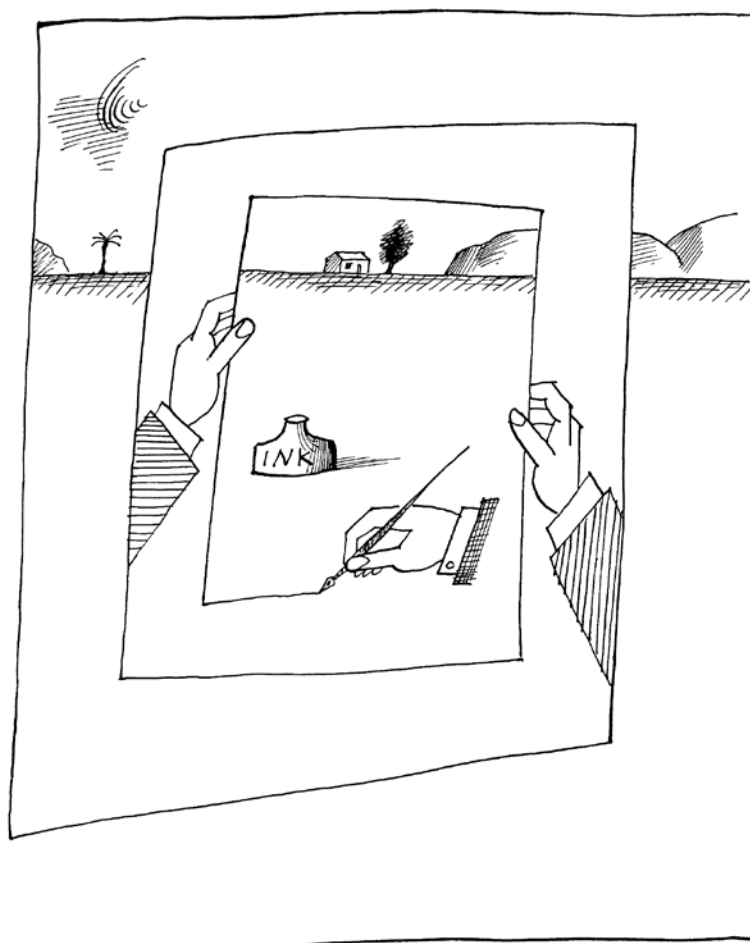


S A N P A O L O I M I



BILANCIO SOCIALE 2006

INTESA  SANPAOLO

# Bilancio Sociale 2006

---

SANPAOLO IMI S.p.A.

---

SOCIETÀ ISCRITTA ALL'ALBO DELLE BANCHE

CAPOGRUPPO DEL GRUPPO BANCARIO SANPAOLO IMI

ISCRITTO ALL'ALBO DEI GRUPPI BANCARI

SEDE SOCIALE IN TORINO, PIAZZA SAN CARLO N. 156

SEDI SECONDARIE:

- ROMA, VIALE DELL'ARTE N. 25

- BOLOGNA, VIA FARINI N. 22

CAPITALE SOCIALE EURO 5.400.253.255,68 INTERAMENTE VERSATO

CODICE FISCALE, PARTITA I.V.A. E NUMERO ISCRIZIONE

REGISTRO DELLE IMPRESE DI TORINO: 06210280019

CODICE ABI 1025-6

ADERENTE AL FONDO INTERBANCARIO DI TUTELA DEI DEPOSITI

---

# Cariche sociali sino al 31 dicembre 2006

## Consiglio di Amministrazione

Luigi Arcuti	<i>Presidente Onorario</i>
Enrico Salza*	<i>Presidente</i>
Maurizio Barracco	<i>Consigliere</i>
Pio Bussolotto*	<i>Consigliere</i>
Giuseppe Fontana	<i>Consigliere</i>
Ettore Gotti Tedeschi*	<i>Consigliere</i>
Alfonso Iozzo*	<i>Amministratore Delegato**</i>
Virgilio Marrone	<i>Consigliere</i>
Iti Mihalich	<i>Consigliere</i>
Anthony Orsatelli	<i>Consigliere</i>
Emilio Ottolenghi*	<i>Consigliere</i>
Orazio Rossi*	<i>Vice Presidente</i>
Gian Guido Sacchi Morsiani*	<i>Consigliere</i>
Alfredo Saenz Abad	<i>Consigliere</i>
Mario Sarcinelli	<i>Consigliere</i>
Leone Sibani	<i>Consigliere</i>
Alberto Tazzetti	<i>Consigliere</i>
Josè Manuel Varela*	<i>Consigliere</i>

\* Membri del Comitato Esecutivo

\*\*Amministratore Delegato sino al 12 dicembre 2006 e Consigliere sino al 31 dicembre 2006

## Collegio Sindacale

Maurizio Dallochio	<i>Presidente</i>
Aureliano Benedetti	<i>Sindaco Effettivo</i>
Gianluca Ferrero	<i>Sindaco Effettivo</i>
Augusto Franchini	<i>Sindaco Effettivo</i>
Paolo Mazzi	<i>Sindaco Effettivo</i>
Carlo Pavesio	<i>Sindaco Supplente</i>
Paolo Piccatti	<i>Sindaco Supplente</i>

## Direttore Generale

Pietro Modiano

Al 31 dicembre 2006 gli organi sociali sono decaduti in relazione al venir meno del soggetto giuridico SANPAOLO IMI S.p.A. che, a far data dal 1° gennaio 2007, si è fuso per incorporazione in Banca Intesa S.p.A. che ha assunto la nuova denominazione di Intesa Sanpaolo S.p.A..

# Cariche sociali dal 1° gennaio 2007

## Consiglio di sorveglianza

Presidente	Giovanni Bazoli
Vice Presidenti	Antoine Bernheim Rodolfo Zich
Consiglieri	Carlo Barel di Sant'Albano Pio Bussolotto Rosalba Casiraghi Giovanni Costa Franco Dalla Sega Gianluca Ferrero Angelo Ferro Pietro Garibaldi Fabrizio Gianni Alfonso Iozzo* Giulio Lubatti Eugenio Pavarani Gianluca Ponzellini Gianguido Sacchi Morsiani Ferdinando Targetti Livio Torio

*\* L'Assemblea Ordinaria degli Azionisti riunitasi il 3 maggio 2007 ha nominato Consigliere di Sorveglianza Giuseppe Mazzarello, in sostituzione del consigliere dimissionario Alfonso Iozzo*

## Consiglio di gestione

	(nominato il 2 gennaio 2007)
Presidente	Enrico Salza
Vice Presidenti	Orazio Rossi
Consigliere delegato e Chief Executive Officer	Corrado Passera
Consiglieri	Elio Catania Gianluigi Garrino Giuseppe Fontana Giovanni Battista Limonta Virgilio Marrone Emilio Ottolenghi Giovanni Perissinotto Marcello Sala

## Direzione Generale

Direttore generale vicario	Pietro Modiano
Direttore generale	Francesco Micheli
Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari	Bruno Picca

A photograph of a winter landscape. The foreground is dominated by a thick, undulating layer of snow, with some dark green evergreen trees partially visible. In the middle ground, a large, snow-laden evergreen tree stands prominently against a clear, bright blue sky. The overall scene is bright and crisp, suggesting a sunny day in winter.

