di gestione del risparmio caratterizzata da un assetto proprietario indipendente e in grado di sviluppare competenze specialistiche su prodotti ad alto valore aggiunto.

Le politiche del Gruppo in tema di conflitti d'interesse sono state aggiornate alla nuova disciplina introdotta dalla MiFID rendendo l'iniziativa commerciale sempre più trasparente e "dalla parte del cliente". In particolare, per i nuovi prodotti di risparmio gestito in collocamento è stata garantita la restituzione ai clienti, in forma non monetaria, delle commissioni di collocamento dei Fondi selezionati dai gestori.

Nel 2007 è inoltre proseguita l'attività di sviluppo dell'approccio "open architecture" mediante l'ulteriore arricchimento dell'offerta dei prodotti di case terze per garantire ai clienti l'accesso alle migliori opportunità di investimento (a fine 2007 l'incidenza dei fondi di terzi sul totale dei fondi allocati è il 26%). La Sgr, andando oltre le garanzie già offerte in tal senso dall'attuazione della suddetta normativa, è da tempo dotata di uno specifico codice etico





presidiato da un Comitato indipendente, in rappresentanza degli interessi degli stakeholder.

Riguardo all'attività di promozione finanziaria, seguita in modo specialistico dal MPS Banca Personale, rileva il fatto che sia stata ulteriormente ampliata la gamma ampia di prodotti di terzi, mettendo a disposizione dei propri promotori 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.

Marketing e pubblicità

Il marketing è costantemente impegnato a sviluppare prodotti e servizi idonei a rispondere alle necessità, in continua evoluzione, dei clienti.

Le comunicazioni commerciali si basano su principi di veridicità, trasparenza e completezza.

Aderiamo al “Codice di autodisciplina pubblicitaria”. Nel 2007 una Società del Gruppo è incorsa in una sanzione amministrativa di 7.600 euro per un messaggio pubblicitario riguardante i costi e le condizioni di funzionamento di alcuni servizi bancari on line, ritenuto ingannevole dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

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.

Abbiamo aggiornato al 31.12.2007 il documento programmatico della sicurezza, redatto ai sensi del decreto legislativo 196/03, riguardante:

- l'analisi dei rischi nel trattamento dei dati personali;
- compiti e responsabilità;
- misure organizzative, fisiche e logiche per assicurare l'integrità dei dati personali e la sicurezza della loro trasmissione telematica;
- la formazione dei neo-assunti (2 ore in aula) ed il costante aggiornamento degli incaricati al trattamento dei dati (corso on line di 40 minuti).



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

Vi sono state 283 richieste degli interessati di poter accedere ai dati personali in nostro possesso, tutte regolarmente soddisfatte, così come le interrogazioni del Garante per la privacy (8 nel 2007).

COSTI DEI SERVIZI BANCARI

Sotto il profilo della conformità normativa, ci siamo adeguati ai cosiddetti “decreti Bersani” azzerando i costi di chiusura dei conti correnti e di trasferimento dei titoli, garantendo la portabilità del mutuo e la possibilità di estinguerlo prima del termine, senza penali.

Il Gruppo ha anche aderito all’iniziativa “Cambio Conto” di Patti Chiari per dare informazioni chiare e strumenti semplici e veloci per chiudere il conto corrente e trasferire su uno nuovo i servizi connessi.

Ci siamo inoltre attrezzati per offrire servizi di pagamento secondo standard europei (SEPA – Single Euro Payment Area), con risparmi di costo nell’esecuzione di bonifici da e verso l’estero.

Negli ultimi anni, il conto corrente è stato oggetto di specifici rapporti della Commissione europea e di comunicazioni da parte di Banca d’Italia, che hanno indicato il conto corrente italiano come il più caro in Europa, con 120 euro di costo medio annuo, contro i 77 dell’Area euro.

Il costi medi dei nostri conti correnti sono di circa 116 euro.

Abi è intervenuta per precisare che “i prezzi considerati dalla Commissione europea riguardano pacchetti di servizi e quindi non sono paragonabili con quelli di servizi semplici, quali i conti correnti in altri paesi. Senza contare fattori quali la fiscalità o l’uso del contante che in Italia pesano più che nel resto d’Europa. Del resto, i ricavi complessivi per ciascun cliente delle banche in Italia sono pari a 1.732 euro, contro una media europea di 1.813, come indicato anche in precedenti studi della stessa Commissione”.

Inoltre va detto che la proposta del “conto a pacchetto”, diversamente da quanto denunciato dall’Antitrust che lo indica come un mezzo per fare pagare al cliente “inconsapevole” costi di tenuta conto superiore a quelli di un conto



corrente tradizionale, non risulta penalizzante per i clienti del Gruppo. Al contrario, sia per un'operatività media (100 operazioni annue), che per una più intensa (200 operazioni annue), il costo complessivo di tali prodotti (fisso + variabile) è inferiore a quello di un conto ordinario. E questo è vero sia effettuando il confronto "a perimetro uguale" (ovvero aggiungendo al conto ordinario il costo dei prodotti ausiliari, che nel conto a pacchetto sono invece inclusi nel canone), sia considerando il semplice conto corrente.

Quest'anno siamo intervenuti in tema di "pricing", definendo soluzioni innovative di conto corrente a prezzo dinamico, che cambia al variare delle caratteristiche e del comportamento del cliente:

- Costomeno - un "pacchetto" il cui canone mensile complessivo diminuisce fino ad azzerarsi all'aumentare del patrimonio interessato e del numero di prodotti e servizi inclusi;
- Contomolto - due conti correnti (transazionale e di deposito) al prezzo di uno. Quello di deposito è senza spese e l'imposta di bollo è a carico della banca; ha inoltre una maggiore remunerazione nel caso in cui siano attivati ulteriori servizi.

I clienti possono anche attivare un conto corrente on-line a canone molto contenuto (15 euro l'anno), con sottoscrizione contrattuale direttamente via internet.

Abbiamo semplificato l'estratto conto per rendere più chiare le relative condizioni operative.

È a disposizione dei clienti dei servizi internet, e ovviamente delle filiali, uno strumento per verificare i prezzi dei vari prodotti in modo da favorire scelte più consapevoli.

CRITICITÀ DI SISTEMA

Strumenti finanziari derivati

Nell'ultima parte dell'anno il sistema bancario è stato interessato da alcune criticità riguardanti un possibile utilizzo non sempre appropriato di derivati:



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

strumenti finanziari ad alto rischio il cui prezzo/rendimento deriva da parametri di prezzo/rendimento di altri strumenti finanziari principali “sottostanti”, tra cui anche indici, tassi di interesse, valute, materie prime.

L'attività del Gruppo Montepaschi in derivati OTC (Over The Counter: mercato non regolamentato in cui hanno luogo contrattazioni e compravendite di titoli al di fuori della borsa) con clientela, avviata nel 2002 a seguito di un'apposita delibera del Consiglio di Amministrazione, prevede sostanzialmente un'operatività effettuata con finalità di copertura del rischio di tasso, cambio e commodity.

I prodotti offerti alla clientela hanno, in termini generali, una serie di proprietà comuni che caratterizzano larga parte dell'operatività. In particolare, i prodotti negoziati:

- non hanno carattere speculativo;
- si associano ad una posizione sottostante, pur restando da essa contrattualmente e amministrativamente separati;
- pur in presenza di posizioni non propriamente plain vanilla (definite strutturate) presentano comunque limitati elementi di complessità;
- non sono caratterizzati da leva finanziaria.

Nell'ambito del complesso delle posizioni in derivati OTC con clientela, relativamente alle operazioni poste in essere con le sole controparti appartenenti ai segmenti grandi imprese, PMI, enti ed istituzioni, small business, si registra in sintesi che:

- i clienti interessati (circa 5.000) ed i contratti stipulati rappresentano una porzione limitata del complesso dell'operatività con clientela del Gruppo;
- il fair value totale netto di tali prodotti è positivo per il Gruppo (e negativo per i clienti), per un importo pari a circa 35 milioni di euro. Risultato essenzialmente determinato dalle opzioni su cambi, il cui andamento è da mettere in relazione alla dinamica del tasso di cambio euro-dollaro.

Parmalat

Nel febbraio 2008 è stata conclusa una transazione con il Gruppo Parmalat per chiudere definitivamente le contestazioni in essere riferibili al periodo



antecedente la dichiarazione d'insolvenza del Gruppo stesso (dicembre 2003). Il Gruppo Parmalat in questo modo rinuncia a tutte le azioni revocatorie e risarcitorie già promosse ed eventualmente proponibili nei confronti del Gruppo Montepaschi.

In base a tale accordo il Gruppo Montepaschi corrisponderà a Parmalat un importo complessivo di 79,5 milioni euro e 500 mila euro al Commissario Straordinario per le società in amministrazione straordinaria.

Accordi di transazione sono intervenuti altresì con il Commissario delle amministrazioni straordinarie del Gruppo Parmatour e di Parma Associazione Calcio e delle altre società dell'ex Gruppo Parmalat tuttora in amministrazione straordinaria. Gli accordi prevedono la rinuncia da parte del Commissario Straordinario a tutte le azioni proposte e proponibili e il pagamento da parte del Gruppo Montepaschi rispettivamente di 9,5 milioni euro all'Amministrazione Straordinaria di Parmatour e di 500 mila euro all'Amministrazione Straordinaria di Parma Associazione Calcio.

Temi sociali e finanza socialmente responsabile

INCLUSIONE FINANZIARIA

Osserviamo come le dinamiche sociali e demografiche del nostro Paese, le politiche sul lavoro, evidenzino difficoltà di accesso ai prodotti e servizi bancari di base da parte di una porzione crescente della popolazione.

I numeri in gioco sono notevoli (3,7 milioni di immigrati, 5 milioni di lavoratori precari, 7 milioni di persone a basso reddito).

Anche per questo il sistema bancario si è attivato al punto che oggi il 67% degli immigrati ha un conto corrente ed il 70% delle banche opera nel microcredito.



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

Si tratta di interventi che perseguono obiettivi reddituali ma che contribuiscono anche all'interesse del Paese per una maggiore integrazione e sicurezza sociale ed una migliore qualità della vita.

Quest'anno abbiamo sviluppato ulteriormente la nostra offerta, definendo una gamma di soluzioni per i giovani, gli stranieri, i lavoratori a progetto o a tempo determinato.

Si chiama "Fuori serie" e prevede, tra gli altri:

- Il mutuo immobiliare On off – che consente l'interruzione dei pagamenti e la maturazione dei relativi interessi nei periodi di inattività, per un massimo di tre rate mensili consecutive e per 4 volte nel corso del piano di ammortamento. Il contraente può avere anche una riduzione del tasso d'interesse dal momento in cui il suo rapporto di lavoro diventa a tempo indeterminato;
- la carta prepagata Spider – con un canone annuo di soli 10 euro e senza dover aprire un conto corrente, consente di effettuare quasi tutte le operazioni bancarie, di prelevare gratuitamente dai nostri sportelli, pagare le utenze domestiche. Vi si possono accreditare bonifici e stipendi e può essere utilizzata a costi molto bassi per i servizi internet e via telefono;
- il conto Senza Frontiere – dedicato agli stranieri residenti, include molti servizi a condizioni agevolate. Va incontro a bisogni specifici, messi a fuoco anche 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.). Consente il trasferimento gratuito delle rimesse verso i Paesi d'origine e, 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. Più di 150.000 clienti provengono da Paesi ad alto tasso di emigrazione (+10,9% dal 2006), con un'incidenza che sale al 3,8% del patrimonio clienti complessivo. 131.000 i conti aperti (6,2% del totale) e 24.300 i mutui accesi (7% del totale). Numeri che collocano il Gruppo Montepaschi ai primi posti in Italia per i



servizi agli immigrati ma che non esauriscono il nostro impegno che ha visto quest'anno l'affinamento del modello di servizio e la formazione di 1.418 addetti commerciali attraverso un corso on-line incentrato sulle peculiarità dei clienti immigrati, dei loro bisogni, delle modalità di relazione da seguire. Ed ovviamente sugli aspetti tecnici dell'offerta, che stiamo sviluppando ulteriormente anche con servizi creditizi per l'attività imprenditoriale.

Novità anche per altre categorie deboli della società: gli anziani, le micro-imprese ed il terzo settore.

Per gli anziani viene proposto un finanziamento vitalizio (PrestiSenior): a fronte dell'iscrizione ipotecaria dell'immobile di proprietà, si potrà avere un finanziamento o una rendita di 20 anni per affrontare con maggiore serenità i problemi della terza età e poter aiutare di più i figli ed altri cari, con la possibilità di "riscatto" da parte degli eredi, salvaguardando così il patrimonio familiare (cosa che non è possibile nel caso della "nuda proprietà").

Con Prs Ten Silver si possono avere prestiti personali fino a 40.000 e saranno inoltre presto possibili finanziamenti garantiti dalla cessione del quinto della pensione.

Sono vari gli interventi realizzati a supporto della piccola e micro-impresa, nel contesto di una complessiva riorganizzazione dello specifico modello di servizio, ponendo particolare attenzione agli specifici problemi di accesso al credito attraverso politiche di incentivazione e di prezzo e lo sviluppo di sistemi di valutazione del merito creditizio che comprendono anche aspetti qualitativi.

Tra i nuovi prodotti: Prs microbusiness, una soluzione di credito al consumo che consente di avere prestiti da 1.500 a 25.000 euro prontamente, superando i procedimenti, spesso lunghi, di erogazione ordinaria. Partecipiamo inoltre a Smaat (Sistema microcredito orientato assistito toscano), un fondo rischi promosso dalla Regione Toscana per offrire assistenza e servizi finanziari a imprenditori che, privi di adeguate garanzie per accedere al credito bancario



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

ordinario, vogliono avviare una nuova attività. Nel 2007 Smoat ha erogato 103 piccoli prestiti (fino a 15.000 euro) contribuendo alla creazione di 118 nuovi posti di lavoro. Il Gruppo ha fatto 14 operazioni ma contiamo di fare molto di più in futuro.

Nel terzo settore interveniamo con uno specifico modello di servizio e basi dati per una più efficace gestione di bisogni finanziari, profili di rischio e rapporti con soggetti generalmente considerati “atipici” dal sistema bancario. L’offerta commerciale prevede un conto corrente a canone bloccato per due anni, comprensivo dei costi di gestione, con servizi collegati di base (operatività internet e telefonica, carte prepagate, fido per anticipi su contributi accertati) ed altri a condizioni agevolate (ad esempio incasso di quote associative e donazioni). È inoltre possibile per i nostri clienti fare donazioni in favore di tali enti tramite domiciliazione bancaria a costo zero.

Maggiori informazioni sui nostri prodotti sono disponibili sul sito www.mps.it.

MICROCREDITO



Operiamo, senza obiettivi di profitto, nel settore del microcredito. Lo facciamo soprattutto in Toscana, sia nell’ambito della lotta all’usura con prestiti garantiti al 50% dalla Fondazione Toscana per la prevenzione dell’Usura, sia attraverso Microcredito di Solidarietà, una finanziaria partecipata al 40% dalla Capogruppo e, per la restante parte del capitale, dalle istituzioni pubbliche, religiose e di volontariato senesi (www.microcreditosolidale.eu).

Quest’anno abbiamo erogato 215 piccoli prestiti in favore di meno abbienti e bisognosi per complessivi 6,8 milioni circa. In aumento l’incidenza dell’attività di Microcredito di Solidarietà con più del 50% del totale delle operazioni e l’ampliamento territoriale alla provincia di Arezzo.

Tra i problemi sociali affrontati: le difficoltà economiche di piccoli imprenditori, stati di malattia, immigrazione, il sovraindebitamento.



INDEBITAMENTO DELLE FAMIGLIE

Per fare fronte alle difficoltà di rimborso dei mutui casa da parte di alcuni segmenti di famiglie, in presenza di un'evoluzione non favorevole dello scenario economico e finanziario, sono state definite varie risposte.

Siamo stati fra i primi in Italia ad applicare il pacchetto sulla "portabilità dei mutui" previsto dalle nuove normative, con un prodotto specifico (SostiMutuo), a tasso fisso o variabile, finalizzato a sostituire mutui accesi con altre banche, subentrando in qualità di nuovo soggetto creditore (la cosiddetta surroga del mutuo).

Per soddisfare le richieste di rimodulazione delle rate abbiamo interpretato in chiave favorevole per il cliente le norme vigenti permettendo ai mutuatari di rivedere, senza costi amministrativi e bancari, le condizioni principali dei finanziamenti già sottoscritti: dall'allungamento della scadenza alla revisione del tipo di tasso. Tra queste risulta particolarmente efficace la proroga del periodo di ammortamento che consente di ridurre significativamente la rata del mutuo, anche di diverse centinaia di euro al mese.

