

Il Cda di Banca Monte dei Paschi di Siena approva il piano di riassetto organizzativo

Più efficace presidio del territorio, più risorse in rete

Si chiude il processo di riorganizzazione complessiva avviato 2 anni fa: 700 risorse vanno a rafforzare il front office e si riduce di 180 milioni di euro il battente strutturale di costo

SIENA 17 Dicembre 2010 - Il Consiglio di Amministrazione di Banca Monte dei Paschi di Siena Spa ha approvato oggi il progetto di riorganizzazione complessiva della rete commerciale e delle strutture della capogruppo.

I principali obiettivi del riassetto sono, in sintesi, il rafforzamento della presenza sul territorio partendo dalla centralità della filiale e dalla valorizzazione del ruolo del titolare, il recupero della visione integrata del cliente tramite presidi che siano più vicini alle province e ai distretti e dotati di leve adeguate, l'accorciamento delle filiere commerciali e la semplificazione e razionalizzazione delle strutture organizzative con conseguenti livelli di efficienza operativa strutturalmente più elevati.

Il nuovo assetto della Banca porterà ad una forte semplificazione dei processi decisionali e ad un presidio commerciale ancora più efficace rispetto all'attuale, grazie alla nascita di 99 nuove Direzioni Territoriali che non saranno più differenziate per segmenti commerciali ma punteranno sul coordinamento integrato di tutte le unità operative sul territorio (filiali e centri specialistici) e saranno pertanto denominate Direzioni Territoriali Mercato (DTM)

Il coordinamento delle DTM avverrà attraverso le attuali 11 Aree Territoriali, che saranno focalizzate sulle attività di indirizzo, controllo commerciale e sintesi delle esigenze espresse dal territorio relativamente a prodotti e servizi. Anche le strutture della direzione generale di Banca Mps verranno riviste per ottimizzare gli assetti e rendere più efficiente il funzionamento della struttura di capogruppo.

Tutto ciò porterà ad un evidente rafforzamento delle strutture di presidio locale in termini di velocità, semplicità e trasparenza, spostando risorse (umane e tecnologiche) verso il territorio per migliorare ulteriormente la competitività nei confronti di famiglie e aziende. Ciò avverrà anche tramite un incremento di circa 700 risorse, collegato al trasferimento delle competenze in materia commerciale e creditizia nelle DTM. Contemporaneamente verranno snellite sensibilmente le strutture centrali (capogruppo, direzione rete BMps, Consorzio Operativo, aree territoriali, dipartimenti), che nel triennio 2011/2013 registreranno uscite per circa 1400 unità. Si determinerà pertanto una forte ricomposizione del rapporto front office/back office, che crescerà di circa 5 punti percentuali.

Dalla manovra complessiva è attesa, a regime, una riduzione di circa 180 milioni di euro del battente strutturale di costo, nonché una crescita dei ricavi netti, che sarà valorizzata

Banca Monte dei Paschi di Siena SpA

Media Relations Tel: +39 0577.299927 ufficio.stampa@banca.mps.it

Investor Relations Tel: +39 0577.293038 investor.relations@banca.mps.it

nel prossimo piano industriale, derivante dall'aumento del tasso di acquisizione e ritenzione della clientela abbinato ad una abilitazione diretta delle strategie commerciali e all'incremento del tempo commerciale a disposizione delle risorse di filiale derivante dalla revisione dei processi e delle piattaforme tecnologiche (adozione del sistema Paschi Face). Gli altri benefici proverranno da una riduzione del tasso di rettifiche collegato agli effetti del progetto "Revisione organizzativa degli assetti e dei processi del credito". Il riassetto organizzativo interessa profondamente tutte le strutture aziendali e sarà oggetto di confronto con le Organizzazioni Sindacali, in una linea di continuità con il consolidato profilo delle relazioni industriali; il piano di attuazione prevede il rilascio sulla capogruppo entro il primo trimestre 2011 e quello sul territorio entro il secondo trimestre 2011.

<<Ciò che ci si aspetta da quello che può essere definito come l'ultimo importante passo dopo l'acquisizione di Antonveneta e le fusioni di banche e società all'interno del Gruppo Montepaschi - dice il direttore generale Antonio Vigni - è il rafforzamento della presenza sul territorio partendo dalla centralità della filiale e dalla valorizzazione del ruolo del titolare, in un quadro di massima sinergia con i centri specialistici e con i canali on-line>>.