# Indice

Lettera agli stakeholder	8
Introduzione e nota metodologica	10
<b>1. IDENTITÀ E GOVERNANCE</b>	<b>14</b>
Mission e valori di riferimento	16
L'evoluzione storica	18
Le Linee strategiche	20
Il profilo del Gruppo Intesa Sanpaolo	21
L'assetto organizzativo	22
Il governo dell'impresa	28
La nostra Responsabilità Sociale	33
Gli strumenti di gestione della Governance	34



<b>2. LA RELAZIONE ECONOMICA</b>	<b>36</b>
<b>3. LA RELAZIONE SOCIALE</b>	<b>42</b>
I clienti	44
I collaboratori	71
Gli azionisti	88
La comunità	92
I fornitori	100
<b>4. LA RELAZIONE AMBIENTALE</b>	<b>102</b>
<b>5. OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO</b>	<b>116</b>
<b>6. ATTESTAZIONE DI CONFORMITÀ DA PARTE DI PRICEWATERHOUSECOOPERS</b>	<b>124</b>
<b>7. ALLEGATI</b>	<b>126</b>
Prospetto degli indicatori e dei contenuti	129
Codice Etico	138
Glossario	148

## Lettera agli stakeholder

Nel corso del 2006 Intesa e Sanpaolo IMI hanno concluso un accordo strategico per la creazione di un nuovo protagonista dell'industria bancaria italiana e europea.

Questo ambizioso progetto – che ha portato il 1° gennaio 2007 alla nascita di Intesa Sanpaolo – è il frutto di una visione condivisa: la sostenibilità quale capacità di creare valore economico, sociale e ambientale nel lungo periodo, contribuendo nel contempo alla crescita delle economie e delle comunità in cui il Gruppo opera.

Intesa Sanpaolo vuole connotarsi sul mercato non solo per i risultati economico-finanziari che si è impegnata a conseguire, ma soprattutto per come svolge la propria attività. Vogliamo essere riconosciuti come la banca al servizio delle persone, che risolve i problemi e contribuisce a progetti di crescita, mettendo a disposizione le proprie competenze specialistiche, operando a tutto campo con le diverse fasce di clientela, su scala nazionale e internazionale.

Il Piano d'Impresa del Gruppo formula obiettivi di miglioramento e di crescita che ereditano un patrimonio di tradizione e cultura che ha visto le due banche protagoniste d'eccellenza nel proprio legame con i territori e nella valorizzazione di quelle componenti della società civile che contribuiscono alla creazione di benessere finalizzato all'utilità sociale.

Attraverso l'accesso al credito e la disponibilità più larga di strumenti e prodotti finanziari possiamo favorire il dinamismo sociale. Il legame tra la nostra tradizione e il futuro si evince quando per esempio abbiamo dato vita a progetti di microcredito (in collaborazione con la Compagnia di San Paolo) e quando abbiamo posto le basi per la creazione di una banca dedicata al Terzo settore.

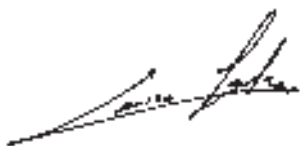
Il nostro impegno a promuovere lo sviluppo sostenibile si esprime anche nel sostenere importanti programmi promossi dalle Nazioni Unite (in particolare il Global Compact e l'UNEP-Finance Initiative) e nell'aderire a principi internazionali per la salvaguardia dell'ambiente e dei diritti umani (Equator Principles).

Abbiamo inoltre esteso al Gruppo la certificazione ambientale e promulgato una nuova policy ambientale, nella convinzione che sia importante lavorare per migliorare costantemente i processi e disporre di sistemi di gestione e di controllo sempre più efficaci.

La nostra attenzione è focalizzata su tutti gli interlocutori che in maniera diversa intrattengono relazioni con la Banca: non solo gli azionisti, i clienti e i collaboratori, ma anche i fornitori e i partner commerciali, le comunità e i territori in cui la banca opera e non ultimo l'ambiente.

Sappiamo che questo sistema di relazioni è fondato sulla fiducia, frutto prezioso di impegni che vengono rispettati nel tempo. Attraverso il Bilancio Sociale vogliamo dunque presentare un rendiconto completo e trasparente di ciò che abbiamo fatto e dichiarare i nostri impegni per il futuro, integrando le istanze che emergeranno dal dialogo con i nostri stakeholder.

La verifica costante della nostra capacità di soddisfare le aspettative degli stakeholder ci consentirà di conservare nel tempo la coerenza con i nostri valori di riferimento e alimenterà la fiducia necessaria per compiere al meglio la nostra missione aziendale.



Enrico Salza  
Presidente



Corrado Passera  
CEO





## Introduzione e nota metodologica

Questo Bilancio Sociale viene pubblicato in un periodo di transizione in seguito alla fusione per incorporazione di Sanpaolo IMI in Banca Intesa approvata il 1 dicembre 2006 dalle due Assemblee degli Azionisti che ha dato vita, dal 1° gennaio 2007, ad Intesa Sanpaolo. Per questo motivo questa quinta edizione del Bilancio Sociale di Sanpaolo IMI rappresenta un momento di discontinuità, riferendosi ad un'entità giuridica che alla data della pubblicazione non esiste più. Si è voluto comunque, in continuità con gli scorsi anni, rendere conto agli stakeholder delle attività svolte nel corso del 2006, a dimostrazione della capacità di operare in coerenza con i valori dichiarati e con l'ideale di sviluppo sostenibile, lungo le tre dimensioni della sostenibilità economica, sociale e ambientale.

La struttura stessa del documento rispecchia tale discontinuità, con una prima parte di Identità e Governance che si riferisce al nuovo Gruppo bancario, una parte centrale di rendicontazione economica, sociale e ambientale riferita alla realtà Sanpaolo IMI ed un'ultima parte che definisce gli impegni di responsabilità sociale che Intesa Sanpaolo si assume per il prossimo triennio.

Tutti i dati presentati nella parte di rendicontazione si riferiscono all'esercizio 2006 e, ove non diversamente specificato, al perimetro del Gruppo Sanpaolo IMI così come rappresentato nel Bilancio Consolidato.

Nel documento il termine "banche commerciali" indica l'aggregato di Sanpaolo IMI, Sanpaolo Banco di Napoli, Cassa di Risparmio di Venezia, Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, Cassa di Risparmio in Bologna, Friulcassa e Sanpaolo Banca dell'Adriatico, ciascuna con la sua rete di sportelli (è esclusa Cassa dei Risparmi di Forlì e della Romagna).

I dati sono raffrontati con quelli dei due precedenti esercizi (salvo nei casi in cui il raffronto non sia giudicato significativo).