Inoltre, tutte le possibilità di rinegoziazione sono fruibili semplicemente attraverso uno scambio di corrispondenza che non comporta alcun costo notarile o di istruttoria, grazie anche alla decisione delle banche del Gruppo di rinunciare al recupero dei costi previsti, pari a 250 euro per pratica. Il Gruppo si è anche impegnato a fornire risposta certa al cliente entro dieci giorni lavorativi dalla presentazione della relativa domanda.

Le associazioni dei consumatori hanno espresso attenzione ed apprezzamento per le suddette soluzioni.

La nostra strategia commerciale prevede anche:

- l'offerta di prodotti meno rischiosi, privilegiando in questa fase i mutui a tasso fisso, con benefici in termini di minori probabilità di insolvenza e di qualità complessiva del credito;
- un mutuo a tasso variabile con "cap" che limita gli effetti di rialzi dei tassi, definendo da subito il valore massimo della rata.



Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

Ma i mutui casa non esauriscono il problema dell'indebitamento delle famiglie. È, infatti, in continua crescita il credito al consumo, un settore che da un lato contribuisce al rilancio dei consumi e quindi alla ripresa dell'economia in generale, dall'altro ha la responsabilità di non assecondare dinamiche di ricorso al debito in misura eccessiva rispetto alle reali capacità di reddito e di rimborso delle famiglie.

In tale senso, con la nostra società specializzata Consum.it, in collaborazione con le associazioni dei consumatori, siamo impegnati in un'azione di sensibilizzazione e nella definizione di possibili soluzioni per arginare il problema (tra l'altro, non sono proposti ai clienti finanziamenti con posticipo della prima rata).

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.

FINANZA ETICA E TRACCIABILITÀ DEGLI IMPIEGHI

Siamo impegnati a realizzare politiche del credito e di investimento tali da garantire che il risparmio sia impiegato sempre in modo corretto, integro e destinato a finalità utili e sostenibili.

Il tema della "tracciabilità del denaro", la trasparenza dei processi finanziari, è complesso. Proponiamo a seguire alcuni aspetti della nostra attività che rilevano in tale senso, che ovviamente non esauriscono il tema.

- la gestione del credito alle imprese è sempre orientata, in attuazione dei principi di Basilea 2, alla ricerca di un equilibrio tra supporto finanziario e profili di rischio;
- misuriamo il rischio ambientale dei finanziamenti a progetti e imprese ad alto potenziale inquinante (vedi capitolo "Questione energetica e tutela dell'ambiente");



- collaboriamo con altre banche, istituzioni e autorità di controllo, per contribuire alla prevenzione del riciclaggio dei proventi legati ad attività illecite e del finanziamento di attività terroristiche;
- attraverso la controllata MP Asset Management gestiamo fondi comuni di investimento, assicurando informazioni aggiornate su prodotti, portafogli e performance, per consentire ai clienti attuali e potenziali di curare con maggiore consapevolezza i propri investimenti. Le informazioni sono disponibili sul sito internet www.mpsam.it, nelle “comunicazioni ai partecipanti ai fondi” e nel magazine “Monitor”. Viene anche attuata una politica di azionariato attivo, richiedendo alle emittenti in portafoglio il rispetto dei migliori standard di governo societario;
- rispondiamo alle preferenze etiche dei risparmiatori-investitori attraverso l’offerta di un gamma di fondi socialmente responsabili: il sistema Ducato Etico, i cui investimenti sono diretti a società che soddisfano un ampio ventaglio di criteri di sostenibilità, sia positivi che negativi. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito internet www.mpsam.it e, per i soli sottoscrittori di questi fondi, anche attraverso un’informativa specifica, Dialogos;
- evitiamo il coinvolgimento in attività di finanziamento e di intermediazione di operazioni riconducibili alla produzione e al commercio delle armi. In proposito, nel 2000 abbiamo deciso di uscire dal settore degli armamenti e già da alcuni anni 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. Ciò non esclude la possibilità di fornire servizi finanziari generali ad aziende, che in certa misura operano nel settore, non collegati a specifici scopi o progetti. Per tali tipi di intervento, gli impieghi del Gruppo a fine 2007 sono pari a 25,7 milioni;
- 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: 211 milioni di finanziamenti (570 milioni nel 2006) per lo più di natura commerciale, principalmente concentrati in Algeria, Egitto, Iran; così come quella in Paesi a regime fiscale privilegiato 680 milioni di transazioni (1.700 milioni nel 2006), principalmente di natura finanziaria, in Hong Kong, Singapore e, in misura minore, nelle Filippine e altri.

Sviluppo e valorizzazione del personale





Siamo impegnati a garantire condizioni e ambienti di lavoro sicuri, salubri e soddisfacenti, in cui i dipendenti sono trattati in modo equo e con rispetto, supportati nello sviluppo professionale e premiati per le buone prestazioni ottenute.

Profilo del personale e dinamiche occupazionali

Nel Gruppo Montepaschi lavorano 24.167 persone (la forza effettiva è 24.109, non considerando i distaccati in società esterne e gli addetti alle pulizie), quasi tutte a tempo indeterminato (96,8%) e residenti in Italia (97,5%). Il 6,3% è in part time.

L'età media è 41,9 anni - in linea con gli obiettivi di graduale ringiovanimento delle risorse (era 42,7 a fine 2005, "baseline" del Piano Industriale 2006-2009) - con il 44,2% dei dipendenti che ha meno di 40 anni. Rileviamo di conseguenza un'anzianità media di servizio relativamente bassa (39,9% è in Azienda da meno di 10 anni). L'incidenza del personale femminile è in continua crescita dall'inizio del Piano Industriale (42,8% contro il 41,1% di fine 2005), come pure quella dei laureati (28,8% contro il 26,3 di fine 2005).

Il dettaglio dei dati è riportato nel capitolo "Bilancio in cifre".

Nel corso dell'anno il personale a libro paga è diminuito di 181 unità, portando il decremento complessivo dall'inizio del Piano Industriale a 2.375 risorse, di cui 2.084 riconducibili alla cessione dell'attività esattoriale. Tale decremento è stato accompagnato da una significativa ricomposizione interna a favore della rete commerciale, cresciuta da inizio Piano di 1.680 unità (+718 da inizio anno),



Sviluppo e valorizzazione del personale

per effetto delle seguenti iniziative:

- consistenti uscite di personale ad elevata anzianità e grado (circa 1.000 delle 1.900 cessazioni complessive), realizzate attivando i “meccanismi tecnici” dell’Esodo Incentivato e del Fondo di Solidarietà e concentrate in massima parte sulle funzioni centrali. In questo ambito, ed in coerenza con gli obiettivi del Piano Industriale, è stato attivato, tramite un apposito accordo con le Organizzazioni sindacali, anche il Fondo di Solidarietà su base obbligatoria che ha interessato circa 260 persone appartenenti alle sole strutture centrali del Gruppo, tutte in possesso dei requisiti per il collocamento in pensione e numericamente in esubero rispetto ai dimensionamenti target delle strutture stesse.
- nuove immissioni (circa 1.600) di giovani ad elevato potenziale, confluiti in gran parte nella rete, in relazione ai programmi di espansione territoriale (il cosiddetto “Piano sportelli”) ed al rafforzamento mirato degli altri presidi commerciali (in primo luogo i centri specialistici per le imprese ed i clienti “private”);
- inserimento in rete di oltre 750 risorse provenienti dalle strutture centrali a fronte di “liberazioni” generate dai progetti di integrazione organizzativa definiti nel Piano Industriale. Le relative riconversioni professionali sono state attuate tramite specifici percorsi di riqualificazione, strutturati a livello individuale su sequenze di esperienze operative e formative.

Il rapporto “back office - front office” è conseguentemente sceso attorno al 25%, rispetto al 42% di fine 2005.

Le dimissioni volontarie sono state 207, con un turnover che si conferma basso (0,88%), in linea con il 2006. Il Gruppo, in presenza di operazioni di ristrutturazione e/o riorganizzazione che interessano società ad esso appartenenti, opera nel rispetto delle disposizioni contrattuali nazionali che prevedono informative preventive alle Organizzazioni sindacali e procedure di confronto, anche negoziale, da svolgere entro termini massimi prestabiliti (50 giorni salvo diverse intese tra le parti).



Strategie e modelli di sviluppo

Nel 2007 la gestione del personale è proseguita in coerenza con gli indirizzi del “Piano di sviluppo delle politiche e della funzione risorse umane 2006-2009”, con l’obiettivo di valorizzare le capacità delle persone, la qualità professionale e la loro motivazione, fattori chiave per affrontare le priorità strategiche del Gruppo.

In particolare, attraverso politiche e strumenti basati su logiche differenziate per famiglie e comunità professionali, la massima attenzione è stata prestata a:

- elevare i livelli di professionalizzazione delle risorse di prima linea, con specifico riferimento alle capacità di gestione della relazione con la clientela ed alla proattività nell’approccio al cliente;
- assicurare la migliore copertura dei ruoli critici per i business, mediante percorsi professionali, formativi e di carriera, con specifica attenzione ai giovani;
- realizzare piani per il costante sviluppo e rinnovamento del management, partendo dalla definizione di un nuovo schema di comportamenti funzionali alla realizzazione degli obiettivi del Piano e da una correlata mappatura sistematica delle qualità manageriali;
- attuare programmi specifici di riconversione e riqualificazione delle risorse “liberate” dai progetti di revisione organizzativa, per migliorare ulteriormente il rapporto tra ruoli di “front office” e di “back office”.

Tali linee strategiche sono declinate a livello gestionale in un nuovo modello di sviluppo delle risorse umane. Le principali realizzazioni di quest’anno hanno riguardato:

- l’implementazione operativa di PaschiRisorse, lo strumento per la rilevazione delle competenze distintive di ruolo e la verifica periodica dei livelli di adeguatezza delle singole persone rispetto ai profili stabiliti. La sessione di verifica delle competenze, da effettuarsi almeno semestralmente, ha interessato per il 2007 circa 11.500 dipendenti della Capogruppo (Aree professionali e Quadri direttivi), con consegna finale della scheda al collaboratore da parte del responsabile. Al fine di rendere efficace tale momento fondamentale del processo, e riuscire ad improntare a logiche



Sviluppo e valorizzazione del personale

di confronto costruttivo e motivazionale il colloquio fra responsabile e collaboratore, questa fase è stata preceduta dall'erogazione di interventi formativi a tutti responsabili di risorse della Banca.

- il potenziamento delle competenze e professionalità di ruolo, sia tecniche che manageriali, attraverso l'attività formativa descritta nel paragrafo che segue;
- la definizione del modello di valorizzazione delle risorse eccellenti, volto ad approfondire la conoscenza delle potenzialità individuali di tutte le persone, con orientamento prioritario sui giovani, al fine di indirizzarne lo sviluppo professionale e creare un canale organico per alimentare il futuro management del Gruppo.

Inoltre, sono stati attivati, per i dipendenti delle tre banche commerciali del Gruppo, i cosiddetti "percorsi professionali", secondo quanto previsto dalle contrattazioni integrative aziendali ed in coerenza con le dinamiche degli assetti organizzativi e con l'analisi organica delle aspirazioni individuali.

I percorsi professionali, finalizzati a sostenere, in logica di pianificazione, la crescita delle risorse di rete verso determinate "posizioni obiettivo", sono di due tipi:

- verticali, che disciplinano il percorso di avvicinamento al "ruolo-obiettivo" attraverso sequenze di ruoli, esperienze operative in affiancamento e corsi di formazione;
- orizzontali, per favorire l'integrazione delle competenze su ruoli paritetici nell'ambito di una stessa filiera.

Nel 2007 hanno preso avvio i percorsi professionali in Banca Toscana e in Banca Agricola Mantovana e la seconda edizione in Banca Monte dei Paschi di Siena che, oltre a riproporre (estendendoli anche alla "filiera private") i percorsi in rete previsti dall'edizione 2006, ha introdotto per la prima volta i percorsi orizzontali per le strutture centrali, partendo a livello sperimentale da funzioni della Capogruppo Bancaria e del Consorzio Operativo di Gruppo. Sono stati anche avviati i piani di sviluppo per ruoli ad alto impatto sul business con grado superiore a quadro direttivo di 2° livello. L'iniziativa



punta ad assicurare, in logica di programmazione, la copertura di posizioni di responsabilità rilevanti nella rete e di figure professionali specialistiche nelle strutture centrali, nonché ad individuare un serbatoio di risorse da accompagnare, con opportune azioni formative, verso posizioni dirigenziali.

Nell'ambito di uno specifico "modello manageriale" è stata completata la mappatura delle qualità manageriali di circa 450 dirigenti, quale strumento di supporto dei relativi "piani di continuità", per l'adeguata copertura delle posizioni di responsabilità e lo sviluppo di opportuni programmi di rafforzamento del management.

Asse centrale del modello: l'equilibrio manageriale. Valore e tratto distintivo della cultura aziendale, definito come la capacità di muoversi con la "giusta misura delle cose", in ottica di sostenibilità e valenza strutturale dei risultati per assicurare solidità e continuità allo sviluppo.

Intorno ad esso sono state identificate 4 macro-capacità (innovazione, leadership, visione, realizzazione) che devono costantemente caratterizzare le qualità del manager affinché sia possibile realizzare le strategie del Gruppo.

Formazione

L'attività formativa, che svolgiamo da alcuni anni in conformità allo standard di qualità Iso 9001 e avvalendoci, ove possibile, dei finanziamenti disponibili supporta la realizzazione delle logiche e degli sviluppi gestionali suddetti.

Gli obiettivi perseguiti nel 2007 sono stati i seguenti:

- progettazione, realizzazione e pubblicazione sulla Intranet aziendale (visibile da tutto il personale) di un sistema integrato di offerta formativa strutturata per singoli ruoli, e programmazione delle azioni formative individuali coerenti con le logiche di sviluppo e le competenze (conoscenze e capacità) previste da "Paschi Risorse"; anche sulla base di specifici accordi con le Organizzazioni sindacali;



Sviluppo e valorizzazione del personale

- riguardo agli aspetti tecnico-professionali, abbiamo puntato a rafforzare, in ottica di specializzazione, le competenze chiave delle risorse di rete. Ciò è stato fatto in particolare con interventi mirati per gli addetti ai rapporti con le piccole e le medie imprese, il retail-affluent e gli specialisti delle attività con l'estero, per migliorarne la capacità di gestire in modo proattivo la relazione e la capacità di servizio al cliente;
- riguardo alla componente manageriale, abbiamo puntato ad accrescere, soprattutto nella rete (Titolari di filiale), le capacità centrali (leadership e gestione del team). L'attività si è incentrata principalmente sulla figura dei titolari di filiale, con il completamento dei corsi sullo "Sviluppo della leadership";
- maggiore comunicazione al personale sull'offerta formativa disponibile (aula e online), anche attraverso una sistematica illustrazione su FiloDiretto7;
- monitoraggio – in ottica di miglioramento continuo – dell'efficacia dei corsi, non solo attraverso la rilevazione della customer satisfaction dei partecipanti, ma anche con l'introduzione di test d'ingresso e finali sulle competenze acquisite (per i principali corsi sulle discipline tecnico-professionali).

Significativo l'impegno economico dedicato alla formazione: circa 6 milioni di euro (+ 17% rispetto al 2006).

L'attività ha coinvolto l'82% del personale (- 1% rispetto al 2006), per complessive 162.382 giornate (+54% rispetto al 2006). In media, quindi, ogni dipendente, interessato dal processo formativo, ha partecipato a 7 giornate di formazione nel corso dell'anno (erano state 4,35 nel 2006) che salgono a 10 per i dipendenti della rete commerciale.

All'intensificazione delle attività ha contribuito l'impegno formativo contemplato dal Regolamento n. 5 di ISVAP (Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni private e di interesse collettivo) che prevede tra l'altro la "certificazione" degli intermediari assicurativi attraverso idonei percorsi di formazione. Più di 6.000 addetti a livello di Gruppo hanno conseguito tale certificazione nel corso dell'anno.



Rilevante anche l'impegno formativo connesso alle attività di adeguamento alla Direttiva MiFID (13.786 persone formate in aula per 53.612 ore complessive).

È notevolmente aumentata l'incidenza (e la dimestichezza diffusa) dei corsi on line (29% contro il 9% del 2006). Ogni mese si registrano mediamente solo nella Capogruppo oltre 100 richieste di iscrizioni a corsi on line.

Il gradimento complessivo della formazione è più che buono. In relazione a 1.600 corsi dalle schede di valutazione compilate dai partecipanti, è emerso un indice sintetico di qualità percepita pari a 5,03 su un valore massimo di 6.

Il dettaglio dei dati è riportato nel capitolo "Bilancio in cifre".

COMUNICAZIONE INTERNA

Disponiamo di vari strumenti di comunicazione interna per assicurare a tutti livelli una pronta disponibilità ed un costante aggiornamento di informazioni utili all'attività, la condivisione e la socializzazione delle vicende aziendali e per favorire efficaci sinergie e collaborazioni tra le varie parti dell'organizzazione.