<<Si cercherà di ottenere una visione integrata del cliente - spiega Vigni - con presidi che siano più vicini alle province ed ai distretti italiani, dotati di leve adeguate, con maggiore valorizzazione del ruolo delle aree territoriali nel coordinamento di queste strutture. La semplificazione nell'organizzazione porterà ad individuare in maniera univoca le responsabilità nei processi decisionali e accorcerà le filiere commerciali>>.

<<Avremo così una maggiore efficienza operativa in grado di abilitare una riduzione della forza lavoro nelle strutture centrali - conclude il dg del Gruppo Montepaschi - con conseguente abbattimento dei costi su basi strutturali ed il contemporaneo, necessario rafforzamento di quelle di rete".

Ecco, più nel dettaglio, che cosa avverrà nei prossimi 6 mesi.

LE DIREZIONI TERRITORIALI: LA CARICA DEI 99 DTM

Il principale intervento di revisione organizzativa sulle strutture di coordinamento prevede che il presidio delle unità operative (filiali e centri specialistici) avvenga attraverso un'unica struttura di coordinamento territoriale (Direzione Territoriale Mercato - DTM) e non più attraverso direzioni territoriali differenziate per segmenti commerciali (retail, private, corporate ed enti), per meglio valorizzare la specializzazione nei servizi alla clientela in un contesto più unitario e sinergico. Il presidio locale verrà assicurato da una "squadra", guidata dal responsabile della Direzione Territoriale Mercato. Sarà proprio il capo di questo nuovo team il responsabile unico del budget e dei risultati assegnati al territorio di competenza. La nuova struttura assisterà la rete nel potenziamento delle campagne e delle azioni commerciali, nell'acquisizione di nuovi clienti e nella raccolta, farà da supporto ai gestori delle strutture di front-end nella relazione commerciale, avrà maggiori autonomie nel pricing, nella concessione di crediti e nella gestione delle condizioni. **Nasceranno quindi, in tutta la rete in Italia, 99 DTM, che governeranno mediamente 24 filiali.** Le 99 direzioni coincideranno, in linea di massima, con le province o i distretti produttivi.

LE AREE TERRITORIALI: RESTANO 11 MA DIVENTANO PIU' SEMPLICI

Il coordinamento delle Direzioni Territoriali Mercato sarà effettuato attraverso le attuali **11 Aree** che **saranno comunque fortemente semplificate rispetto allo schema attuale secondo una logica di unificazione, chiarezza delle responsabilità e rafforzamento delle competenze che riguarderà, in particolare, il presidio della soddisfazione della clientela, dell'estero e del middle office prodotti.**

LA CAPOGRUPPO: MAGGIORE EFFICIENZA OPERATIVA E TAGLIO ALLE STRUTTURE ORGANIZZATIVE (20% IN MENO)

Gli interventi approvati hanno come obiettivo l'accorciamento delle filiere commerciali, la semplificazione organizzativa, una migliore efficienza in termini di risorse. Le strutture organizzative attuali diminuiranno mediamente di oltre il 20%. Altri interventi addizionali sul versante dei meccanismi di funzionamento dell'organizzazione aziendale, sulla codifica dei comportamenti e del coinvolgimento complessivo da parte di tutte le risorse favoriranno questi processi. Tra di essi, oltre alla revisione dei principali regolamenti interni in ottica di chiarezza e semplicità, degli attuali modelli di servizio retail, private e corporate, l'adozione del **"Manuale dei tempi di risposta" alla clientela ed ai dipendenti.**

Tra le principali novità si registra la chiusura della direzione rete BMps quale struttura di coordinamento delle aree territoriali e della rete, e la riallocazione delle responsabilità su commerciale e credito presso la direzione privati e direzione corporate, con conseguente accorciamento delle filiere commerciali ed una più diretta responsabilizzazione sul raggiungimento dei risultati commerciali e reddituali. Nascerà inoltre l'Area mercati diretti, per consentire il pieno sviluppo delle potenzialità e sinergie commerciali dei mercati "alternativi-diretti". e sarà rafforzato il presidio commerciale e strategico sull'Estero.

Altra novità è la costituzione della direzione finanza in considerazione della valenza strategica attribuita a questa attività come funzione in grado di assicurare un contributo autonomo ed integrativo rispetto a quello atteso dal business commerciale e dell'opportunità di rafforzare il ruolo di coordinamento delle politiche di investimento di Gruppo.