In dettaglio, il documento è articolato nelle seguenti sezioni:

- Identità e Governance ha lo scopo di presentare l'identità del Gruppo Intesa Sanpaolo - mission e valori di nuova istituzione - ed il profilo della nuova entità. Un'attenzione particolare è dedicata alla struttura di corporate governance adottata dal Gruppo e al governo della responsabilità sociale dell'impresa. Vengono presentati in tabelle riassuntive i vari strumenti di governo (policy e sistemi di gestione certificati da enti esterni accreditati) già introdotti nella gestione del nuovo Gruppo.
- La relazione economica presenta la performance economica del Gruppo Sanpaolo IMI e la ripartizione del valore aggiunto fra i diversi stakeholder secondo le linee guida del modello ABI.
- La relazione sociale esamina per ciascuno stakeholder del Gruppo Sanpaolo IMI le politiche, le attività svolte e i risultati raggiunti rispetto agli obiettivi fissati nel Bilancio Sociale 2005. All'interno della relazione sono presenti appositi riquadri dedicati ad alcune Società specializzate.
- La relazione ambientale presenta la performance ambientale del Gruppo Sanpaolo IMI sia per gli aspetti ambientali diretti sia per quelli indiretti.
- Gli Obiettivi di miglioramento indicano gli impegni prospettici del Gruppo Intesa Sanpaolo verso gli stakeholder in un'ottica pluriennale, definiti nell'ambito dell'attività di predisposizione del Piano d'Impresa 2007-2009.
- L'Attestazione di conformità da parte di PricewaterhouseCoopers.
- In allegato, il Prospetto degli indicatori e dei contenuti: prospetto di sintesi degli indicatori di performance e delle informazioni sull'approccio gestionale relativo ai diversi aspetti oggetto di rendicontazione (Gruppo Sanpaolo IMI) e sul profilo del Gruppo Intesa Sanpaolo, con l'indicazione della loro collocazione all'interno del documento; il Codice Etico; il Glossario.

Analoga struttura è stata seguita nella predisposizione del Bilancio Sociale e Ambientale di Banca Intesa.

Il Bilancio Sociale è stato predisposto secondo le linee guida di rendicontazione G3 del GRI (Global Reporting Initiative), che costituiscono il principale riferimento internazionale in materia di reporting sociale e ambientale. In allegato è consultabile una tabella riepilogativa dei contenuti del documento secondo lo schema G3; tale prospetto elenca e indica la collocazione degli indicatori di performance, delle informazioni sul profilo del Gruppo e delle informazioni sull'approccio gestionale (Disclosure Management Approach) relativo a ciascuno degli aspetti definiti all'interno di ciascuna categoria di indicatori. Sono indicati anche gli indicatori il cui valore è nullo o è riferito ad azioni o comportamenti previsti da norme di legge o altri regolamenti.

Il documento fa inoltre riferimento, in particolare per il calcolo e la ripartizione del valore aggiunto, alle

linee guida di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito (" Il rendiconto agli stakeholder: una guida per le banche") elaborato da ABI in collaborazione con EconomEtica (Centro Interuniversitario per l'etica economica e la responsabilità sociale di impresa).

Il Bilancio Sociale 2006 è stato sottoposto all'esame della società di revisione PricewaterhouseCoopers, in base ai principi ed alle indicazioni contenuti nell'International Standard on Assurance Engagement 3000 (ISAE3000). Tale analisi permette di verificare non solo la corrispondenza di dati e informazioni riportati nel bilancio rispetto a quanto realmente avvenuto, ma anche che il documento rifletta i risultati di una gestione permeata da scelte di responsabilità sociale e che il documento sia redatto conformemente a quanto indicato nei principi di redazione di riferimento.

L'autodichiarazione del livello di applicazione (B+) prevista dalle linee guida GRI nella versione G3 e l'attestazione di conformità da parte di PricewaterhouseCoopers sono disponibili nel presente documento.

I contenuti del documento sono stati raccolti ed elaborati da un gruppo di lavoro composto da rappresentanti delle diverse aree funzionali e società del Gruppo, coordinato dall'Unità Corporate Social Responsibility. La fonte dei dati è costituita dai sistemi informativi utilizzati nella gestione ordinaria e nella contabilità delle attività aziendali.

L'approvazione del Bilancio Sociale quest'anno ha seguito un iter semplificato rispetto agli scorsi anni e svincolato dalla tempistica di approvazione del Bilancio d'Esercizio in ragione delle esigenze legate all'integrazione fra Sanpaolo IMI e Banca Intesa. Infatti è prevalsa l'esigenza di legare il processo del Bilancio Sociale, quale strumento di gestione della responsabilità sociale, alle attività di predisposizione del Piano d'Impresa 2007-2009 Intesa Sanpaolo, approvato il 14 aprile 2007. Gli impegni di responsabilità sociale definiti nel Piano d'Impresa, infatti, costituiscono la base degli impegni prospettici verso gli stakeholder contenuti nel Bilancio Sociale.

Il Bilancio Sociale, realizzato in 7.000 copie, viene distribuito ai principali interlocutori del Gruppo insieme al Bilancio Sociale e Ambientale 2006 di Banca Intesa ed è disponibile sul sito internet istituzionale.

## Principi di redazione secondo la Global Reporting Initiative

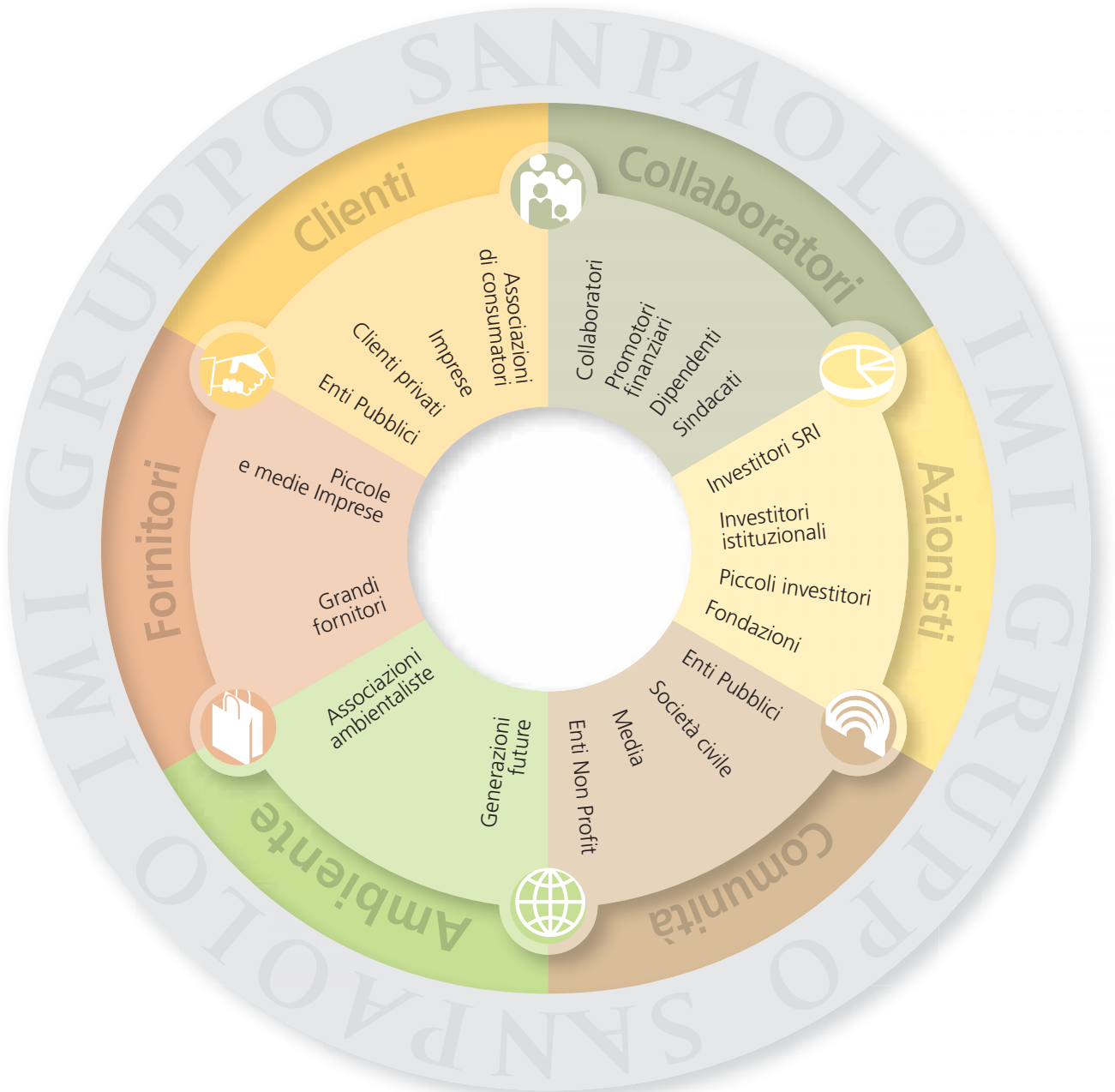
Alcuni elementi di novità nei contenuti, nella forma e nel processo di redazione del Bilancio Sociale sono stati introdotti per migliorare l'aderenza ai principi di rendicontazione presi a riferimento.