I principali sono: la newsletter elettronica settimanale FiloDiretto 7, il mensile elettronico di approfondimento FiloDiretto 30.

Già in funzione la televisione aziendale nella rete di promozione finanziaria (MPS BP Channel) e avviata sperimentalmente quella di Gruppo (MPS Channel).



Remunerazione, incentivi e contributi

I livelli retributivi medi del personale del Gruppo sono in linea con quelli di settore: la riduzione, nel 2007, del costo del personale riflette infatti gli effetti strutturali delle manovre di ricomposizione degli organici attuate a partire dal precedente esercizio, con uscite di risorse con elevata anzianità e grado compensate dall'immissione in servizio di giovani ad alto potenziale, che hanno determinato una lieve diminuzione delle retribuzioni medie delle aree professionali e dei quadri direttivi.

La Retribuzione Globale Annuale (RGA) si compone della parte fissa (RAL- Retribuzione Annuale Lorda) e delle componenti variabili "incentivante" (PAR- Premio Annuale di Rendimento) e "di produttività" (VAP).

Il PAR è determinato, secondo le previsioni contrattuali aziendali, da un sistema incentivante basato sulla correlazione tra livello/peso del ruolo svolto, risultati conseguiti e bonus individuale, finalizzato ad accrescere la motivazione del personale ed il suo coinvolgimento su obiettivi e strategie aziendali. In particolare, ogni anno, in fase di programmazione, vengono definite le schede obiettivo contenenti i livelli e gli indicatori di performance attesi, ponderati in base alle responsabilità e alle leve gestionali a disposizione dei diversi livelli organizzativi. Gli obiettivi comprendono anche elementi qualitativi generali che riguardano tra l'altro il rapporto con i clienti (in ottica di fidelizzazione, valorizzazione e customer satisfaction) e/o la realizzazione dei progetti strategici previsti dalla pianificazione industriale di Gruppo, così che assume rilevanza la visione di medio e lungo termine.

Nel 2007, in virtù di risultati economici molto positivi, si è assistito ad un aumento del plafond complessivo a disposizione del sistema incentivante. Di conseguenza, l'incentivo riconosciuto ai dirigenti ed ai quadri direttivi ha evidenziato un'incidenza sulla retribuzione complessiva pari, rispettivamente, al 30% e al 9,2%; l'incentivo economico erogato alle aree professionali, è



stato, invece, in media pari al 4,4% della RGA. I bonus sono stati, a tutti i livelli, superiori ai valori medi del 2006, in particolare per le figure professionali di rete ad alto impatto sul business.

Altra componente della retribuzione variabile (VAP), prevista per la maggior parte delle Aziende del Gruppo, è legata ad indicatori di produttività aziendali ed è articolata in due componenti: monetaria e azionaria attraverso l'assegnazione di azioni ordinarie di Banca Monte dei Paschi di Siena. Quest'anno sono state assegnate gratuitamente circa 12.400.000 azioni.

Nel 2007 è proseguita l'applicazione del modello retributivo per i dirigenti, ideato e sviluppato al fine di differenziare maggiormente i livelli retributivi in funzione del contributo dato per il conseguimento dei risultati per business e per livello/peso delle posizioni organizzative.

Altri contributi, per complessivi 51 milioni circa, vengono dati ai dipendenti principalmente per la previdenza complementare, la copertura sanitaria (integrata da questo anno anche con la polizza Long Term Care - per espressa previsione contrattuale anticipatoria di quanto stabilito con l'accordo di rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale di categoria - CCNL - che assicura una rendita vitalizia in caso di perdita permanente di autosufficienza nel compimento degli atti elementari della vita quotidiana).

Ai dipendenti con contratto a tempo determinato o con contratto part time sono riconosciuti gli stessi benefit previsti per i dipendenti a contratto a tempo indeterminato e full time. Relativamente ai dipendenti a contratto part time, i benefit collegati alla remunerazione sono di regola riproporzionati all'orario effettuato.



Sviluppo e valorizzazione del personale

Previdenza complementare

Le Società del Gruppo hanno costituito sistemi di previdenza complementare per i propri dipendenti articolati secondo diversi meccanismi.

Ad esempio, nella Capogruppo, la gestione previdenziale viene svolta attraverso due fondi negoziali chiusi:

- la Cassa di Previdenza Aziendale riservata ai dipendenti assunti fino al 31.12.1990;
- il Fondo Pensione Complementare per i dipendenti divenuti tali dal 01.01.1991.

La Cassa si articola a sua volta in due sezioni: una a prestazione definita (integrativa della pensione di base) e l'altra a contribuzione definita (con capitalizzazione individuale). Il patrimonio della Cassa è alimentato anche dai contributi dell'azienda che per quanto riguarda la Sezione a Contribuzione Definita è pari a 2,5% della base retributiva utile ai fini della determinazione del Trattamento di Fine Rapporto (TFR).

Anche il Fondo per i dipendenti assunti dal 01.01.1991 assicura prestazioni pensionistiche complementari del sistema obbligatorio di base, e beneficia di un contributo della Banca nella misura del 2,5% della base retributiva utile ai fini della determinazione del TFR.

I patrimoni mobiliari dei due Fondi sono gestiti secondo varie linee d'investimento, tra cui anche una a carattere etico, cui attualmente aderiscono rispettivamente il 4% (erano il 2,7% nel 2006) ed il 5,7% (erano il 4,4% nel 2006) degli iscritti.



Ambiente di lavoro

Siamo impegnati a favorire, anche attraverso un confronto costante con le Organizzazioni sindacali, un ambiente di lavoro positivo e soddisfacente per tutti.

Per quanto concerne l'inserimento lavorativo, i rapporti contrattuali sono di norma a tempo pieno e indeterminato. Negli ultimi anni, in virtù del Decreto legislativo 276/03 (e successive integrazioni e modifiche), le assunzioni di giovani risorse, effettuate attraverso apposite procedure selettive, sono avvenute prevalentemente nella forma del contratto di apprendistato professionalizzante, rispetto al quale le aziende del Gruppo, in attuazione dei contratti integrativi, assicurano forme di "indennità", volte a compensare i disagi derivanti dalle eventuali assegnazioni a sedi di lavoro diverse dal comune di residenza. In ogni caso le selezioni effettuate nel 2007 si sono svolte su base territoriale, in una logica di più efficiente inserimento dei neo assunti presso la rete del Gruppo.

Misuriamo in vari modi la qualità e la soddisfazione nel lavoro.

Tra i segnali positivi:

- un basso tasso di turnover (0,88%, in linea con il dato 2006);
- diminuiscono gli straordinari (59 ore pro capite; erano 64 nel 2006).

Registriamo invece aumenti nelle assenze per malattie e infortuni (quest'anno 9,7 giorni pro capite, contro i 6,9 del 2006) e nel numero dei provvedimenti disciplinari (64, da 52 nel 2006).

In aumento anche i contenziosi, con 217 controversie di lavoro (erano state 190 nel 2006), quasi tutte passive e riguardanti 419 dipendenti, aventi ad oggetto principalmente:

- costituzione del rapporto di lavoro;
- richiesta di inquadramento superiore;
- differenze retributive;
- mobbing e dequalificazione professionale;
- licenziamento;
- previdenza complementare.



Sviluppo e valorizzazione del personale

RAPPORTI CON LE ORGANIZZAZIONI SINDACALI

Proseguono i lavori dei diversi Organismi paritetici con le Organizzazioni sindacali (tra l'altro, impegnati in un percorso di condivisione sui contenuti di questo Bilancio), con particolare riguardo a temi quali: la qualità dei rapporti di lavoro, lo sviluppo professionale (con primaria attenzione alle pari opportunità, al clima interno ed ai percorsi di carriera), la sicurezza e gli impatti ambientali delle attività.

Sono poi proseguiti i confronti, in attuazione delle specifiche previsioni contrattuali in materia e, relativamente alla Capogruppo, del "Protocollo sull'Organizzazione del Lavoro" sottoscritto con le Organizzazioni sindacali il 21.11.2002, sui progetti di riorganizzazione/ristrutturazione previsti dal Piano Industriale di Gruppo e sulle relative politiche sugli organici.

Tali progetti hanno determinato il potenziamento e la razionalizzazione della rete distributiva in termini quantitativi e qualitativi e il riassetto del centro di governo con il conseguente snellimento delle strutture centrali, con evidenti ricadute sul personale. I relativi confronti con le Organizzazioni sindacali si sono conclusi, nella maggior parte dei casi con la sottoscrizione di accordi specifici.

Impegnativo anche il percorso che, attraverso il confronto con le Organizzazioni sindacali, ha reso effettiva per tutti i dipendenti del Gruppo l'opzione di scelta circa la destinazione del TFR, alla luce delle novità normative in materia.

ASCOLTO E DIALOGO

Le relazioni interne non possono che fondarsi, anche attraverso il costante confronto con le Organizzazioni sindacali, su un attento ascolto delle aspirazioni e delle motivazioni dei dipendenti e sul costruttivo dialogo con essi, con l'obiettivo di realizzare un clima aziendale favorevole e propositivo.

Vi è l'esigenza di un approccio più organico per la consultazione dei dipendenti, al fine di verificarne i livelli di soddisfazione rispetto alle attività.



Un'opportunità che stiamo considerando, per fare evolvere ulteriormente le attuali modalità di relazione.

Tra queste:

- la rilevazione, nell'ambito del modello di gestione "Paschi Risorse", delle aspettative professionali di ogni dipendente e delle sue osservazioni in merito al quadro di competenze ed al relativo percorso di sviluppo propostogli dal responsabile;
- la possibilità di inviare commenti e considerazioni personali tramite e-mail alla casella di posta della newsletter settimanale FiloDiretto7.

QUALITÀ DELLA VITA LAVORATIVA

Il Gruppo ha sempre considerato di primaria importanza e fattore chiave di vantaggio competitivo la valorizzazione e la motivazione del capitale umano, sviluppata anche attraverso il miglioramento della qualità della vita dei dipendenti.

L'impegno è quello di ricercare, in un'ottica di flessibilità nella gestione delle risorse umane, la massima conciliabilità tra gli obiettivi e le esigenze dell'azienda e le necessità personali e familiari dei dipendenti.

In tale senso sono varie le previsioni contrattuali aziendali con trattamenti anche aggiuntivi e migliorativi rispetto alle disposizioni di legge e di contratto nazionale:

- la flessibilità degli orari e dell'organizzazione del lavoro (tempi d'ingresso, uscita ed intervallo della giornata lavorativa ed il part time, con modalità orizzontale, verticale e mista);
- permessi ed aspettative, retribuiti e non, in particolari momenti della vita personale e familiare (decesso di un congiunto, matrimonio, nascite, adozioni, cure e visite mediche, completamento degli studi);
- l'assunzione dei familiari di dipendenti deceduti.

Sono inoltre allo studio soluzioni in tema di servizi per l'infanzia e di mobilità sostenibile.



Sviluppo e valorizzazione del personale

PARI OPPORTUNITÀ E DIVERSITÀ

Il Gruppo, anche attraverso l'istituzione di specifiche commissioni ed osservatori paritetici con le Organizzazioni sindacali, segue con attenzione e responsabilità il tema delle pari opportunità, per individuare le possibili misure da realizzare per assicurare l'equa valorizzazione del personale femminile, vigilando sugli eventuali fattori che potrebbero rappresentare un obiettivo impedimento alle condizioni per un suo proficuo inserimento e sviluppo professionale nell'ambiente di lavoro.

Negli ultimi anni si è osservato una sempre maggiore presenza femminile nei ruoli di responsabilità, in modo particolare nell'ambito della rete:

- le donne sono il 42,8% della forza lavoro;
- occupano il 22,2% delle posizioni manageriali (dirigenti e quadri). Nel dettaglio il 23,5% sono Quadri Direttivi e 3,2% sono Dirigenti;
- nel 2007 le promozioni sono state al femminile per il 42,3%;
- il 93% dei part time è appannaggio delle donne.

Alle lavoratrici madri, al rientro dalla maternità, è riservata una fase iniziale di aggiornamento professionale.

Nei confronti del personale disabile (1.099 persone) vi è l'impegno ad assicurare le condizioni per il migliore inserimento lavorativo, attivando all'occorrenza idonei adeguamenti delle postazioni e degli strumenti di lavoro, sia strutturali che a livello informatico, che ne garantiscano la piena accessibilità e fruibilità.

A fine anno circa il 75% delle postazioni dei dipendenti ipovedenti e non vedenti è stato rinnovato, con nuove dotazioni tecnologiche, certificate dall'Unione Italiana Ciechi, per rendere loro possibile l'utilizzo della posta elettronica e l'accesso all'intranet. Il programma di interventi sarà completato nei primi mesi del 2008 nella Capogruppo e proseguirà gradualmente nelle altre realtà del Gruppo a fronte di richieste da parte degli interessati.



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 (anche in ottemperanza alle previsioni di cui D.Lgs. 626/94) di identificazione, valutazione e costante monitoraggio dei rischi per la sicurezza nei luoghi di lavoro (con specifico riferimento alle misure di sicurezza antirapina, relativamente alla Capogruppo, è stato avviato in via sperimentale il “Progetto Sicurezza”, a seguito della sottoscrizione con le Organizzazioni sindacali di specifico Protocollo).

Lo fa attraverso un sistema di gestione conforme allo standard internazionale di qualità Ohsas 18001 (Occupational health and safety assessment series). A fine anno abbiamo ottenuto la relativa certificazione per Banca Monte dei Paschi di Siena e le società del Gruppo responsabili della gestione degli immobili (Paschi Gestioni Immobiliari) e dei sistemi informativi (Consorzio Operativo di Gruppo).

Gli addetti alla sicurezza sono qualificati (gli addetti al Servizio hanno svolto idonei percorsi formativi, la cui efficacia è stata attestata dall’Istituto di certificazione per la prevenzione – ICPREV) e svolgono l’attività confrontandosi costantemente con i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS).

In proposito, quest’anno sono stati costituiti due gruppi di lavoro con gli RLS: il primo ha riguardato la tutela dei lavoratori in condizioni particolari (i cosiddetti “lavoratori soli”), con la dotazione degli stessi di un dispositivo antimalore ad attivazione automatica, collegato alla filiale più vicina, pronta ad intervenire in caso di necessità; il secondo finalizzato ad elaborare una metodologia più efficace per l’individuazione dei cosiddetti “videoterminalisti” che tenga conto di quanto stabilito in materia dal CCNL e dalla legislazione vigente.

Diamo la massima importanza alla formazione. Nel 2007 sono state coinvolte 8.592 persone in corsi su: la gestione dei rischi (compreso il rischio rapina) e delle emergenze incendio, il pronto soccorso, la prevenzione dei problemi connessi all’utilizzo dei videoterminali.



Sviluppo e valorizzazione del personale

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), attualmente in uso nella Capogruppo e di prossima estensione alle altre realtà del Gruppo.

Per quanto concerne la tutela 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 1.065 dipendenti, 82 visite specialistiche e 294 sopralluoghi. È nostro obiettivo aumentare l'informazione ai dipendenti sugli specifici rischi per la salute nell'attività bancaria (stress, problemi posturali, ecc.).

Interventi sociali

Sosteniamo la socialità e la solidarietà tra i dipendenti.

Ai circoli ricreativi del Gruppo (57 a fine 2006) aderiscono circa 1.600 dipendenti. Essi sono nati appunto per favorire la socializzazione, fornire servizi sociali, per la ricreazione educativa, la promozione di attività culturali, artistiche, sportive e turistiche. Quest'anno vi abbiamo contribuito con oltre 496.000 euro complessivi.

Inoltre, partecipiamo in misura rilevante ai fondi pensione, alla previdenza complementare e alle spese sanitarie dei dipendenti e, allo scopo di fornire aiuto morale e materiale ai dipendenti ed alle loro famiglie, le maggiori realtà del Gruppo assicurano loro sovvenzioni, prestiti ed altri tipi di assistenza (sussidi a favore dei figli portatori di handicap, dei lavoratori e figli studenti, ecc.). Fondamentale in tale senso l'opera delle Casse di mutua assistenza. Costituite in Banca Monte dei Paschi di Siena e Banca Toscana su iniziativa di alcuni dipendenti, le Casse, con il sostegno delle banche ed i versamenti volontari



dei soci, erogano importanti contributi per la tutela della salute (anticipazioni per cure dentarie, protesi acustiche, acquisto lenti ed altre ragioni di salute) e la famiglia (spese matrimoniali, sussidi ai figli portatori di handicap, nascita e adozione di figli, borse di studio, conseguimento di diploma e laurea, ecc.).

Contributi che nel 2007 sono ammontati a 4.045.600 euro.

Di rilievo anche il “contributo ecologico” che MPS Capital Services riconosce da alcuni anni ai suoi dipendenti per l’acquisto di veicoli elettrici e biciclette e per gli abbonamenti ai trasporti pubblici (circa 16.500 euro distribuiti tra 84 persone). Una misura che stiamo valutando di estendere anche ad altre realtà del Gruppo.

Partecipazione alla crescita sostenibile delle comunità





Partecipazione alla crescita sostenibile delle comunità



Attraverso un'estesa rete di filiali siamo parte integrante delle tante comunità in cui operiamo. Per questo è nel nostro stesso interesse contribuire alla crescita sociale ed economica del Paese e dei sistemi locali che serviamo.

Lo facciamo collaborando nel territorio con le istituzioni, le categorie produttive ed il terzo settore, attraverso un'offerta integrata di servizi bancari, la partecipazione ai capitali d'impresa ed erogazioni finalizzate a generare benefici nelle comunità.

Innovazione e sviluppo delle infrastrutture e dei tessuti produttivi

L'azione del Gruppo si è dispiegata su vari fronti:

- lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi volti a sostenere le imprese in tutte le fasi del loro ciclo di vita (dall'avviamento, alla ricerca ed innovazione, allo sviluppo di nuovi mercati, anche esteri), aiutandole nella gestione dei connessi rischi finanziari;
- la collaborazione con gli attori della spesa pubblica per lo sviluppo delle economie locali e la realizzazione di infrastrutture e grandi opere di utilità sociale ed ambientale;
- operatività nei mercati dei capitali e partecipazioni in imprese di qualità, alto potenziale di crescita e tra i cui fini societari vi sono lo sviluppo del territorio, la promozione sociale, la sostenibilità ambientale.



Partecipazione alla crescita sostenibile delle comunità

Purtroppo non ci è per ora possibile offrire una rappresentazione organica ed esaustiva delle risorse impiegate e del valore conseguentemente creato per il territorio e le imprese, in quanto non disponiamo delle necessarie misurazioni. È un nostro obiettivo.

Ci limitiamo pertanto a descrivere le principali attività realizzate.

IL GRUPPO MONTEPASCHI ED IL MEZZOGIORNO D'ITALIA

Il contesto

- Nel periodo 2003-2006 il Pil del Mezzogiorno d'Italia è aumentato dell'1,4%; meno rispetto al Centro-Nord (+3,7%) e molto meno rispetto alle altre aree in ritardo di sviluppo dell'Unione europea ed ai cosiddetti nuovi entranti (Slovenia, Romania, ecc.);
- Nel 2006 il Pil procapite è stato pari al 57,4% di quello del Centro-Nord; dal 2000 tale divario tende a ridursi, anche se ad un ritmo lento (circa l'1% in 6 anni);
- Le imprese del Mezzogiorno hanno difficoltà a mettere in atto processi di innovazione e sviluppo qualitativo verso settori di attività meno soggetti a concorrenza da parte dei Paesi emergenti;
- Dal 2003 gli impieghi del sistema creditizio alle imprese del Mezzogiorno sono cresciuti più che nel resto d'Italia.

Il supporto del Gruppo

- È aumentata la presenza nel territorio, con quota di mercato media dal 4,2% del 1998 al 9,9%, anche in conseguenza dell'acquisizione di Antonveneta;
- Sono cresciuti gli impieghi creditizi del 12% nel periodo 2003-2006;
- Considerevole supporto e servizi innovativi di finanza d'impresa per la crescita dimensionale, l'innovazione e l'internazionalizzazione:
 - 2 fondi di private equity dedicati, con un patrimonio complessivo di circa 50 milioni;
 - vari finanziamenti (anche in pool) per operazioni di acquisizione da parte di imprese del Mezzogiorno;
 - finanza di progetto in ambiti cruciali, quali i settori idrico, infrastrutture ed energia.

PRODOTTI E SERVIZI ALLE IMPRESE

A imprese ed enti proponiamo offerte differenziate: dalla gestione della liquidità aziendale a quella dei rischi finanziari; i crediti strutturati, convenzionati, agevolati e specializzati (leasing, factoring, credito al consumo); prodotti assicurativi.

Informazioni sui prodotti sono disponibili sul sito www.mps.it.



L'attività di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e servizi e le iniziative commerciali sono state orientate a consolidare il ruolo di partner bancario di riferimento.

Tra le nuove iniziative si segnala:

- la definizione, in accordo con Confindustria, di un plafond di 500 milioni per favorire l'innovazione tecnologica e la competitività delle piccole e medie imprese ed incrementare l'utilizzo delle energie alternative, ricorrendo a specifici strumenti finanziari (denominati "Innovazione e sviluppo" e "Welcome energy: finanziamo il fotovoltaico") a condizioni particolarmente vantaggiose per le aziende. Lo stanziamento sarà attivo per tutto il 2008 e potrà essere integrato con ulteriori strumenti individuati da un apposito tavolo di concertazione, delegato anche al monitoraggio delle attività condivise nel territorio;
- la definizione di un'offerta organica (a fare corso dal 2008) per il settore agricolo, con soluzioni di credito finalizzate a promuovere e valorizzare le produzioni di qualità.

FINANZA DI PROGETTO E SVILUPPO TERRITORIALE

Attenti alle esigenze dei territori e dei suoi abitanti, abbiamo praticato anche quest'anno la nostra volontà di partecipare da protagonisti alla dotazione infrastrutturale del Paese, attraverso l'utilizzo delle migliori tecniche di project financing e la costante ricerca di relazioni e partenariati pubblico-privati. Secondo logiche e processi, quindi, che ci piace definire "matrici delle comunità".

Ricerca e innovazione, sviluppo e qualificazione energetica, sanità e servizi pubblici sono stati i principali ambiti d'intervento:

- abbiamo sottoscritto il Protocollo di Intesa tra Regione Toscana e banche, che inquadra le attività creditizie che ci impegniamo a realizzare per contribuire all'attuazione del Piano Regionale di Sviluppo 2006 – 2010;
- abbiamo gestito strumenti di finanza agevolata, seguendo le istruttorie e gli iter procedurali per l'accesso da parte delle imprese ai finanziamenti previsti da: la Legge 488 relativa al sostegno alle aree ad economia arretrata; i fondi ministeriali per la ricerca e l'innovazione tecnologica;
- tra le operazioni di project financing rilevano: i finanziamenti di impianti eolici nel sud Italia, con un aumento complessivo dell'operatività nel settore delle energie rinnovabili (vedi capitolo "Questione energetica e



Partecipazione alla crescita sostenibile delle comunità

tutela dell'ambiente"); la partecipazione alle opere di ristrutturazione ed ampliamento del complesso sanitario dell'Ospedale Niguarda di Milano; il finanziamento del programma di riqualificazione della viabilità nell'area Flegrea, in Campania;

- siamo intervenuti con un plafond di 1 milione di euro in favore del sistema sanitario del Lazio, acquistando pro soluto, a titolo definitivo, i crediti vantati dai fornitori di beni e servizi nei confronti delle Asl e delle aziende ospedaliere della Regione. Ciò ha contribuito ad alleggerire il deficit della Regione ed ha consentito il pagamento puntuale degli impegni verso i suoi fornitori sanitari.

COMITATI LOCALI DI PARTECIPAZIONE

Banca Agricola Mantovana ha costituito cinque "Comitati locali di partecipazione" nel territorio mantovano. Obiettivo: promuovere le relazioni a livello locale tra la banca, le imprese e le loro rappresentanze, le organizzazioni del terzo settore, per definire azioni concertate di sviluppo delle economie e della qualità sociale delle comunità.

MERCATI FINANZIARI E PARTECIPAZIONI

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

- tramite l'attività di private equity sosteniamo l'avviamento e lo sviluppo di imprese non quotate con forti potenzialità di crescita. La società del Gruppo, MPS Venture Sgr, gestisce 7 fondi mobiliari chiusi per complessivi 396 milioni;
- siamo tra i principali promotori del Mac (Mercato alternativo del capitale), un sistema di scambi gestito da Borsa Italiana Spa riservato agli investitori professionali, pensato per facilitare l'accesso delle piccole imprese al capitale di rischi. Il Mac è operativo da settembre 2007;
- tra le partecipazioni rilevano i circa 170 milioni di euro investiti in quote di capitale di società attive in ambiti sociali ed ambientali, con una forte incidenza (32%) nel settore delle energie rinnovabili (vedi capitolo "Bilancio in cifre").



Contributi per la qualità sociale delle comunità

Partecipiamo all'azione di istituzioni ed organizzazioni civili e umanitarie per la tutela di diritti economici e sociali di base.

Quest'anno il nostro contributo diretto alle comunità è stato di circa 53,8 milioni di euro complessivi, pari al 4,2% dell'utile lordo (+1,3 punti percentuali rispetto al 2006).

Le modalità d'intervento sono varie e comprendono:

- erogazioni di utilità sociale e beneficenza. Ossia contributi economici liberali concessi su proposta degli Organi societari senza finalità di immagine, ed interventi in favore di progetti umanitari e di solidarietà realizzati anche attraverso raccolte fondi sostenute dall'attività commerciale;
- sponsorizzazioni di iniziative culturali, artistiche, scientifiche, sportive, ecc. Costituiscono un fondamentale strumento commerciale per la realizzazione degli obiettivi di comunicazione del Gruppo.

Obiettivi sociali sono inoltre perseguiti attraverso:

- prodotti e servizi bancari in favore di categorie e soggetti più svantaggiati e bisognosi della società (vedi capitolo "Servizio ai clienti e qualità dei rapporti");
- collaborazioni con le istituzioni locali per la crescita sostenibile dei tessuti produttivi e delle infrastrutture dei territori (vedi sopra).

Abbiamo un sistema organizzato per la gestione delle attività, con procedure che regolamentano modalità e tempistiche per la richiesta, la definizione e la valutazione dei contributi.

I criteri di selezione di finalità e beneficiari dei contributi comprendono:

- la valutazione della serietà del richiedente e degli aspetti reputazionali connessi;



Partecipazione alla crescita sostenibile delle comunità

- l'esame del progetto e della sua coerenza con la politica del Gruppo;
- la valutazione dei potenziali impatti sociali dell'intervento.

UTILITÀ E IMPATTI SOCIALI DEI CONTRIBUTI

Le erogazioni effettuate dal Gruppo Montepaschi contribuiscono alle finalità sociali di numerose organizzazioni non profit, con ricadute estremamente positive in ambiti di rilievo ed interesse generale, quali la cultura e la sanità. Una misura, seppure approssimata e parziale, di tali ricadute si può evincere dal seguente resoconto sintetico delle attività di alcuni dei principali beneficiari:

- la Fondazione Musei Senesi - coordina le attività di 35 musei della provincia di Siena, rendendo fruibili al pubblico beni di valore storico-artistico ed archeologico, nonché collezioni e raccolte di interesse scientifico ed etnografico. Nel solo 2007 quasi 430.000 persone hanno visitato i musei senesi.
- Il Centro Internazionale d'Arte e di Cultura del Palazzo Tè di Mantova - istituito nel 1990, è un affermato riferimento nel panorama culturale contemporaneo. Organizza esposizioni, di rilievo internazionale, di architettura e di arte antica e moderna: ad oggi 33 esposizioni, con circa 2.670.000 visitatori complessivi.
- La Fondazione Ospedale Pediatrico Meyer - sostiene l'attività dell'omonimo ospedale fiorentino, all'avanguardia internazionale nella cura delle malattie dei bambini, con 210 posti letto, di cui 50 di day hospital, 7 sale operatorie e 9 diagnostiche. L'ospedale è anche sede di 25 Centri regionali di riferimento pediatrico per malattie complesse e rare.
- Fondazione Operation Smile Italia - costituita nel 2000, fa parte del "network" internazionale nato nel 1982 negli Stati Uniti, che riunisce medici e paramedici che prestano la loro opera volontaria per operare bambini con gravi malformazioni al viso, quali labbro leporino, palatoschisi, esiti di ustioni e traumi. Nel 2007 Operation Smile ha reso possibili nel mondo 8.479 operazioni chirurgiche di questo tipo.

Inoltre, non sono consentite erogazioni liberali a movimenti o organizzazioni che rivestono un fine esclusivamente politico. La partecipazione ad interventi promozionali e commerciali, a fronte di iniziative promosse da partiti politici e organizzazioni sindacali, è altresì definita nel rispetto delle leggi vigenti e nella massima trasparenza (978.800 euro erogati nel 2007).

EROGAZIONI LIBERALI

Abbiamo erogato, sotto forma di liberalità, circa 7,7 milioni di euro per numerosi progetti e attività a carattere sociale e culturale.



I beneficiari sono stati numerosi. I maggiori contributi sono andati in favore di organizzazioni operanti nella ricerca e nei servizi medico-ospedalieri, nell'assistenza sociale ed in programmi umanitari.

Tra queste: la Fondazione italiana sclerosi multipla, Medici senza frontiere, la Fondazione italiana per la ricerca sul cancro, la Legatumori, la Fondazione Don Gnocchi, Telefono azzurro, l'Agenzia ONU per i rifugiati, la Fondazione Meyer di Firenze, l'ospedale civile V. Fazzi di Lecce.

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

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

Per il secondo anno consecutivo parte delle commissioni di gestione dei fondi etici della società del Gruppo MP Asset Management “Ducato Etico Fix” e “Ducato Etico Geo” è stata destinata a progetti di utilità sociale, attraverso bando di gara pubblico.

Nel 2007 sono stati assegnati complessivamente 195.000 euro a:

- Associazione Famiglia Aperta, per il progetto “Accompagnatore sociale: percorsi educativi di strada per i giovani delle Lame”, finalizzato a ridurre la dispersione scolastica nel Lame (quartiere di Bologna), reintegrare i ragazzi in percorsi di orientamento formativo ed occupazionale, agevolare il rafforzamento dell'autostima e sostenere l'espressione della progettualità giovanile;



Partecipazione alla crescita sostenibile delle comunità

- Associazione Fiori di Strada Onlus, per il progetto “Vietato calpestare”, che sarà realizzato nel comune di Bologna con l’obiettivo di contrastare il fenomeno della tratta delle donne a scopo di sfruttamento sessuale, incontrandole direttamente sulle strade grazie ad un’unità mobile, offrendo loro ascolto, generi di conforto e tutela sanitaria, istituendo inoltre un’Unità di aiuto telefonico e una casa rifugio;
- Associazione Les Cultures per il progetto “Accesso, qualità e prevenzione”. Il progetto sarà realizzato in collaborazione con l’organizzazione non governativa nigeriana Afaa con l’obiettivo di migliorare le condizioni di salute di 34.000 persone che vivono nel comune rurale di Tabelot in Niger, facilitandone l’accesso alle strutture sanitarie, alle cure ed ai farmaci essenziali, migliorando la qualità delle attrezzature e dei servizi offerti e prevenendo le principali malattie infantili, l’AIDS e la malaria;
- Associazione Missionarie Figlie di San Girolamo, per il progetto “Ranch San Girolamo – Trasformazione alimenti” finalizzato ad offrire risorse professionali volte all’inserimento lavorativo di soggetti agli arresti domiciliari nel comune di Assemini, in provincia di Cagliari.

Tra le attività previste: laboratori per l’acquisizione di competenze professionali e trasversali dei destinatari, aumento di opportunità lavorative e sociali e sensibilizzazione alla promozione sociale degli attori coinvolti.

Civita

Il fondo Ducato Etico Flex Civita della società del Gruppo MP Asset Management riconosce parte delle sue commissioni all’Associazione Civita che ha come scopo la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, artistico e ambientale in Italia. Nel 2007 sono stati retrocessi all’Associazione 77.420 euro.

Carta prepagata “Operation Smile”

Anche nel 2007 abbiamo sostenuto 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.



La Capogruppo 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 acquistato dall'inizio del collocamento (maggio 2006) circa 6.720 carte, consentendo di raccogliere circa 27.000 euro.

Carte etiche per l'assistenza sanitaria

Banca Toscana propone carte prepagate ricaricabili in abbinamento ed a supporto delle finalità assistenzialistiche di varie organizzazioni operanti in campo sanitario, destinando loro 8 dei 10 euro di costo di attivazione più 0,50 centesimi per ogni operazione di ricarica.

Quest'anno sono stati raccolti complessivamente 50.000 euro in favore di:

- Tutti i cuori di Rossana, organizzazione non profit impegnata nella cura dei bambini con cardiopatie congenite;
- Associazione Tumori Toscana, che presta cure gratuite, a domicilio, ai malati di tumore;
- Fondazione Meyer, istituzione impegnata nella tutela della salute dei bambini;
- Calcit, associazione che si occupa dell'assistenza ai malati terminali;
- Associazione Lapo, attiva nella prevenzione e cura delle malattie neurologiche e psichiatriche nell'età evolutiva.

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.

L'1% di quanto speso con la carta, per complessivi 8.000 euro, è stata devoluta quest'anno a Special Olympics Italia, associazione facente parte dell'omonimo programma internazionale di allenamento sportivo e competizioni atletiche che coinvolge più di un milione di ragazzi ed adulti con ritardo mentale.