### Inclusività

Nel 2005 era stato svolto un approfondimento per meglio identificare l'articolazione dei diversi interlocutori all'interno di ciascuna macrocategoria di stakeholder, rappresentato in una mappa degli stakeholder. Tale mappatura è stata riesaminata e consolidata nel corso del 2006.

### Rilevanza

Per definire i temi rilevanti per il Bilancio Sociale sono stati presi come riferimento gli ambiti di responsabilità sociale individuati nella missione e nei valori del Gruppo ed i contenuti e gli indicatori previsti dalle linee guida GRI e ABI. Inoltre è stata effettuata una ricognizione dei temi di rilevanza per il settore, compresi quelli più controversi, e della normativa nazionale ed internazionale. Tale ricognizione ha determinato, fra l'altro, l'introduzione nel documento di nuovi indicatori, ritenuti



particolarmente significativi o disponibili per la prima volta, ed un maggiore approfondimento sull'approccio gestionale della banca riguardante alcune aree rilevanti, in particolare quella sul personale.

### **Contesto di sostenibilità**

Il documento presenta la concezione di Sanpaolo IMI di sviluppo sostenibile e permette di inquadrare l'attività del Gruppo in un contesto più ampio (ad esempio, lo sviluppo del sistema imprenditoriale, i fenomeni migratori, la povertà e i problemi di accesso al credito, il surriscaldamento del globo).

### **Completezza**

I dati riportati nel documento fanno riferimento all'aggregato delle Società del Gruppo (dove non diversamente indicato). Dove il dato è riferito alle Banche commerciali si intende esclusa Cassa dei Risparmi di Forlì e della Romagna. Le informazioni inserite sono coerenti con il periodo temporale di riferimento (esercizio 1/1/2006 - 31/12/2006). Qualora vi siano stati sviluppi importanti nei primi mesi del 2007 se n'è dato conto.

### **Equilibrio**

Nella stesura del documento sono state inserite informazioni tratte da documentazione verificabile e le informazioni sono presentate in modo da evidenziare sia gli andamenti positivi sia quelli negativi.

### **Comparabilità**

Il documento consente una comparazione delle performance del Gruppo negli anni (i dati riportati sono infatti raffrontati ove possibile con quelli dei due precedenti esercizi) ed il confronto con altri operatori del settore, grazie all'inserimento di dati di sistema laddove disponibili da fonti attendibili.

### **Accuratezza**

La maggior parte dei dati deriva da rilevazioni dirette, salvo alcune stime (segnalate in nota) formulate per alcuni dati ambientali. La sezione "La Relazione Economica" è stata predisposta utilizzando i dati del Bilancio Consolidato redatto sulla base dei principi contabili IFRS.

### **Tempestività**

L'approvazione del Bilancio Sociale quest'anno ha seguito un iter semplificato rispetto agli scorsi anni e svincolato dalla tempistica di approvazione del Bilancio d'Esercizio in ragione delle esigenze legate all'integrazione fra Sanpaolo IMI e Banca Intesa. Il Bilancio Sociale è stato approvato dal Consiglio di Gestione in seguito all'approvazione del Bilancio d'Esercizio e del Piano d'Impresa 2007-2009 Intesa Sanpaolo il 14 aprile 2007. La diversa tempistica di quest'anno risponde infatti all'esigenza di adattarsi con prontezza al mutato contesto di riferimento interno e di saldare il processo del Bilancio Sociale alle attività di predisposizione del nuovo Piano d'Impresa.

### **Chiarezza**

Il principio di chiarezza è stato preso come riferimento sia nell'impostazione della struttura del documento sia nella stesura dei testi. Continua infatti lo sforzo di semplificazione del documento, nel quale vengono inseriti un consistente numero di grafici, tabelle e prospetti e si è cercato di utilizzare un linguaggio più chiaro e accessibile anche ai non addetti ai lavori.

### **Verificabilità**

Questa edizione del Bilancio Sociale è sottoposta a verifica di conformità ai principi di redazione e alle indicazioni previste dalle linee guida GRI e ABI da parte della società di revisione contabile PricewaterhouseCoopers in linea con quanto previsto dallo standard ISAE3000.





# Identità e Governance



# Mission

Lavoriamo insieme per fornire servizi bancari e finanziari di eccellenza ai nostri clienti, attivando leve di sviluppo per tutte le realtà territoriali nelle quali operiamo. Consapevoli del valore della nostra attività in Italia e all'estero, promuoviamo uno stile di crescita attento alla sostenibilità nel tempo dei risultati e alla creazione di un circolo virtuoso basato sulla fiducia che nasce dalla soddisfazione dei clienti e degli azionisti, dal senso di appartenenza dei collaboratori e dalla vicinanza ai bisogni della collettività e dei territori. Competiamo lealmente nel mercato, pronti a cooperare con gli altri soggetti economici, privati e pubblici, ogniqualvolta sia necessario per rafforzare la capacità complessiva di crescita dei sistemi Paese in cui operiamo. Ci assumiamo la responsabilità della gestione prudente dei risparmi, ci impegniamo per l'ampliamento dell'accesso al credito e agli strumenti finanziari per tutti i cittadini, nonché per lo sviluppo sostenibile del sistema imprenditoriale, consci che le nostre decisioni hanno importanti effetti, diretti e indiretti, sull'ambiente naturale e sulla collettività, al cui benessere non solo materiale vogliamo contribuire, sostenendo o realizzando iniziative culturali e di utilità comune.

La nostra strategia di crescita mira alla creazione di valore solido e sostenibile sotto il profilo economico e finanziario, sociale e ambientale, costruito sulla fiducia di tutti i nostri interlocutori e basato sui seguenti valori:

### Integrità

Perseguiamo i nostri obiettivi con onestà, correttezza e responsabilità, nel pieno e sostanziale rispetto delle regole, dell'etica professionale e dello spirito degli accordi sottoscritti.

### Eccellenza

Ci poniamo l'obiettivo di migliorare continuamente, guardando lontano, anticipando le sfide, coltivando la creatività diffusa e finalizzata all'innovazione, valorizzando il merito.

### Trasparenza

Poniamo la trasparenza alla base delle nostre azioni, della nostra comunicazione e dei nostri contratti per consentire a tutti i nostri interlocutori di fare scelte autonome e consapevoli.

### Rispetto delle specificità

Vogliamo coniugare la grande dimensione con il radicamento territoriale, essere una banca che riesce a pensare in grande e non perdere di vista l'individuo.

### Equità

Siamo impegnati a eliminare ogni discriminazione dalle nostre condotte e a rispettare le differenze di genere, età, razza, religione, appartenenza politica e sindacale, lingua o diversa abilità.

### Valore della persona

Il valore della persona in quanto tale guida il nostro modo di agire: adottiamo l'ascolto e il dialogo come leve di miglioramento continuo nelle relazioni con tutti i nostri interlocutori.

### Responsabilità nell'utilizzo delle risorse

Miriamo a utilizzare in modo attento tutte le risorse, promuovendo comportamenti improntati all'ottimizzazione e a evitare spreco e ostentazione, privilegiando le scelte rivolte alla sostenibilità nel tempo.



## L'evoluzione storica

Intesa Sanpaolo nasce il 1° gennaio 2007 dalla fusione di Banca Intesa e Sanpaolo IMI. I primi passi verso il processo di integrazione iniziano il 26 agosto 2006 quando i Consigli di Amministrazione delle due Banche approvano le linee guida del progetto di fusione, ratificato poi il 12 ottobre e convalidato dalle rispettive Assemblee Straordinarie il 1° dicembre dello stesso anno.

L'attività di Sanpaolo ha inizio nel 1563, quando a Torino la confraternita della Compagnia di San Paolo pone le basi del Monte di Pietà cittadino che si impegnerà a prestare denaro a bassissimi saggi di interesse per sottrarre i bisognosi dal ricorso all'usura.

L'evoluzione verso la realtà di ente creditizio porta l'Istituzione a diventare una vera e propria banca nel XIX secolo, abilitata ad esercitare anche il credito fondiario.

Superata senza danni la crisi bancaria di fine Ottocento, la Banca, che a partire dal 1928 assume la denominazione di Istituto di San Paolo di Torino – Beneficenza e Credito, si affaccia al nuovo secolo come protagonista creditizio dello sviluppo industriale di Torino e della crescita economica del Paese.

Nel 1932 la Banca diventa istituto di credito di diritto pubblico, status che verrà mantenuto fino alla trasformazione in Società per Azioni il 1° gennaio 1992.

Nel 1950 il Ministero del Tesoro approva il nuovo statuto organico e il cambio di denominazione in Istituto Bancario San Paolo di Torino. Negli anni a seguire si assiste ad un aumento dell'attività della Banca tale da farla passare nella classifica mondiale dell'American Banker di New York dal 148° posto del 1958 all'85° del 1962, quando conta oltre cinquantamila conti correnti.

Risalgono alla seconda metà degli anni '50 l'autorizzazione a istituire una apposita sezione per il finanziamento di opere pubbliche e impianti di pubblica utilità, e l'entrata in funzione del centro meccanografico, che si evolverà tecnologicamente nella struttura di Moncalieri, costruita poi nel 1964.

Agli inizi degli anni 60, l'Istituto è già attivo sullo scenario internazionale con quattro uffici di rappresentanza (Zurigo, Londra, Francoforte e Parigi).

L'Istituto persegue un processo di crescita che lo vede espandere la propria rete a livello nazionale negli anni '60 e '70 e avviare nella seconda metà degli anni '70 una progressiva internazionalizzazione.

Negli anni '90, anche attraverso l'acquisizione di altre banche, Sanpaolo prosegue il proprio rafforzamento dimensionale e territoriale, sviluppando ulteriormente anche la presenza estera.

Nel 1997 viene completato il processo di privatizzazione e, l'anno successivo, si realizza l'integrazione con l'IMI, nato nel 1931 per sostenere la ricostruzione del sistema industriale nazionale. È l'integrazione di due prestigiose banche private con forti complementarità: una banca commerciale con spiccata vocazione verso le famiglie e verso le Pmi e una banca di investimento con importanti

linee di business nei settori dell'intermediazione sui mercati dei capitali, del credito a medio e lungo termine e della gestione del risparmio.

La Banca assume la denominazione di Sanpaolo IMI e dal 1998 è la sola banca italiana ad essere quotata presso il New York Stock Exchange.

Dopo una fase di integrazione con banche locali, nel 2000 Sanpaolo IMI acquisisce il Banco di Napoli una delle istituzioni creditizie più antiche d'Europa, le cui origini risalgono al 1539, anno in cui venne fondato il Sacro Monte di Pietà, pia associazione improntata a spirito di carità verso i bisognosi.

Nei due anni successivi è realizzata l'integrazione con le banche facenti parte del Gruppo Cardine, nato nel 1999 dall'unione di banche sorte per favorire il risparmio popolare e sostenere lo sviluppo economico delle comunità locali del Nord Est dell'Italia e della dorsale adriatica.

Completata l'integrazione di tutte le Banche commerciali del Gruppo, che adottano il medesimo modello organizzativo e commerciale e la stessa piattaforma informatica, nel 2005 viene presentato il Piano strategico triennale che prevede come punto fondamentale lo sviluppo del modello della Banca Nazionale dei Territori.

Nello stesso anno si avvia il progetto per il nuovo polo assicurativo che porterà agli inizi del 2006 alla nascita di Eurizon Financial Group.

### IL MARCHIO

Il logotipo del gruppo bancario nato il 1° gennaio 2007 è costruito partendo dal carattere "trajan", così chiamato perché ispirato alle antiche iscrizioni visibili sulla base della Colonna Traiana, simbolo di solidità e stabilità. È caratterizzato dal colore verde dell'originario marchio Sanpaolo IMI e dalla presenza delle caratteristiche "A" inclinate.

**INTESA**  **SANPAOLO**

Banca Intesa nasce dall'unione di tre grandi Istituti di credito, protagonisti della storia del sistema bancario italiano sin dal XIX secolo.

**Il Banco Ambrosiano Veneto** nasce nel 1989 dalla fusione fra Nuovo Banco Ambrosiano e Banca Cattolica del Veneto, due banche radicate sul territorio che vantano più di cento anni di storia e di attività.

Negli anni immediatamente successivi, l'acquisizione di istituti di credito a vocazione locale consente alla Banca di proiettare in breve tempo l'esperienza maturata nelle regioni settentrionali d'origine, soprattutto Lombardia e Triveneto, su tutto il territorio nazionale. Contemporaneamente l'Istituto rafforza la propria posizione sui mercati finanziari internazionali con l'acquisto di Caboto, destinata a diventare una delle maggiori strutture di investment banking europee.