Partecipazione alla crescita sostenibile delle comunità

SPONSORIZZAZIONI

Sosteniamo lo sport, la musica, l'arte e le iniziative benefiche, per promuovere i nostri prodotti ma soprattutto per legare la nostra immagine a finalità positive per il sociale.

Quest'anno abbiamo sponsorizzato numerose iniziative, per un importo complessivo di circa 40 milioni di euro. Ulteriori 6,4 milioni 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 è andato il contributo maggiore, con circa 25 milioni in favore del calcio e del basket professionistico a Siena (AC Siena, Mens Sana Basket) cui siamo tradizionalmente legati e che costituiscono per la città un forte catalizzatore di aggregazione sociale.

La restante parte è andata per circa il 40% al settore culturale ed il 16,5% ad iniziative a carattere sociale.

Informazioni sulle principali iniziative sono disponibili sul sito www.mps.it alla sezione "Eventi e concorsi".



OLIMPIADI DEL CUORE

Senza dubbio di rilievo il sostegno, come sponsor principale e partner, alle “Olimpiadi del Cuore”, manifestazione ideata dal noto giornalista e presentatore televisivo Paolo Brosio, per raccogliere fondi a favore di enti impegnati nella cura e assistenza di bambini in difficoltà, il cui principale beneficiario è stato nel 2007 la Fondazione Ospedale Pediatrico Meyer.



La formula è semplice e vincente: sport e spettacolo per la solidarietà. Le Olimpiadi si articolano infatti in due manifestazioni l'anno (di 3 giorni ciascuna), durante le quali una serie di personaggi famosi si cimentano in attività sportive o ludico sportive, gareggiando tra loro e con persone comuni per le suddette finalità.

Abbiamo deciso per il 2007 di aumentare ancora di più il nostro impegno facendoci anche parte attiva nell'organizzare eventi ed iniziative, con cui abbiamo coinvolto la clientela ed il personale in maniera diretta e continuativa durante l'anno, in questo importante progetto di solidarietà.

Tutte le filiali del Gruppo sono state infatti coinvolte nella vendita dei “Prodotti del Cuore”: sette prodotti bancari ed assicurativi a fronte del cui acquisto le banche hanno versato un euro alle Olimpiadi del Cuore. Sono stati raccolti complessivamente circa 60.000 euro utilizzati in particolare per il sostegno all'Unità multi disciplinare per la diagnosi e terapie dei difetti congeniti e delle patologie fetali dell'Ospedale pediatrico.

Questione energetica e tutela dell'ambiente





Consideriamo con attenzione i nostri impatti sull'ambiente. L'obiettivo è contenere i costi operativi connessi e contribuire all'interesse collettivo per una migliore qualità della vita.

La qualità e la disponibilità di energia sono priorità del Paese ed obiettivi planetari. Il Gruppo Montepaschi vuole fare la sua parte.

Il mercato mostra di apprezzare quanto stiamo facendo. Quest'anno il titolo MPS è stato incluso nel Ftse4good Environmental Leaders Europe 40, il nuovo indice di Borsa di Londra e Financial Times composto dai titoli azionari delle società europee con le migliori performance ambientali.

Sistemi di gestione e verifica

Siamo impegnati a gestire in modo organizzato e con crescente efficienza le attività che possono determinare impatti, sia positivi che negativi, sull'ambiente: nell'operatività quotidiana "di ufficio", nella conduzione degli immobili e degli impianti tecnici, nei rapporti con clienti e fornitori.

I principi di riferimento sono contenuti nella Politica ambientale (il documento è disponibile sul sito www.mps.it alla sezione "I nostri valori"), che recepisce gli specifici indirizzi delle Nazioni Unite e dell'Unione Europea e guida la gestione.

Al primo posto, ovviamente, il rispetto delle leggi. Cosa non da poco, considerata l'estrema articolazione territoriale della nostra realtà e la continua evoluzione, anche locale, della disciplina normativa.



Questione energetica e tutela dell'ambiente

Poche comunque le sanzioni cui mediamente andiamo incontro: quest'anno nella sola Capogruppo sono ammontate a 4.425 euro, principalmente per tardivi pagamenti della tassa sui rifiuti urbani.

Inoltre, Banca Monte dei Paschi di Siena e MPS Capital Services operano da anni in conformità allo standard Iso 14001, attraverso modelli e procedure che già nella Capogruppo sono stati integrati nell'ambito di una gestione complessiva della qualità allo scopo di valorizzare le relative sinergie ed economie organizzative e di processo.

Una parte importante della gestione, alla base dei nostri piani di miglioramento, è il monitoraggio delle attività e delle performance. In tale senso, da quest'anno ci confrontiamo con le Organizzazioni sindacali nell'ambito di uno specifico gruppo di lavoro paritetico, nella comune convinzione che si possa fare di più per contenere l'utilizzo delle risorse, risparmiare energia, gestire i rifiuti in modo più sostenibile, perseguendo obiettivi concreti che devono diventare patrimonio di tutti dipendenti.

Per fare questo, è centrale la formazione ed un maggiore coinvolgimento dei dipendenti.

Abbiamo fatto qualcosa, ma molto resta da fare:

- nell'intranet della Capogruppo è attivo il canale "Ambiente", con tante informazioni sulle attività, compresi semplici consigli pratici per contribuire a renderle più ecologiche;
- per tutti i dipendenti è disponibile nel catalogo on-line un nuovo corso sulla gestione ambientale;
- nella formazione ai neo-assunti abbiamo previsto 1 ora sul tema;
- interventi specialistici sono inoltre indirizzati ai Ras (una ventina di Referenti per l'ambiente e la sicurezza in forza alla rete commerciale, cui sono stati assegnati compiti operativi).



Utilizzo delle risorse ed emissioni inquinanti

I consumi di energia, acqua e carta, i rifiuti e le emissioni sono misurati con regolarità ma in modi eterogenei: i dati di energia ed acqua si accompagnano alle fatturazioni delle relative spese; l'utilizzo della carta è rilevato in automatico dai dati di spedizione agli uffici; i rifiuti sono quantificati a partire dalle registrazioni obbligatorie degli smaltimenti e i dati sono gestiti manualmente; le emissioni in atmosfera sono stimate sulla base dei consumi energetici e delle percorrenze chilometriche connesse alle missioni di lavoro dei dipendenti.

Non vi è quindi un sistema informativo unitario, con qualità dei dati non sempre omogenea.

Dal 2008 contiamo di fare progressi in tale senso. Infatti, sarà operativa una nuova piattaforma per la registrazione elettronica delle fatture di spesa e dei relativi dati di consumo di acqua, metano ed energia elettrica.

ENERGIA ED EMISSIONI INQUINANTI

I costi dell'energia (circa 28,5 milioni di euro) incidono per il 2,4% sul totale delle altre spese amministrative. I relativi consumi sono considerevoli e all'origine di emissioni di anidride carbonica (CO₂) e di altri inquinanti dell'aria.

Nel 2007 abbiamo utilizzato 40.295 Tep (Tonnellate equivalenti di petrolio: unità di misura convenzionale che indica la quantità di energia prodotta dalla combustione di una tonnellata di petrolio) di energia elettrica e termica, pari ad un consumo procapite di 1,81 Tep (-2,2% dal 2006). Si consolida al 96% il tasso di utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili, per effetto dell'ulteriore estensione della copertura del servizio di fornitura da parte del Consorzio Idroenergia, che garantisce la provenienza dell'elettricità da impianti idrici.



Questione energetica e tutela dell'ambiente

In costante diminuzione anche le percorrenze delle auto dei dipendenti per motivi di lavoro, con 1.799 km procapite (-13,6% dal 2006), in parte dovuta ad un crescente impiego dei servizi di autonoleggio (circa 5 milioni di km complessivi).

Di conseguenza, le emissioni di CO₂ scendono a livelli molto bassi (883 kg procapite; -22,8% dal 2006), così come quelle di altri inquinanti, prodotti anch'essi dagli impianti di riscaldamento e dai trasporti, quali gli ossidi di azoto e di zolfo (rispettivamente -19,5% e -36% dal 2006). Sotto controllo anche i gas refrigeranti recentemente banditi dalla legge, e la loro graduale eliminazione.

Il dettaglio dei dati è riportato nel capitolo "Bilancio in cifre".

Le buone performance raggiunte sono il risultato di programmi di energy management che la società del Gruppo incaricata, Paschi Gestioni Immobiliari, porta avanti da diversi anni, con l'obiettivo di coniugare efficienza economica e tutela ambientale.

Tra le ultime iniziative:

- circa 100 nuove filiali e 21 ristrutturazioni sono state fatte con lay-out, allestimenti e dotazioni impiantistiche ed illuminotecniche conformi ai criteri del cosiddetto "modello prestazionale", con particolare attenzione all'efficienza energetica;
- è proseguito il piano di efficientamento degli impianti di riscaldamento e climatizzazione, attraverso la conversione a metano di ulteriori 13 caldaie alimentate a gasolio (ormai residuali), la sostituzione di impianti obsoleti con pompe di calore ad alta efficienza e sistemi frigoriferi di ultima generazione (46 interventi), l'eliminazione di numerosi fancoils ad unità di trattamento dell'aria non efficienti.

In via ormai ordinaria, abbiamo continuato ad intervenire con l'installazione di:

- rilevatori di presenza ad infrarosso per l'illuminazione temporizzata nei locali di servizio;



- programmatori annuali per l'avvio degli impianti di riscaldamento e climatizzazione che consentono di evitarne l'accensione nelle festività variabili;
- corpi illuminanti conformi agli standard europei introdotti dal programma Green Light.

Oltre che a diagnosticare "in continuo" e tramite indagini ad hoc (ne sono state fatte 11 nel 2007) gli sprechi e le potenzialità di risparmio con l'ausilio di un sistema avanzato di gestione dati, che dal 2008 sarà ulteriormente potenziato.

Altre misure di contenimento delle emissioni, specie quelle connesse ai trasporti, sono consistite in:

- un nuovo regolamento sulle trasferte di lavoro ed un sistema informatico centrale per la loro verifica e ottimizzazione;
- un considerevole sviluppo dei sistemi di videoconferenza (ve ne sono 79 nel Gruppo) e del loro utilizzo (circa 2.000 riunioni, rispetto alle 379 del 2006);
- un deciso aumento dei corsi di formazione on-line (29% contro il 9% del 2006).

Tra i programmi del 2008:

- l'installazione di un impianto fotovoltaico nel complesso immobiliare di direzione generale, in Siena, località S. Miniato;
- l'efficientamento degli impianti di illuminazione notturna e degli interni nel suddetto complesso immobiliare;
- l'installazione di un impianto fotovoltaico presso la filiale di Messina (ve ne sono altri 4 nella rete).

Sono inoltre allo studio soluzioni in tema di mobilità sostenibile, che è stato al centro delle attività del gruppo di lavoro Abi sulla responsabilità sociale d'impresa ed è oggetto di confronto specifico con le Organizzazioni sindacali.



Questione energetica e tutela dell'ambiente

MATERIALI DI CONSUMO

La carta è il principale materiale di consumo per la nostra attività. Quest'anno ne abbiamo utilizzato 2.080 tonnellate, in decisa diminuzione rispetto al 2006 (-9,6% a livello procapite).

La carta xerografica, per stampanti e fotocopiatrici, è la voce di consumo maggiore (59% sul totale). Anch'essa in diminuzione (42 fogli procapite, rispetto ai 48 del 2006).

La sua qualità è buona dal punto di vista ecologico, in quanto prodotta senza l'utilizzo di agenti sbiancanti a base di cloro.

Stiamo valutando la fattibilità tecnica di impiegare carta riciclata nei processi ordinari, nell'ambito di una verifica più ampia sulle potenzialità degli "acquisti verdi".

Sono dunque buone le performance, che contiamo di migliorare anche attraverso una maggiore sensibilizzazione delle persone.

Una sensibilizzazione che stiamo facendo anche nei confronti dei clienti, cui proponiamo ad esempio la gestione elettronica delle fatturazioni (è il caso dei clienti corporate) e della corrispondenza. Ad oggi 104.000 clienti hanno aderito al progetto Documenti on-line (+41% dal 2006) ed hanno raggiunto quota 4 milioni le corrispondenze realizzate tramite canale telematico per la trasmissione di moduli, estratti conto, ecc.

Il toner è l'altro materiale di consumo di cui facciamo largo uso nelle nostre attività. Nel 2006, attraverso una partnership con Bassilichi Spa (uno dei principali fornitori di servizi tecnologici del Gruppo Montepaschi), abbiamo attivato un sistema per la rigenerazione ed il riutilizzo delle cartucce per stampanti in tutte le nostre sedi in Italia, con importanti economie di gestione attese. Il sistema è entrato a regime con la definizione nei territori dei necessari contratti di fornitura per il servizio di raccolta e trasporto del rifiuto (più di 20.000 cartucce rigenerate nel 2007).



Riguardo alla gestione dei rifiuti di carta, stimiamo in circa il 20% la copertura dei sistemi di raccolta differenziata finora funzionanti nei territori. Il nostro primo obiettivo è aumentarne l'efficienza, in collaborazione con le società addette alle pulizie, le aziende municipalizzate ed un maggiore coinvolgimento dei dipendenti. Con la stessa logica, nel 2008 puntiamo a portare a 35% le sedi interessate dall'attività.

USO DELL'ACQUA

Utilizziamo acqua prevalentemente per scopi igienico-sanitari e solo in minima parte per il funzionamento ed il raffreddamento di impianti di climatizzazione. Essa proviene quasi esclusivamente dagli acquedotti territoriali. Vi sono solo alcuni pozzi da cui attingiamo per l'irrigazione di aree verdi e sistemi di raffreddamento.

I consumi sono contenuti: 95 litri procapite al giorno (111 nel 2006). Ma contiamo di ridurli ulteriormente: dal 2008 potremo infatti contare su un monitoraggio dati più puntuale e sono allo studio soluzioni per i maggiori complessi immobiliari.

Le acque di scarico, assimilabili a quelle domestiche, confluiscono nei sistemi di fognatura pubblica, in ragione del fatto che le nostre sedi sono pressoché tutte situate nei centri urbani.

TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ

Il Gruppo Montepaschi è proprietario di alcune tenute agricole situate in aree di pregio paesaggistico-ambientale, in Piemonte, Liguria e Toscana, che si estendono per circa 1.250 ettari complessivi. Si tratta di realtà produttive di qualità (Fontanafredda, Chigi Saracini, Agricola Poggio Bonelli, Tenuta Marinella), improntate sulla valorizzazione dei territori secondo logiche di sostenibilità.



Rischio ambientale

Quando finanziamo progetti e imprese ad alto potenziale inquinante stiamo attenti a valutare i connessi rischi ambientali per aumentare il livello di protezione e la qualità del credito.

Nella 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); nei contratti di finanziamento vengono, infatti, richiesti al cliente specifici impegni per il rispetto delle norme ambientali.

Quando finanziamo le imprese, per importi superiori a 5 milioni di euro, di competenza della controllata MPS Capital Services, 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. Nel 2007 è stata valutata la compatibilità ambientale di 6,6 miliardi di finanziamenti (+50% rispetto al 2006), con esiti positivi in circa l'86% dei casi.

Da quest'anno, anche i crediti alle grandi aziende, con fatturato superiore a 500 milioni, sono valutati sotto il profilo ambientale: il rating loro assegnato tiene infatti conto anche di aspetti qualitativi del rischio operativo, quali il potenziale danno ambientale prodotto dall'attività e, in positivo, l'eventuale possesso di certificazioni ambientali.

Come detto, valutiamo il rischio, ma anche il buon governo degli impatti ambientali, per migliorare la qualità del nostro intervento a garanzia del capitale impiegato. Prevediamo le cautele e protezioni necessarie, ma non



utilizziamo criteri di esclusione; come peraltro è evidente dalla composizione del nostro portafoglio di impieghi, con l'11,9% degli affidamenti impegnato in settore ad alto impatto ambientale (siderurgico/metallurgico ed energetico ai primi posti).

Il rischio ambientale è una nostra preoccupazione anche sul fronte degli investimenti. Per questo la società di gestione del risparmio del Gruppo, MP Asset Management, partecipa da alcuni anni 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 delle maggiori aziende nel mondo (www.cdproject.net), evidenziando i connessi rischi e opportunità.

Informazioni che tornano utili alla Sgr nella gestione dei fondi comuni, con particolare riguardo alla gamma etica. Le scelte di investimento, infatti, privilegiano le aziende che non inquinano o che comunque hanno solide politiche di gestione e controllo dei rischi ambientali. Quest'anno sono state parzialmente riviste le metriche di valutazione inserendo uno specifico focus sulla sostenibilità delle politiche energetiche delle emittenti.

Iniziative finanziarie per la tutela dell'ambiente

Anche nel 2007 il nostro intervento nei cosiddetti mercati della "finanza verde" si è incentrato nel settore energetico.

Osserviamo, infatti, come i cambiamenti climatici siano una realtà.

Tra le misure di contrasto da attuare vi è la diffusione delle fonti rinnovabili ed il risparmio energetico.

Negli ultimi anni, gli sviluppi tecnologici e specifici incentivi pubblici hanno dato impulso anche in Italia agli investimenti in tali ambiti.



Questione energetica e tutela dell'ambiente

Il Gruppo Montepaschi vi riconosce un'opportunità di business che si concilia con il suo impegno per la sostenibilità.

Per questo, in continuità con i programmi ambientali che da tempo ne caratterizzano l'azione, ha sviluppato uno specifico piano di intervento con l'obiettivo di promuovere a tutti i livelli l'energia pulita ed assicurare il necessario supporto finanziario a famiglie, istituzioni e imprese che vogliono puntarvi.

L'azione del Gruppo si è quindi dispiegata ad ampio raggio, con risultati che in sintesi hanno riguardato:

- investimenti strategici in primarie realtà italiane del settore delle energie rinnovabili, tra cui Sorgenia e Alerion, per complessivi 55 milioni;
- la finanza di progetto con 1.200 MW complessivi finora installati grazie al contributo della controllata MPS Capital Services, per la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, con una solida leadership nel settore eolico (nel 2007 è stata finanziata la realizzazione di nuovi parchi eolici in Basilicata, Campania e Sicilia per 240 MW e di un impianto fotovoltaico in Puglia di 2MW);
- la definizione di una famiglia di prodotti per i privati, le imprese e gli enti, che comprende mutui a medio-lungo termine, leasing e prestiti personali a tassi vantaggiosi, con durate e servizi ausiliari (comprese polizze assicurative a copertura di eventuali danni all'impianto) tarati sulle specificità degli investimenti e della clientela.

Maggiori informazioni sui nostri prodotti sono disponibili sul sito www.mps.it.

- la loro promozione ed offerta agevolata anche attraverso convenzioni con primari operatori del settore: nel 2007 sono state fatte 386 operazioni per complessivi 223 milioni (+70% rispetto al 2006), pari a circa l'1,3% del totale dei finanziamenti erogati;
- l'attivazione di specifici plafond, tra cui quelli in accordo con Confindustria (per complessivi 500 milioni a valere su progetti d'impresa innovativi e per la diffusione delle fonti rinnovabili) e con la Regione Toscana (150 milioni stanziati da Banca Toscana e MPS Leasing & Factoring per progetti lo sviluppo delle fonti rinnovabili ed il risparmio energetico tra le imprese).



I risultati sono buoni ma crediamo che, considerata la complessità dei temi in questione, vi sia bisogno innanzitutto di un impegno non indifferente in termini di formazione ed aggiornamento delle funzioni aziendali coinvolte, affinché il marketing sia efficace.

Qualcosa è già stato fatto:

- nel 2006, in collaborazione con l'Associazione Kyoto Club, è stato effettuato un workshop dal titolo "I nuovi mercati della finanza verde alla luce della ratifica del Protocollo di Kyoto", cui hanno partecipato una ventina di persone in rappresentanza delle varie strutture;
- le schede informative sui prodotti sono state corredate da un "focus" sull'energia, per consentire agli addetti commerciali una migliore comprensione delle motivazioni di vendita e dei bisogni, non solo finanziari, dei clienti. Ed un vero e proprio "portolano" è in fase di realizzazione.

Occorre inoltre promuovere efficaci relazioni nei territori, con le istituzioni e le varie organizzazioni interessate.

Gli sviluppi potenziali sono dunque grandi. Per questo è stato costituito un gruppo di lavoro interno, coordinato dalle funzioni commerciali, che dovrà rendere conto alla direzione generale sugli sviluppi dell'attività.

È necessaria altresì una migliore conoscenza anche da parte della gente e delle imprese, specie quelle piccole, rispetto alla convenienza economica e fiscale, alle opportunità ed ai procedimenti tecnici e amministrativi per realizzare gli interventi.

In tale senso, con il patrocinio di Enea e del Gestore nazionale dei Servizi Elettrici, abbiamo collaborato con le associazioni dei consumatori riunite nel Consumer Lab all'elaborazione di una Guida agli incentivi statali cui l'intervento bancario fa da complemento. La Guida sarà presto disponibile presso le nostre filiali.

Qualità dei processi di acquisto





Qualità dei processi di acquisto



Il Gruppo si impegna a sviluppare con i propri fornitori rapporti di correttezza e trasparenza. La loro selezione avviene sulla base del merito, della solidità e sostenibilità organizzativa e del migliore rapporto qualità – prezzo.

A loro chiediamo di svolgere l'attività seguendo elevati standard di condotta. Devono assicurare serietà nel business, rispettare i diritti dei propri lavoratori, investire in qualità e gestire in modo responsabile gli impatti ambientali e sociali.

Sistemi di gestione e verifica

Lavoriamo con oltre 19.300 imprese, di cui circa il 72% piccole e locali.

I servizi loro affidati vanno dall'autonoleggio, ai sistemi informatici, dalle manutenzioni alle forniture energetiche.

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

Il forte radicamento sul territorio, che da sempre ci contraddistingue, ci porta a riservare una particolare attenzione alle piccole imprese locali, che dimostrano comunque potenzialità e competitività, incentivandone la crescita al fine di far sviluppare il sistema sociale e ambientale di riferimento.



Qualità dei processi di acquisto

Sono seguiti invece a livello accentrato i fornitori che lavorano per l'intero Gruppo o che comunque fatturano con noi importi rilevanti.

Alla struttura a questo dedicata è stata attribuita, oltre alla gestione dell'intero processo d'acquisto per quanto attiene l'attività di marketing e negoziazione, la responsabilità della scelta dei fornitori e la gestione dei rapporti con i medesimi.

Per tale scopo è stato da tempo costituito un "albo fornitori" nel quale vengono inserite le aziende che, oltre ad esprimere un ottimale rapporto qualità – prezzo, dimostrano di avere una particolare sensibilità e responsabilità per quanto riguarda l'ambiente, il sociale, la sicurezza, il diritto e la tutela del lavoro.

Molte sono "storiche" e con esse sussiste un rapporto di fiducia e reciproca collaborazione, specie con quelle dotate di specifiche competenze e qualificate risorse tecnologiche.

Le aziende presenti in albo sono 656 (per un totale di 504 milioni di forniture di beni e servizi).

Nel corso dell'anno ne sono state inserite 118. In 56 sono state escluse per aver ottenuto una valutazione inadeguata o perché non più di interesse per il Gruppo.

Nell'ottica di rendere sempre più efficiente il processo di selezione e qualificazione dei fornitori è in fase di realizzazione il progetto "vendor rating" per lo sviluppo di metriche più efficaci per la misurazione e la verifica delle performance assicurate.

È inoltre allo studio una piattaforma che consenta di mettere in relazione, attraverso un unico data base, i vari sistemi informativi attualmente in uso.



CONDIZIONI NEGOZIALI

I fornitori sono pagati di norma, secondo le previsioni contrattuali, entro 60-90 giorni dalla data di emissione della fattura.

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. Anche nel 2007 si conferma l'assenza di contenziosi.

Qualificazione e selezione dei fornitori

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);
- la 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.

Di rilievo, nel 2007, l'estensione ed il consolidamento degli accordi con aziende incaricate per la realizzazione e l'allestimento delle nuove filiali. Un servizio particolarmente impegnativo e cruciale per l'operatività e lo stesso raggiungimento degli obiettivi strategici del Gruppo.



Qualità dei processi di acquisto

Gli accordi hanno tra l'altro previsto che i componenti di arredo siano scelti privilegiando qualità ed eco-compatibilità di processi e materiali, in linea con principi di "acquisto verde" che stiamo ulteriormente sviluppando.

È stato inoltre intrapreso l'accentramento dei servizi di pulizia. Un'operazione complessa che, sebbene nella sua realizzazione abbia determinato a livello locale alcune situazioni di discontinuità e minore qualità del servizio in relazione ai necessari trasferimenti degli affidamenti contrattuali, consentirà a regime di avere forniture con standard più elevati ed uniformi, nonché una più estesa ed efficace gestione della raccolta differenziata di carta e altri rifiuti solidi urbani.

Verifica dei profili di responsabilità

Seguiamo da tempo 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 273 fornitori (206 nel 2006) certificati Iso 9001 (63% in termini di fatturato) e 42 (37 nel 2006) secondo l'Iso 14001 (16% 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 3,7;
- 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 (il 96,3% dei fornitori lo ha già fatto);
- l'esame della conformità alla nostra direttiva in materia di corruzione e responsabilità amministrativa ai sensi del D.Lgs 231/01. Il fornitore deve sottoscrivere l'impegno a rispettarla, pena, in caso di accertate violazioni della medesima, l'interruzione del rapporto in essere. Vi ha finora aderito il 79% dei fornitori.

Bilancio in cifre





1. Performance e creazione di valore*

1.1. CAPITALIZZAZIONE E INDICATORI DI BORSA

	2007	2006	2005
Prezzo (euro)	3,68	4,91	3,95
Capitalizzazione (milioni di euro)	11.125	14.828	11.892
Utili per azione (euro)	0,48	0,30	0,26
Price/book value (euro)	1,40	2,00	2,41
Dividendo per azione ordinaria (euro)	0,21(*)	0,17	0,13
Dividendo/utile (%)	45(*)	57	50

(*) I dati si basano sulla proposta di dividendo deliberata dal Consiglio di Amministrazione del 20.03.2008

1.2. VALORI ECONOMICI, PATRIMONIALI E INDICI DI REDDITIVITÀ

Valori in milioni di euro	2007	2006	2005
Valori economici			
Margine della gestione finanziaria e assicurativa	4.968,2	4.877,5	4.320,8
Margine di intermediazione primario per dipendente	0,185	0,173	0,154
Risultato operativo netto	1.477,6	1.384,4	912,8
Utile netto di esercizio	1.437,6	910,1	753,4
Valori patrimoniali e operativi			
Patrimonio netto	8.649	7.775	7.232
Totale attivo	161.984	158.556	153.767
Raccolta diretta	113.347	93.976	87.696
Raccolta indiretta	100.342	99.079	108.855
↳ di cui risparmio gestito	47.264	47.966	48.439
↳ di cui risparmio amministrato	53.077	51.113	60.417
Crediti verso clientela	106.322	91.941	83.526
Indici di redditività			
Cost/Income ratio (%)	58,4	59,6	64,8
ROE (%)	19,8	13,3	12,9

* I dati di questa sezione sono tratti dai “Prospetti riclassificati gestionali” annessi al Bilancio consolidato al 31.12.2007, al quale si rinvia anche per le motivazioni di eventuali ricalcoli dei dati al 31.12.2006



Bilancio in cifre

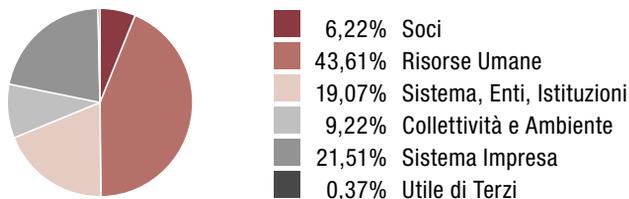
1.3. DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO LORDO

Valori in migliaia di euro	2007	2006	2005
Soci	263.636	212.570	162.366
↳ <i>Dividendi distribuiti ai Soci (eccetto Fondazione MPS)</i>	<i>263.636(*)</i>	<i>212.570</i>	<i>162.366</i>
Risorse Umane	1.848.924	1.861.573	1.828.856
↳ <i>Spese per il personale dirette</i>	<i>1.526.922</i>	<i>1.547.250</i>	<i>1.447.888</i>
↳ <i>Spese per il personale indirette</i>	<i>322.002</i>	<i>314.323</i>	<i>380.968</i>
Sistema, enti, istituzioni	808.337	731.941	453.480
↳ <i>Imposte e tasse indirette e patrimoniali</i>	<i>204.948</i>	<i>203.032</i>	<i>201.836</i>
↳ <i>Imposte sul reddito di esercizio</i>	<i>603.389(**)</i>	<i>528.909</i>	<i>251.644</i>
Collettività e ambiente	390.684	317.167	247.035
↳ <i>Elargizioni e liberalità</i>	<i>14.097</i>	<i>11.577</i>	<i>12.444</i>
↳ <i>Dividendi alla Fondazione MPS per utilità sociale</i>	<i>376.587(*)</i>	<i>305.590</i>	<i>234.591</i>
Sistema Impresa	912.047	523.365	501.990
↳ <i>Riserve e utili non distribuiti</i>	<i>974.836</i>	<i>391.932</i>	<i>498.956</i>
↳ <i>Ammortamenti</i>	<i>114.711(**)</i>	<i>131.433</i>	<i>145.534</i>
↳ <i>Utilizzo riserva straordinaria</i>	<i>-177.500</i>	-	<i>-142.500</i>
Utili di Terzi	15.641	19.838	23.464
Totale	4.239.269	3.666.454	3.217.191

Per il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto lordo si fa riferimento al modello proposto da Abi
(*) I dati si basano sulla proposta di dividendo deliberata dal Consiglio di Amministrazione del
20.3.2008

(**) I dati comprendono anche le attività in via di dismissione

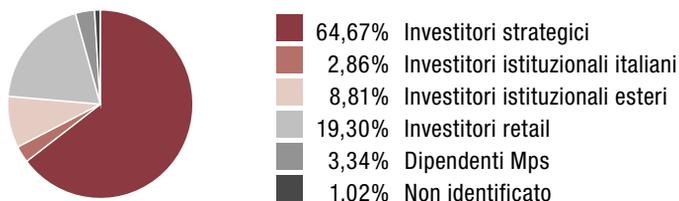
Ripartizione del valore aggiunto lordo





2. Governo societario e responsabilità d'impresa

2.1. ASSETTO PROPRIETARIO AL 31.12.2007



2.2. RIUNIONI DEL CDA E DEI PRINCIPALI COMITATI

	2007	2006	2005
Riunioni CdA	29	36	26
Principali comitati	17	49	74

2.3. INCARICHI AD AZIENDE APPARTENENTI AL NETWORK DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Valori in euro	2007	2006	2005
Importi fatturati	790.233	573.063	667.108

Dati riferiti alla Banca Monte dei Paschi di Siena

2.4. MULTE E PENALI

Valori in euro	2007	2006	2005
Multe e penali	3.742.506(*)	260.563	294.222

Dati riferiti alle banche commerciali

(*) Comprende una contestazione di natura fiscale da parte dell'Agenzia delle Entrate per oltre 3 milioni di euro



Bilancio in cifre

2.5. ANTIRICICLAGGIO

	2007	2006	2005(*)
Operazioni sospette	1.012	896	399
Segnalazioni all'UIF	681	537	292

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

2.6. PRESENZA NEI MEDIA

	2007	2006	2005
Articoli(*)	20.097	13.538	8.200
Comunicati	262	279	176
Conferenze e incontri	20	13	15

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

2.7. ATTIVITÀ DI INVESTOR RELATIONS

	2007	2006	2005
Conferenze internazionali	8	8	6
Attività con analisti	34	61	20
Incontri con investitori	270	421	200

3. Servizio ai clienti e qualità dei rapporti

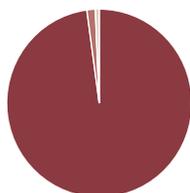
3.1. PROFILO DELLA CLIENTELA*

	2007	2006	2005
Clienti attivi	4.273.177	4.144.099	4.120.651

(*)I dati e le successive elaborazioni grafiche non comprendono i rapporti non condivisi gestiti direttamente da Consum.it pari a 397.591 nel 2007

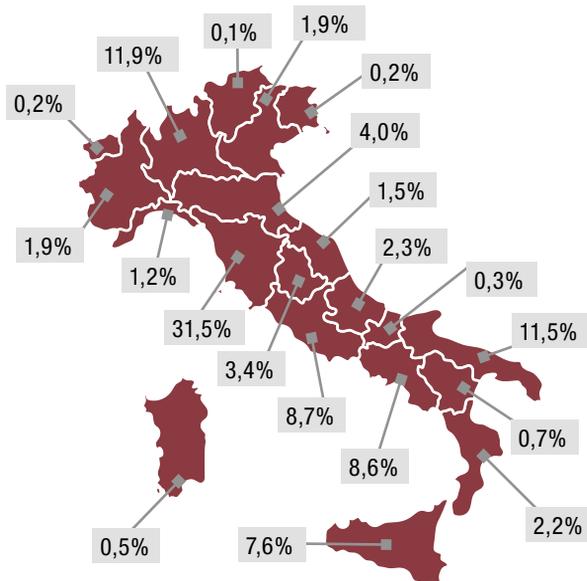


Ripartizione per segmento di clientela

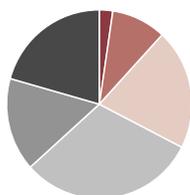


97,8%	Retail
1,5%	Corporate
0,7%	Private

Ripartizione territoriale

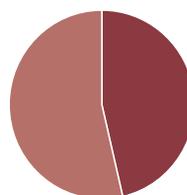


Ripartizione della clientela retail per fasce di età



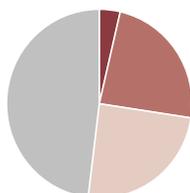
2,34%	0-20 anni
9,54%	21-30 anni
20,64%	31-41 anni
30,88%	41-55 anni
15,97%	55-65 anni
20,63%	oltre 65 anni