**La Cassa di Risparmio delle Province Lombarde** nasce nel 1823, per impulso del conte Giovanni Pietro Porro, in una delle più fiorenti regioni dell'impero austriaco: la sua funzione è quella di favorire la formazione del risparmio familiare nell'area lombarda. Durante la seconda metà del secolo XIX il Regno d'Italia muove i primi passi e l'Istituto allarga il suo campo di intervento al finanziamento delle attività rurali, imprenditoriali e commerciali.

Il logotipo rappresenta l'unione delle due denominazioni originarie, Banca Intesa e Sanpaolo IMI collegate dal marchio, raffigurato da un pittogramma quadrato (forma perfetta, armoniosa ed equilibrata) nel quale appare il disegno stilizzato di un acquedotto romano, simbolo di solidità e sviluppo, nonché di vita e prosperità, unione di culture e di genti. Il marchio si propone quale elemento di distinzione ed espressione di concetti chiave quali trasparenza, semplicità e chiarezza.

Agli albori del Novecento, la Cassa di Risparmio delle Province Lombarde ha già raggiunto una notevole solidità, che la renderà presto un punto di riferimento irrinunciabile per le aziende colpite dalla crisi della Grande Guerra.

Nel secondo dopoguerra, la Cassa è fra i protagonisti della ricostruzione di Milano. Gli anni Cinquanta, quelli del boom economico italiano, vedono accrescere l'impegno nel credito a medio termine, soprattutto a favore delle imprese di minori dimensioni, attraverso la fondazione di Mediocredito Lombardo. A partire dagli anni Sessanta, l'Istituto è ormai di fatto una banca commerciale e nel ventennio successivo si assiste alla grande espansione territoriale della Cassa in ambito nazionale e internazionale. A partire dal 1991 l'Istituto viene privatizzato e assume la denominazione di Cariplo Spa.

**La Banca Commerciale Italiana**, nata nel 1894 a Milano con il concorso di capitali tedeschi, austriaci e svizzeri, è stata per più di un secolo un importante attore del sistema bancario italiano e l'istituto con la maggiore presenza all'estero.

Dopo aver costituito, in compartecipazione con due banche francesi, un istituto per l'America del Sud, nel 1911 Comit inaugura a Londra la prima filiale di una banca italiana in un paese straniero, seguita nel 1918 da quella di New York; negli anni successivi le presenze e partecipazioni diventano sempre più numerose in diversi Paesi del mondo.

Fino agli inizi degli anni '30, Comit opera anche come banca d'investimento, acquisendo partecipazioni in imprese industriali. Nel 1933 l'IRI acquisisce il controllo della Banca che, tre anni più tardi, con l'emanazione della Legge Bancaria, diventa un'azienda di credito ordinario.

L'anno successivo, il 1937, assieme al Banco di Roma e al Credito Italiano, la Comit è designata "Banca di interesse nazionale". Con queste due banche, negli anni successivi alla seconda guerra mondiale, Comit fonda Mediobanca. A partire dagli anni '60 e nei decenni a seguire, Comit accentua l'espansione della propria rete in Italia e all'estero. Nel 1994 anno del centenario della sua fondazione, la Banca Commerciale Italiana viene privatizzata.

**Banca Intesa** nasce nel 1998 dall'integrazione di Cariplo e Banco Ambrosiano Veneto. Nel 1999 la Banca Commerciale Italiana entra a far parte del Gruppo Intesa. Con la successiva fusione di Comit in Banca Intesa (maggio 2001) il Gruppo assume la denominazione di IntesaBci. Nel dicembre 2002 l'Assemblea delibera, con effetto 1° gennaio 2003, la modifica della denominazione sociale in Banca Intesa.

## Le linee strategiche

Con il nuovo Piano di Impresa 2007-2009, proposto dal Consiglio di Gestione e approvato dal Consiglio di Sorveglianza ad aprile 2007, Intesa Sanpaolo si pone l'obiettivo di crescere significativamente e in modo sostenibile assieme a tutti gli stakeholder. Il nuovo Gruppo intende dunque essere una banca per il Paese che contribuisce allo sviluppo dell'economia e delle comunità nelle quali opera sulla base di un rapporto di fiducia sviluppato con tutti i portatori di interesse.

Il percorso di crescita fissato dal Piano poggia su una solida base di partenza, rappresentata dai risultati 2006 raggiunti sia da Banca Intesa sia da Sanpaolo IMI, e segue tre fondamentali direttrici: crescita sostenibile in tutte le aree di business, costi e investimenti orientati all'efficienza e alla crescita, ottimizzazione della gestione dei rischi, delle partecipazioni e degli immobili.

	2006 pro-forma gestionale <sup>1</sup>	2009
ROE rettificato <sup>2</sup>	15%	21%
Cost/income	52%	42%
Risultato netto (€mld)	4,4	7,0

1) Fonte: Piano di Impresa 2007-2009, dati pro-forma, esclusi oneri di integrazione non ricorrenti contabilizzati nel 2006.

2) Risultato netto annuo, esclusi oneri di integrazione non ricorrenti e l'ammortamento del costo di fusione rapportato alla somma dei dati di fine anno di capitale, sovrapprezzi emissione, riserve e riserve di rivalutazione, esclusa la differenza di fusione.



Antonio Serbolisca

Gli obiettivi indicati sono certamente ambiziosi ma al contempo ragionevoli in quanto basati su uno scenario economico conservativo.

Il nuovo Piano unisce agli ambiziosi obiettivi finanziari di medio - lungo periodo un importante impegno alla creazione di valore esteso a tutti gli stakeholder, in particolare attraverso:

- Il consolidamento dell'eccellenza nel rapporto con la clientela. Il Gruppo intende assicurare l'accesso al credito e il supporto agli investimenti offrendo prodotti e servizi di qualità internazionale e sostenere l'economia italiana nei piani di investimento in innovazione e internazionalizzazione. La ricerca dell'eccellenza nelle relazioni con le aziende, le famiglie, i privati, poggia sul modello di Banca dei Territori, sulla sua forte capillarità sul territorio e sull'elevato livello di competenze delle persone che lavorano a stretto contatto con il cliente.
- La valorizzazione della crescita umana e professionale dei collaboratori, al fine di accrescerne la qualità e la motivazione. La creazione di un Gruppo leader in Italia e con prospettive di crescita a livello internazionale offre, infatti, nuove opportunità di sviluppo professionale sia per i collaboratori attuali, sia per le risorse di talento che il nuovo Gruppo sarà in grado di attrarre.
- Il sostegno allo sviluppo del settore pubblico. Intesa Sanpaolo intende contribuire all'ammodernamento dello Stato e della Pubblica Amministrazione, anche attraverso il finanziamento delle grandi opere del Paese, e allo sviluppo delle infrastrutture immateriali, con particolare riferimento a ricerca e formazione, in una prospettiva di crescente collaborazione con il sistema universitario e scolastico.
- Il supporto alla comunità. Al fine di aumentare il focus sul Terzo settore, il Gruppo creerà una banca specializzata nel settore dell'assistenza finanziaria alle imprese sociali, capace di offrire il meglio degli strumenti e dei prodotti esistenti sul mercato, e che convertirà gli utili della sua attività in disponibilità di credito a favore del settore.
- La protezione ambientale e la valorizzazione del territorio. Il Gruppo pone inoltre una grande attenzione all'ambiente, al risparmio energetico, alla tutela e valorizzazione del territorio e del patrimonio artistico e culturale con una serie di iniziative a sostegno degli investimenti ecologici, fondi speciali, supporto alla creazione di imprese specializzate.