Ripartizione della clientela retail per sesso



46,4%	Donne
53,6%	Uomini

Ripartizione della clientela imprese per settore di attività



3,6%	Agricoltura, caccia, foreste e pesca
23,8%	Servizi pubblici e privati
24,5%	Commercio
48,1%	Industria



Bilancio in cifre

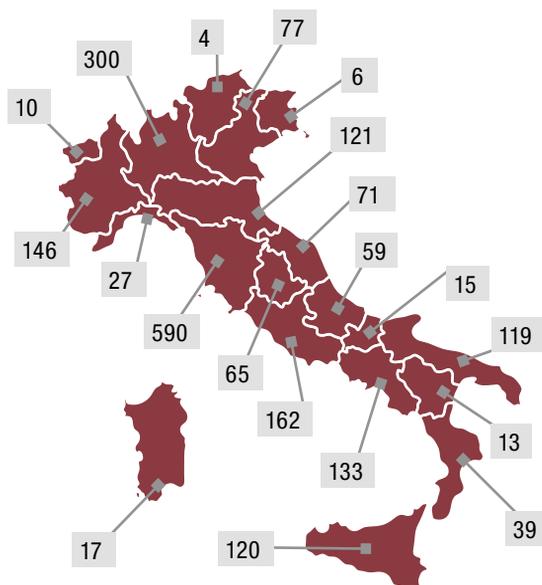
3.2. CANALI DI DISTRIBUZIONE E RELAZIONE

Rete distributiva

	2007	2006	2005
Filiali	2.129	1.939	1.892
↳ <i>Italia</i>	2094(*)	1.903	1.862
↳ <i>Estero</i>	35	36	30
Uffici promotori	139	139	138
Sportelli automatici (ATM)	2.405	2.233	2.179

(*) Compresi i 105 sportelli di Biverbanca per effetto del perfezionamento dell'acquisizione avvenuta a dicembre 2007

Filiali in Italia



Canali remoti

	2007	2006	2005
Contratti	934.413	727.998	663.499
Operazioni tramite contact center	1.970.000	1.888.405	1.703.026



Innovazione tecnologica

	2007	2006	2005
Investimenti in tecnologie informatiche (migliaia euro)	142.800	103.700	72.600
Costi ICT per dipendente (migliaia euro)	n.d.	14,3	13,8
Costi ICT / costi operativi (%)	n.d.	11,1	11,2

Contatti con i clienti

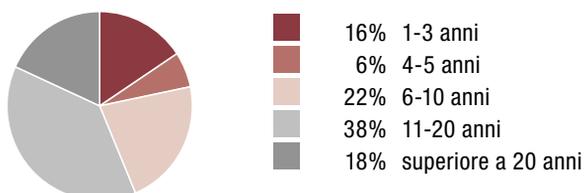
	2007	2006	2005
Attività di call center(*)	4.335.000	2.384.551	2.743.328
Addetti al call center	131	115	158
Clienti contattati (%)	60,8	59,2	47,7

(*)Telefonate effettuate e ricevute, e-mail evase, operazioni effettuate

3.3. FIDELIZZAZIONE E TURNOVER

	2007	2006	2005
Retention (%)	94,9	93,5	93,5
Acquisition (%)	8,3	7,1	6,5

Ripartizione della clientela per durata del rapporto





Bilancio in cifre

3.4. CUSTOMER SATISFACTION

	2007	2006	2005
Indice di soddisfazione	0,50	0,47	0,47

Scala dell'indicatore da -1 a +1

Dati riferiti alla clientela retail

3.5. RECLAMI

	2007	2006	2005
Attività bancaria(*)	4.312	4.752	6.438
↳ Titoli	888	1.287	2.282
↳ Mutui	337	238	192
↳ Conti correnti/depositi	1.440	1.240	1.607
↳ Altro	1.647	1.987	2.357
Reclami liquidati	4.270	5.414	10.126
Importi pagati (migliaia di euro)	4.436	6.767	3.980
Piani finanziari	2.261	3.337	5.899
Anatocismo	580	540	5.178

(*) Non sono comprese le contestazioni riguardo alla clonazione di carte di credito/debito, in quanto il fenomeno non è imputabile alle procedure delle banche

3.6. PRODOTTI E INTERVENTI AD ELEVATO IMPATTO SOCIALE

Credito alle piccole imprese (fatturato fino a 2,5 milioni di euro)

	2007	2006	2005
Impieghi (milioni di euro)	14.013	14.944	13.270
% sul totale degli impieghi	19,2	21,9	21,6

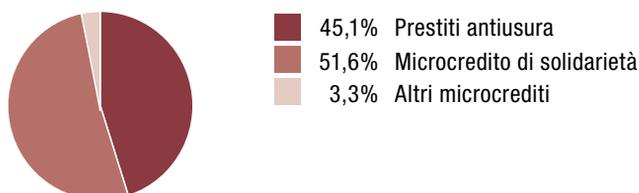
Dati riferiti alle banche commerciali



Microcredito

	2007		2006		2005	
	Numero	Euro	Numero	Euro	Numero	Euro
Prestiti	215	6.779.364	123	5.054.338	119	4.786.817

Ripartizione dei prestiti per numero



Partecipazioni in società attive in ambito sociale

Valori in euro	2007	2006	2005
Finanziarie con missione sociale	101.288.645	95.392.673	91.419.069
Società di produzione energia rinnovabile	55.342.921	45.554.981	35.296.340
Società di gestione idrica	7.500.918	7.465.267	2.449.487
Società di gestione ambientale	5.120.672	3.057.647	3.166.217
Ricerca biotecnologica	800.000	800.000	-
Enti di sviluppo del territorio	894.547	788.768	1.266.046
Enti non profit	700.520	700.520	833.613
Microcredito	400.000	400.000	-
BIC –Business Innovation Center	96.318	74.127	103.583
Totale	172.144.541	154.233.983	134.534.355



Bilancio in cifre

3.7. FINANZA ETICA E TRACCIABILITÀ

Fondi etici

	2007	2006	2005
Asset gestiti (milioni di euro)	72	98	133
% sul totale degli asset gestiti	0,5	0,64	0,82

Attività in paesi ad alto tasso di corruzione(*)

Valori in milioni di euro	2007	2006
Finanziamenti accordati	211	570

(*) Paesi con Indice di percezione della corruzione ≤ 3 secondo la classificazione proposta da Transparency International

Attività in paesi a regime fiscale privilegiato

Valori in milioni di euro	2007	2006
Finanziamenti accordati	680	1.659

4. Sviluppo e valorizzazione del personale*

4.1. CONSISTENZA DEL PERSONALE E RAPPORTI DI LAVORO

	2007	2006	2005
Libro paga	24.167	24.348	26.542
Forza effettiva(**)	24.109	24.262	26.470
↳ Italia	23.513	23.670	25.884
↳ Estero	596	592	586
Contratti tempo indeterminato (%)	96,8	97,0	97,5(*)
Altri contratti (%) (***)	3,2	3,0	2,5(*)
Part time (n.)	1.515	1.513	1.545(*)

(*) Dati riferiti alle banche commerciali

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

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

* I dati riportati nelle tabelle da 4.2 a 4.11 sono riferiti alle principali Società del Gruppo Montepaschi, equivalenti al 98% del personale



4.2. COMPOSIZIONE

Valori espressi in %	2007	2006	2005
Inquadramento			
Dirigenti	1,9	2,2	2,3
Quadri direttivi	29,1	28,2	26,7
Aree professionali	68,9	69,7	70,9
Fasce di età			
00-30	13,8	14,1	11,8
31-40	30,4	31,2	29,5
41-50	33,5	33,8	34,4
Oltre 50 anni	22,4	20,9	24,3
Anzianità di servizio			
00-10	39,9	38,3	28,1
11-20	25,8	28,5	30,0
21-30	21,9	22,9	28,0
Oltre 30 anni	12,5	10,3	13,8
Titolo di studio (*)			
Laurea	28,8	27,5	26,3
Media superiore	64,4	64,9	65,1
Altro	6,8	8,3	8,6

(*) Dati riferiti alle banche commerciali

Dipendenti iscritti alle Organizzazioni Sindacali

	2007	2006	2005
Totale	20.250	19.778	19.382

4.3. FORMAZIONE

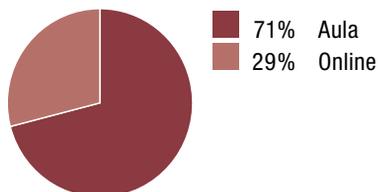
	2007	2006	2005(*)
Formazione pro-capite (giorni)	6,93	4,35	5,1
Costi della formazione (euro)	5.559.375	5.037.550	3.274.441

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

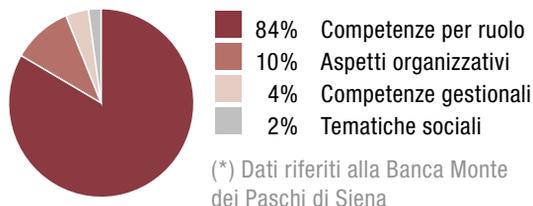


Bilancio in cifre

Ripartizione per modalità di erogazione



Ripartizione per ambiti di intervento(*)



4.4. REMUNERAZIONE

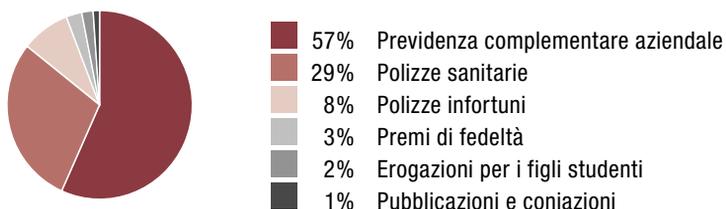
	2007	2006	2005(*)
Retribuzioni annue medie lordi (euro)			
Dirigenti	116.381	109.117	108.539
Quadri direttivi	50.370	50.715	50.252
Aree professionali	32.005	32.116	31.935

	2007	2006	2005(*)
Componente variabile (% su RGA)			
Dirigenti	30,0	25,1	23,3
Quadri direttivi	9,2	8,9	7,9
Aree professionali	4,4	4,1	3,8

	2007	2006	2005(*)
Contributi integrativi (euro)	50.929.978	46.854.241	42.635.843

(*) Dati riferiti alle banche commerciali

Ripartizione dei contributi integrativi





4.5. PARI OPPORTUNITÀ E DIVERSITÀ

Personale femminile in posizione manageriale e avanzamenti di carriera

Valori espressi in %	2007	2006	2005(*)
Personale femminile	42,8	41,8	41,1
Dirigenti	3,2	3,7	2,6
Quadri direttivi	23,5	21,7	19,1
Promozioni	42,3	41,0	44,3

(*)Dati riferiti alle banche commerciali

Retribuzione del personale femminile(*)

Valori espressi in %	2007
Dirigenti	94
Quadri direttivi	86
Aree professionali	91

Personale disabile

	2007	2006	2005(*)
Personale disabile	1.099	1.128	528

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

(*)Rapporto percentuale tra la retribuzione media del personale femminile e quella del personale maschile

4.6. TURNOVER

	2007	2006(*)	2005
Assunzioni	806	887	681
Cessazioni	980	971	921
Turnover (%) (**)	0,88	0,90	0,65
Turnover per inquadramento			
↳ dirigenti	0,86	n.d.	n.d.
↳ quadri direttivi	1,07	n.d.	n.d.
↳ aree professionali	0,80	n.d.	n.d.
Turnover per sesso		n.d.	n.d.
↳ uomini	1,00	n.d.	n.d.
↳ donne	0,70	n.d.	n.d.

(*) Escluso il comparto Riscossione Tributi, fatta eccezione per le 72 risorse passate a Banca Monte dei Paschi di Siena

(**) Rapporto tra il numero delle dimissioni volontarie e l'organico complessivo



Bilancio in cifre

Ripartizione cessazioni per tipologia



(*) Variazioni di perimetro, cessione rami d'azienda, passaggi ad altre Società del Gruppo

4.7. STRAORDINARIO

Valori espressi in ore	2007	2006	2005(*)
Totale anno	666.296	755.644	726.661
Media settimanale	12.813	14.532	13.974
Procapite anno	59	64	83(**)

(*) Dati riferiti alle banche commerciali

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

4.8. ASSENZE

	2007	2006	2005(*)
Giornate di assenza procapite(**)	9,7	6,9	8,6

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

(**) Malattie e infortuni, esclusa maternità

4.9. INFORTUNI SUL LAVORO

	2007	2006	2005
Infortunati	123	118	128
Giornate perse per infortunio	2.626	2.212	981
Indice di frequenza (*)	3,91	3,56	4,14
Indice di gravità (**)	0,084	0,067	0,032

I dati sono stati ricalcolati rispetto a quelli esposti nel bilancio 2006 in ragione di un ampliamento del perimetro

(*) Numero di infortuni ogni milione di ore lavorate

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



4.10. PROVVEDIMENTI DISCIPLINARI

	2007	2006	2005
Espulsivi	6	9	8
Conservativi(*)	58	43	69

(*) Ad esempio: rimprovero, sospensione temporanea dal servizio e dalla retribuzione.

4.11. CONTENZIOSI

	2007	2006	2005(*)
Cause in corso	217	190	124
↳ Passive	206	184	nd
↳ Attive	11	6	nd
Dipendenti coinvolti	419	413	178

Dati riferiti alle banche commerciali

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

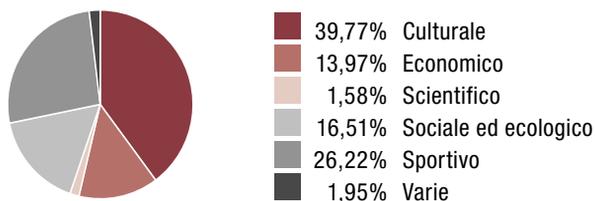
5. Crescita sostenibile delle comunità

5.1. CONTRIBUTI ALLA COMUNITÀ

Valori in migliaia di euro	2007	2006	2005
Contributi totali(*)	53.796	38.093	38.430
% sull'utile lordo	4,24	2,96	4,46
Sponsorizzazioni	39.698	26.516	25.985

(*) Comprende donazioni, contributi agli enti per finalità sociali, sponsorizzazioni

Ripartizione delle sponsorizzazioni per finalità(*)



(*) Non sono compresi contributi per AC Siena Calcio e Mens Sana Basket, pari a circa 25 milioni di euro



6. Questione energetica e tutela ambiente*

6.1. EMISSIONI DI CO₂

	2007	2006	2005
Emissioni di CO ₂ (t) (*)	19.629	25.037	30.965
↳ da consumo energia (%)	63,2	67,0	72,4
↳ da trasporti autostradali (%)	36,8	33,0	27,6
Emissioni di CO ₂ procapite (Kg)	883	1.144	1.421

I coefficienti di emissione sono tratti dalle specifiche Linee guida del Ministero dell'Ambiente (DEC/RAS/854/05), database fattori di emissione www.sinanet.apat.it e Rapporto Ambientale Enel 2006

(*) Non comprende le emissioni associate all'utilizzo di auto a noleggio, pari a circa 910 t nel 2007

6.2. ALTRE EMISSIONI IN ATMOSFERA

	2007	2006	2005
Emissioni di NO _x (t)(*)	46,3	56,7	63,5
Emissioni NO _x procapite (kg)	2,1	2,6	2,9
Emissioni di SO ₂ (t)(**)	9,5	14,7	23,6
Emissioni SO ₂ procapite (kg)	0,43	0,67	1,08

I coefficienti di emissione sono tratti da database fattori di emissione www.sinanet.apat.it

(*) Non comprende le emissioni associate all'utilizzo di auto a noleggio, pari a circa 4,2 t nel 2007

(**) Non comprende le emissioni associate all'utilizzo di auto a noleggio, pari a circa 0,1 t nel 2007

6.3. CONSUMI DI ENERGIA

	2007	2006	2005
Energia elettrica (kWh)	149.160.568	148.387.318	143.712.181
↳ da fonte rinnovabile (%)	96	94	88
Energia elettrica procapite (kWh)	6.710	6.781	6.594
Metano (m ³)	3.973.269	4.734.659	4.960.402
Gasolio (litri)	667.428	1.094.778	926.177
Energia totale (TEP)	40.295	40.565	39.473
Energia totale procapite (TEP)	1,81	1,85	1,81

* I dati di questa Sezione sono riferiti alle banche commerciali, MPS Capital Services e Consorzio Operativo di Gruppo.



6.4. CONSUMI DI CARTA

	2007	2006	2005
Carta totale (t)	2.080	2.265	1.103(*)
Carta ecologica (%)	67	71	74(*)
Carta procapite (Kg)	94	104	89(*)
Carta A4 (fogli procapite al giorno)	42	48	52

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

6.5. CONSUMI DI ACQUA

	2007	2006	2005
Acqua totale (m ³)	475.213	543.407	498.687
Acqua procapite al giorno (litri)	95	111	102

Dati stimati a partire della spesa

6.6. TRASPORTI PER MISSIONI DI LAVORO

Valori in Km	2007	2006	2005
Percorrenze auto (*)	39.996.150	45.568.319	46.868.426
Percorrenze auto procapite	1.799	2.082	2.151

(*) Non comprende l'utilizzo di auto a noleggio (circa 5 milioni di Km percorsi nel 2007)

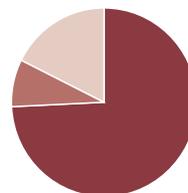
6.7. PRODUZIONE DI RIFIUTI SPECIALI

	2007	2006	2005(*)
Rifiuti totali (kg)	684.540	753.351	884.414
Rifiuti procapite (kg)	35	39	71
Rifiuti a recupero (%)	75,9	64,8	78,4

I dati sono stimati e riferiti alle banche commerciali

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

Ripartizione per tipologia



74,2%	Carta e cartone
8,1%	Cartucce toner
17,7%	Apparecchiature



Bilancio in cifre

6.8. OPERATIVITÀ IN SETTORI AD ELEVATO IMPATTO

	2007	2006	2005
Impieghi (milioni di euro)	10.520	9.304	8.358
Incidenza sul totale impieghi (%)	11,9	11,2	11,1

6.9. FINANZIAMENTI SOTTOPOSTI A VALUTAZIONE DI RISCHIO AMBIENTALE

	2007	2006	2005
Operazioni	922	2083	661
Importi (migliaia di euro)	6.687.097	4.318.879	1.837.320

Dati riferiti a MPS Capital Services

6.10. FINANZIAMENTI NEL SETTORE DELLE ENERGIE RINNOVABILI

	2007	2006	2005
Operazioni	386	130	41
Importi erogati (migliaia di euro)	223.735	130.582	102.223
% sul totale finanziamenti erogati	1,28	0,91	0,76

7. Qualità dei processi di acquisto

7.1. CONSISTENZA DELLE FORNITURE - DATI GENERALI

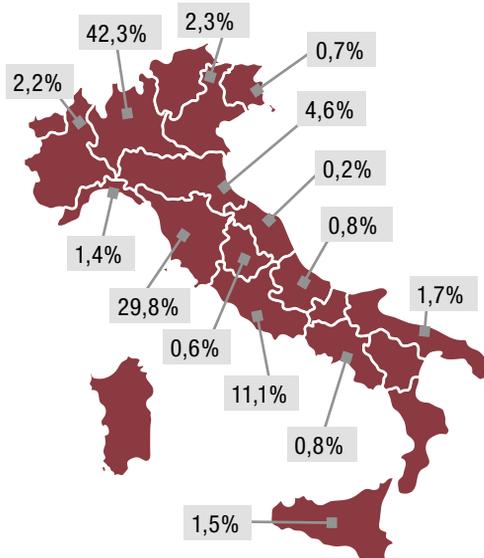
	2007	2006	2005
Spesa totale (migliaia di euro)	2.573.878	2.576.816	2.543.253
Numero fornitori	19.393	19.383	18.608
Piccoli fornitori (%) ^(*)	72,4	73,1	76,0

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

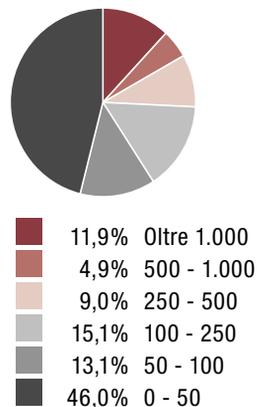


7.2. PROFILO DEI FORNITORI ISCRITTI ALL'ALBO DI GRUPPO

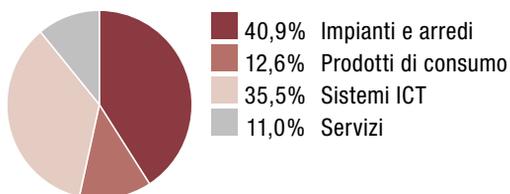
Ripartizione territoriale



Ripartizione per importo fatturato (migliaia di euro)



Ripartizione per tipo di fornitura



Turnover

	2007	2006	2005
Turnover (%)	8,5	3,0	17,3

Fornitori conformi a standard certificativi

	2007		2006		2005	
	n	%(*)	n	%(*)	n	%(*)
Certificazioni Iso 9001	273	63,2	206	67,4	198	67,2
Certificazioni Iso 14001	42	16,7	37	17,7	20	15,4
Adesioni SA 8000	607	96,3	499	98,1	478	78,9

(*) Incidenza in termini di fatturato verso il Gruppo Montepaschi



Accreditamento del bilancio



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Piazza Vittorio Veneto, 1
50123 FIRENZE FI

Telefono 055 213391
Telefax 055 215624
e-mail it-fmauditaly@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.

- 1 Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio sulla responsabilità sociale al 31 dicembre 2007 del Gruppo Monte dei Paschi di Siena (di seguito il "Gruppo"), predisposto, secondo quanto riportato nel paragrafo "Introduzione al bilancio", 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 secondo dette linee guida 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.
- 2 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 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 con i dati ed informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2007, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 20 marzo 2008, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi dell'art. 156 del D.Lgs. 24 febbraio 1998, n. 58, datata 3 aprile 2008;
 - 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 S.p.A. e con il personale di Paschi Gestioni Immobiliari S.p.A. e Monte Paschi Asset Management SGR S.p.A. al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del bilancio sulla responsabilità sociale nonché circa i processi e le procedure di 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;



Gruppo Monte dei Paschi di Siena
Relazione della società di revisione sulla
revisione limitata del bilancio sulla responsabilità sociale
31 dicembre 2007

- 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 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.
- 3 Per le risultanze relative al bilancio sulla responsabilità sociale dell'esercizio precedente, i cui dati e informazioni sono presentati ai fini comparativi secondo quanto previsto dalle linee guida di riferimento, si fa riferimento alla relazione da noi emessa in data 29 maggio 2006.
- 4 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. Peraltro, sulla sola base delle procedure svolte, non siamo venuti a conoscenza di variazioni e integrazioni significative che dovrebbero essere apportate al bilancio sulla responsabilità sociale al 31 dicembre 2007, identificato nel paragrafo 1 della presente relazione, per renderlo conforme alle linee guida così come riportate nel paragrafo "Introduzione al bilancio" dello stesso.

Firenze, 11 aprile 2008

KPMG S.p.A.

Andrea Rossi
Socio

Indice secondo il Global Reporting Initiative (G3)





Indice secondo il Global Reporting Initiative (G3)



PAGINE

PROFILO

1. Strategia e analisi

1.1	Dichiarazione del Presidente e del Direttore generale	3-5, 39-41
1.2	GC8 Principali impatti, rischi e opportunità	19, 24-33, 39-41, 47-49, 99-109

2. Profilo dell'organizzazione

2.1	Nome dell'organizzazione	10, 160
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	10, 35-37
2.3	Struttura operativa	35-37
2.4	Sede principale	15, 160
2.5	Paesi di operatività	10, 52
2.6	Assetto proprietario e forma legale	21-22, 131
2.7	Mercati serviti	10, 133-134
2.8	Dimensione dell'organizzazione	10, 43, 129, 134
2.9	Cambiamenti significativi	19-20, 27-31, 35-39
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti	45, 49

3. Parametri del bilancio

Profilo

3.1	Periodo di rendicontazione	6
3.2	Data di pubblicazione del precedente bilancio	6
3.3	Periodicità di rendicontazione	6
3.4	Contatti e indirizzi per informazioni sul bilancio	160

Obiettivo e perimetro del bilancio

3.5	Processo per la definizione dei contenuti	6-7, 39
3.6	Perimetro del bilancio	7-8, 36
3.7	Limitazioni su obiettivo o perimetro del bilancio	7-8
3.8	Informazioni relative alle altre società collegate	n.a.
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo	8-9



Indice secondo il Global Reporting Initiative (G3)

	PAGINE
3.10	Modifiche rispetto al precedente bilancio 7-8
3.11	Cambiamenti significativi rispetto al precedente bilancio 7-8
	Indice dei contenuti del Gri
3.12	Tabella di riferimento 153
	Acreditamento del bilancio
3.13 GC7	Attestazione esterna 148
 4. Governance, Impegni, Coinvolgimento	
4.1	Struttura di governo 19-20, 22-24, (RCG 5, 13-14, 19, 22, 25, 34)
4.2	Indicare se il Presidente ricopre anche un ruolo esecutivo 22, (RCG 13-14)
4.3	Amministratori indipendenti e/o non esecutivi 22, (RCG 13-14, 19-20)
4.4	Meccanismi per fornire raccomandazioni al CdA 22, (RCG 7, 36)
4.5	Legame tra compensi degli amministratori e performance 23, 41
4.6	Conflitti di interessi 23, 26-27, (RCG 17-18, 34)
4.7	Qualifiche degli amministratori 22-23, (RCG 12-13)
4.8	Missione, valori, codici di condotta e principi 15, 19, 26, 30-31, 79
4.9	Procedure per identificare e gestire le performance economiche, ambientali e sociali 6, 24-29, 39, 47-49
4.10	Processo per valutare le performance del CdA 23, (RCG 23-25)
	Impegno in iniziative esterne
4.11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale 19-20, 27-29
4.12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale 6-7, 31, 60, 70, 119, 126
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria 7, 70
	Coinvolgimento degli stakeholder
4.14	Elenco degli stakeholder coinvolti 7
4.15	Principi per identificare gli stakeholder da coinvolgere 7, 40-41



PAGINE

4.16	Attività di coinvolgimento degli stakeholder	7, 32-33, 39-41, 61-62, 65-66, 92-93, 112
4.17	Aspetti chiave e criticità emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni	7, 61-62, 65-66, 91-93

PERFORMANCE ECONOMICA

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	20-21, (BC 13-19; RG 10-11)
	Indicatori di performance economica	
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	43-44, 130
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità connesse con i cambiamenti climatici	118-121, 146
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	90, (BC 126-132, 172)
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	n.a.
	Presenza sul mercato	
EC6	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali	123
EC7	Procedure di assunzione in loco	81-82, 91-92, (CE 13)
	Impatti economici indiretti	
EC8	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi di pubblica utilità	99-109, 120, 143, 146
EC9	Impatti economici indiretti	44, 73-79, 119-121, 123-127

PERFORMANCE AMBIENTALE

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	111-112
	Materie prime	
EN1	GC8 Materie prime utilizzate	116-117, 145
EN2	GC8 Percentuale di materiali utilizzati che derivano da materiale riciclato	116-117



Indice secondo il Global Reporting Initiative (G3)

	PAGINE
Energia	
EN3 GC8 Consumo diretto di energia per fonte	113-115, 144
EN4 GC8 Consumo indiretto di energia per fonte	n.a.
EN5 GC8 Risparmio energetico	113-115, 144
EN6 GC8 Prodotti e servizi per l'efficienza energetica o basati sull'energia rinnovabile	119-121, 146
Acqua	
EN8 GC8 Consumo di acqua per fonte	117, 145
Biodiversità	
EN11 GC8 Terreni posseduti, affittati, o gestiti in aree protette	117
EN12 GC8 Descrizione dei maggiori impatti sulla biodiversità	n.a.
Emissioni, scarichi, rifiuti	
EN16 GC8 Emissioni di gas ad effetto serra	113-114, 144
EN17 GC9 Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra	113-114, 144
EN18 Riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra	113-115, 144
EN19 Emissioni di sostanze nocive per lo strato di ozono *	144
EN20 Altre emissioni in atmosfera	113, 144
EN21 Scarichi idrici	n.a.
EN22 Produzione rifiuti e metodi di smaltimento	116-117, 145
EN23 Numero totale e volume di sversamenti inquinanti	n.a.
Prodotti e servizi	
EN26 Impatti di prodotti e servizi	116-117, 119-121, 146
EN27 Tasso di riciclaggio dei prodotti venduti	n.a.
Conformità	
EN28 Sanzioni e penali	111-112
Trasporti	
EN29 Impatti dei trasporti per l'attività e per gli spostamenti del personale	113-114, 144-145



PAGINE

PERFORMANCE SOCIALE

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	83-85, (CE 13)
	Politiche e condizioni di lavoro	
LA1	Ripartizione del personale per tipo, contratto e regione	81-82, 138-139
LA2	Turnover per età, sesso e regione	91-92, 141
LA3 GC3	Benefit previsti solo per i lavoratori a tempo pieno	89
	Relazioni industriali	
LA4 GC3	Grado di copertura dei contratti collettivi	92-93, 139
LA5	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative	82
	Salute e sicurezza sul lavoro	
LA7	Infortuni sul lavoro e malattie	95-96, 142
LA8	Programmi di educazione e prevenzione e relativi a malattie gravi	95-96
LA9	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza	92, 95-96
	Formazione e istruzione	
LA10 GC6	Formazione del personale *	85-87, 139-140
LA11 GC6	Programmi per lo sviluppo delle competenze *	83-85
	Diversità e pari opportunità	
LA13	Ripartizione del personale per sesso e altri indicatori di diversità (es. disabilità)	94-95, 141
LA14	Rapporto tra stipendi degli uomini e quelli delle donne	141

DIRITTI UMANI

	Politiche e sistemi di gestione e verifica	(CE 13, 15)
	Investimenti e approvvigionamenti	
HR1 GC1	Operazioni con considerazioni sui diritti umani *	78-79, 138
HR2 GC1,2	Fornitori valutati in relazione al rispetto dei diritti umani	126-127, 147
	Non discriminazione	
HR4 GC1,6	Casi di discriminazione *	91-92, 143



Indice secondo il Global Reporting Initiative (G3)

		PAGINE
	Libertà di associazione e contrattazione collettiva	
HR5	GC3 Rischi per il diritto alla libertà di associazione e la contrattazione collettiva	n.a.
	Lavoro minorile	
HR6	GC5 Ricorso al lavoro minorile	n.a.
	Lavoro forzato	
HR7	GC4 Ricorso al lavoro forzato	n.a.
IMPATTI NELLA SOCIETÀ		
	Politiche e sistemi di gestione e verifica	(CE 20-21)
	Collettività	
SO1	Gestione degli impatti nella comunità	41, 99-109
	Corruzione	
SO2	GC10 Analisi e monitoraggi sulla corruzione	26-27
SO3	Personale formato sulla prevenzione della corruzione	26
SO4	Azioni intraprese a seguito di casi di corruzione	26-27
	Contributi politici	
SO5	Posizioni sulla politica pubblica e lobbying	99-100
	Conformità	
SO8	Sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti	29-30, 131
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO		
	Politiche e sistemi di gestione e verifica	(CE 14)
	Salute e sicurezza dei consumatori	
PR1	Salute e sicurezza di prodotti e servizi	56-58
	Etichettatura di prodotti e servizi	
PR3	Informazioni su prodotti e servizi	60, 64-66
PR5	Customer satisfaction	61-62, 136



PAGINE

	Marketing e comunicazione	
PR6	Leggi, standard e codici volontari in tema di marketing e pubblicità	69
PR7	Non conformità	69
	Conformità	
PR9	Sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti *	62-64, 136

* indicatore rendicontato parzialmente

Sono stati rendicontati tutti gli indicatori “core” e, solo dove si sono ritenuti rilevanti, gli “additional”.

Legenda:

n.a.	Indicatore non applicabile o non rilevante per la nostra attività
BC	Bilancio consolidato al 31.12.2007 (www.mps.it)
RG	Relazione sulla gestione al 31.12.2007 (www.mps.it)
RCG	Relazione sulla Corporate Governance 2007 (www.mps.it)
CE	Codice etico (www.mps.it)
GC	Principi del Global Compact (www.unglobalcompact.org)

I veri valori non sono in vendita.



MPS
per il
sociale

Viviamo la responsabilità
di rispondere ai bisogni
delle persone 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
BANCHE DAL 1257

GRUPPO MPS

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, Siena
Stampa: Fratelli Pozzoni, Cesano Bergamasco (BG)

Prodotto realizzato impiegando carta Fedrigoni
con marchio europeo di qualità ecologica Ecolabel (n. di registrazione IT/011/04):
- Freelif e vellum white da 320 gr.
- Freelif e cento extra white da 140 gr.

GRUPPOMONTEPASCHI

Banca Monte dei Paschi di Siena SpA - Sede sociale in Siena, Piazza Salimbeni, 3 - www.mps.it

Capitale sociale € 2.031.866.478,45 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

L'impegno di una scelta