La Presentazione del Piano di Impresa 2007-2009, è disponibile sul sito internet di Gruppo [www.intesasanpaolo.com](http://www.intesasanpaolo.com).

## Il profilo del Gruppo Intesa Sanpaolo

Intesa Sanpaolo è una banca che nasce forte. Si colloca tra i primi gruppi bancari dell'area euro con una capitalizzazione di mercato di 75 miliardi di euro<sup>1</sup>.

Il Gruppo occupa una posizione significativa in Italia e grazie ad una rete di circa 5.700 filiali capillare e ben distribuita su tutto il territorio nazionale offre i propri servizi a oltre 11 milioni di clienti.

Il Gruppo ha una presenza di rilievo in Europa, in particolare nell'area centro-orientale e nel bacino del Mediterraneo, grazie ai circa 1.250 sportelli e circa 7 milioni di clienti. Vanta inoltre una rete internazionale specializzata nel supporto alla clientela corporate, che presidia 35 paesi, in particolare il bacino del Mediterraneo e le aree in cui si registra il maggior dinamismo delle imprese italiane, come Stati Uniti, Russia, Cina e India.

Intesa Sanpaolo è l'unione di due grandi realtà bancarie italiane, caratterizzate da valori comuni, che hanno scelto di mettere insieme le loro forze per essere una banca per il Paese e un importante attore europeo deciso a competere a livello internazionale.

Il nuovo Gruppo intende crescere e contribuire a far crescere in modo sostenibile l'economia e

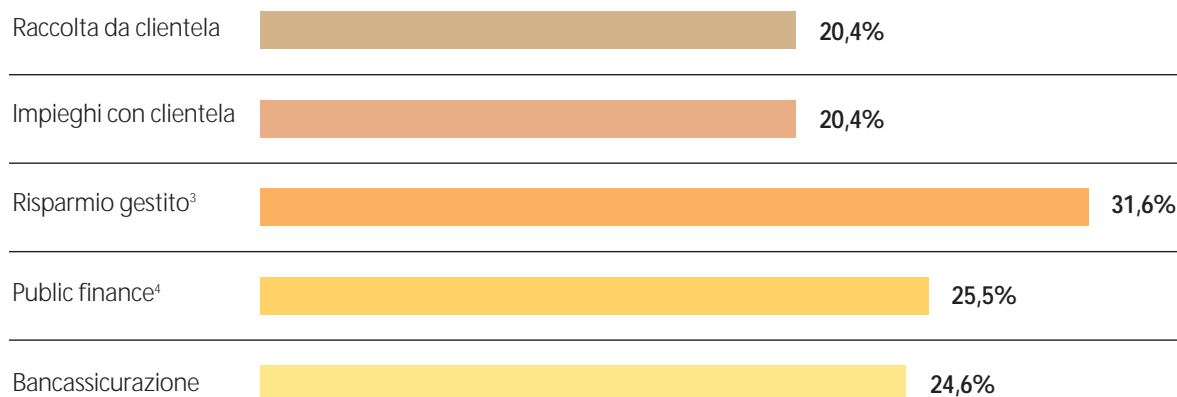
la società ponendosi come benchmark nella creazione di valore nel settore bancario europeo.

### INDICATORI SINTETICI

Dicembre 2006

Dipendenti	99.891
Filiali Italia	5.653
Filiali Banche estere	1.214
Totale attività	576.784 € mln
Crediti verso clientela	327.410 € mln
Raccolta da clientela	343.899 € mln
Patrimonio netto	55.971 € mln
Risultato netto	4.056 € mln

### QUOTE DI MERCATO DOMESTICHE<sup>2</sup>



1) Dato ad aprile 2007

2) Dati a fine 2006 pro-forma includendo gli effetti delle operazioni di compravendita con Crédit Agricole. Quote di mercato basate sulle seguenti grandezze: per il risparmio gestito, fondi comuni; per la bancassicurazione, nuova produzione assicurazione vita.

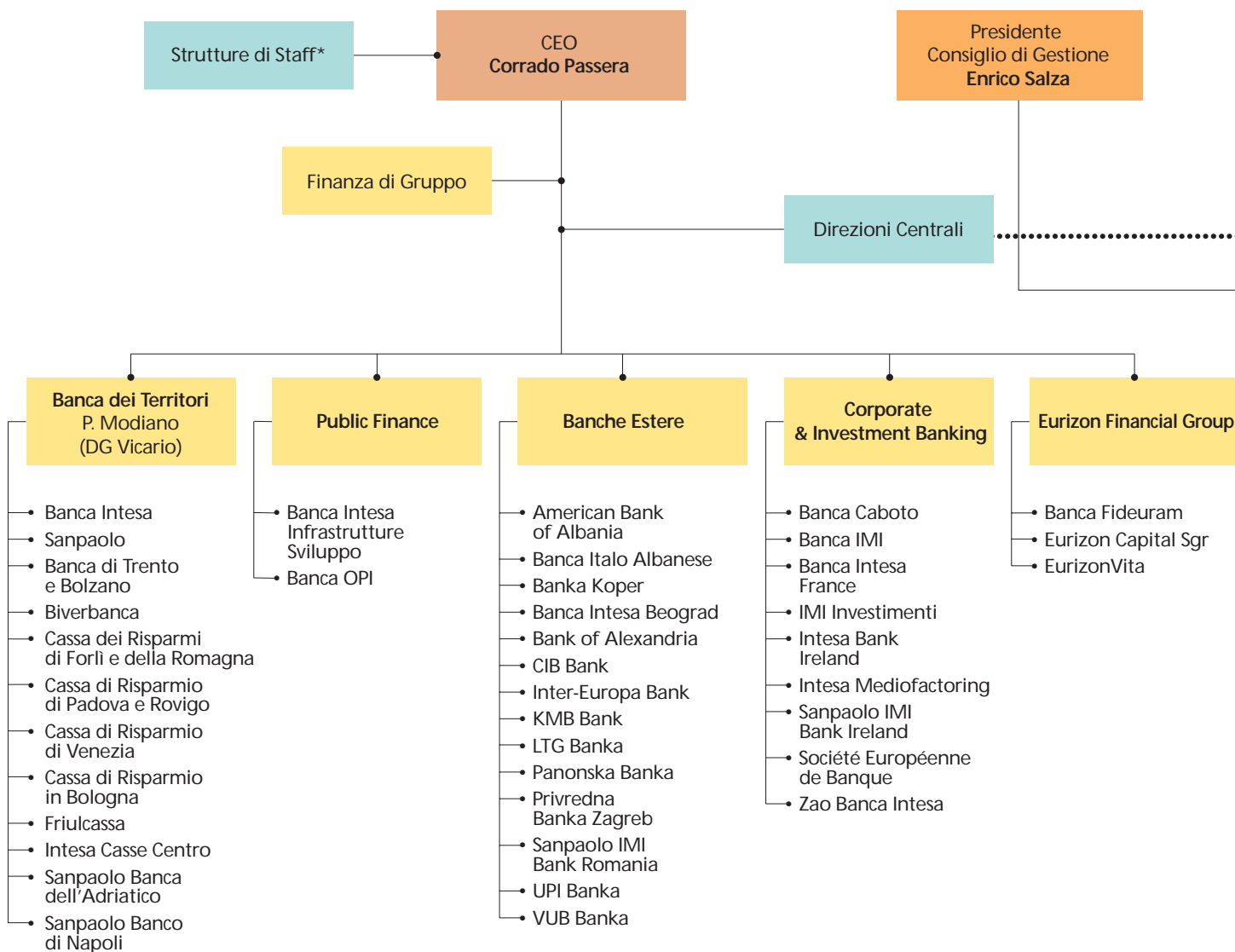
3) Fondi comuni, il dato comprende il patrimonio gestito ex Nextra.

4) Solo impieghi delle società BIS e Banca OPI.

# L'assetto organizzativo

## 6 Business Unit

con responsabilità di business, alle quali sono stati affidati tutti i clienti del Gruppo

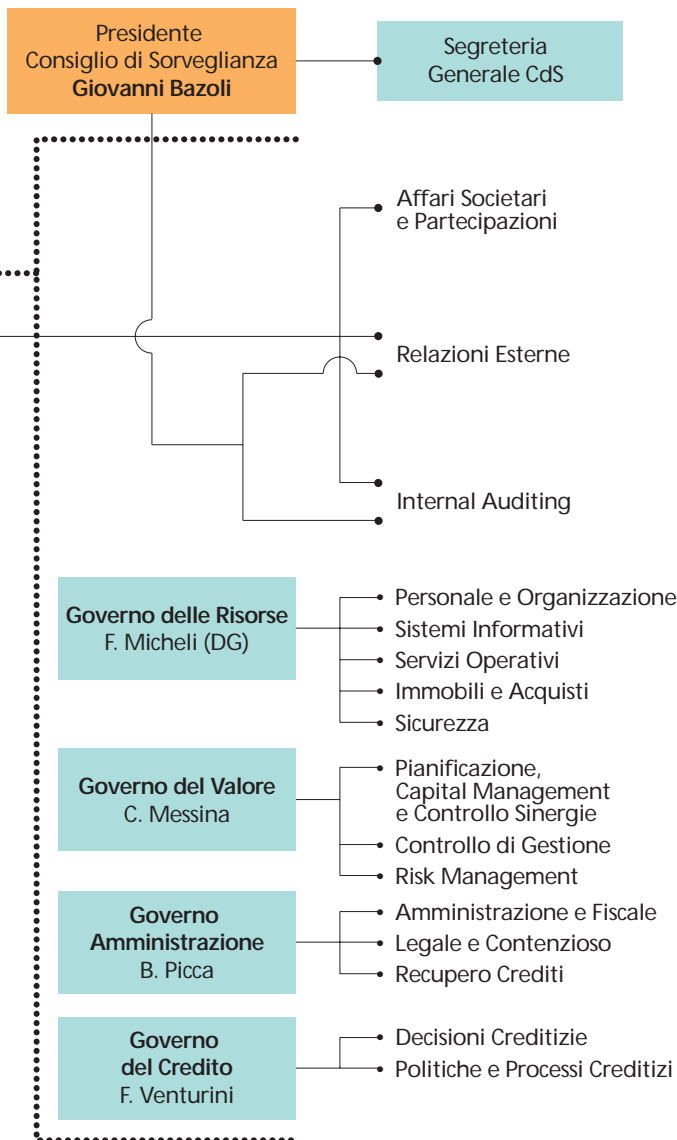


(\*) Operazioni strategiche e Progetti speciali, Corporate Social Responsibility, Laboratorio Banca e Società e International Affairs (rappresentanza di Bruxelles).

**4 Aree di Governo**

**16 Direzioni Centrali**

con responsabilità di indirizzo e controllo specifiche e con precise missioni, in parte raggruppate in Aree di Governo.



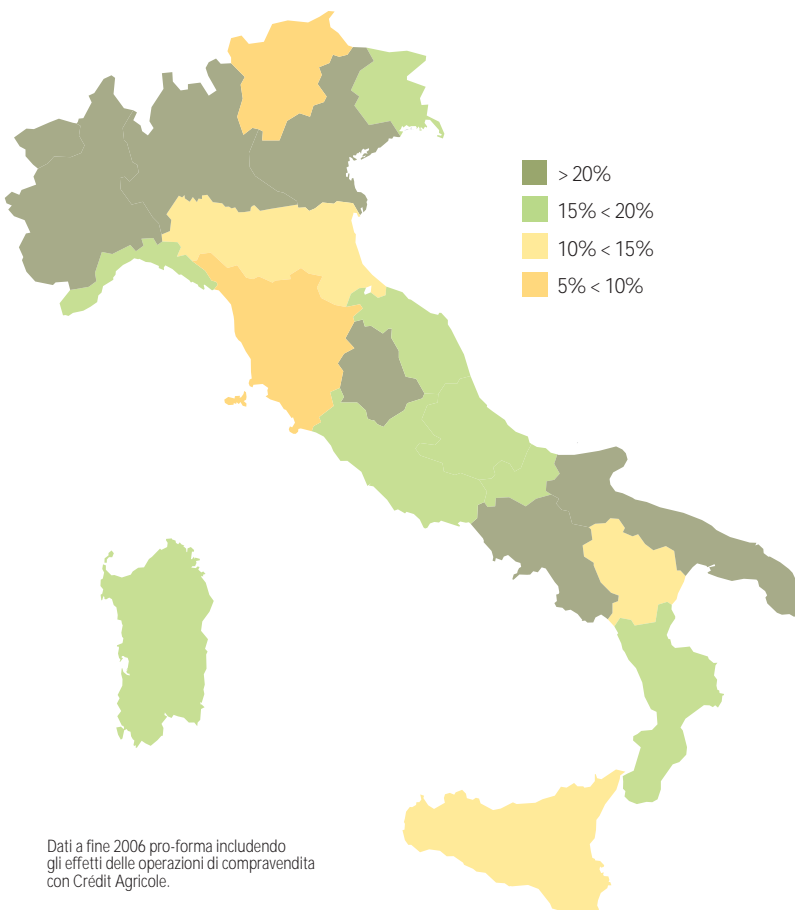
## Altre società controllate

Nell'ottica di fornire un'assistenza finanziaria realmente completa, accanto all'attività di banca commerciale si affiancano i servizi e l'assistenza di alcune società specializzate.

Società	Attività
Intesa Private Banking	Private banking
Intesa Previdenza	Fondi pensione
Setefi	Sistemi di pagamento
Neos Banca	Credito al consumo
Intesa Mediocredito, Banca Cis	Credito Industriale
Intesa Leasing, Sanpaolo Leasint	Leasing
Sirefid, Sanpaolo Fiduciaria, Sanpaolo Bank Luxemburg	Attività fiduciaria
Intesa Trade	Intermediazione mobiliare

## Le reti di sportelli in Italia

### Quote di mercato sportelli



Con provvedimento del 20 dicembre scorso, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'autorizzare la fusione, aveva subordinato la stessa ad una serie di adempimenti relativi, tra l'altro, alla distribuzione territoriale delle filiali e alle attività di bancassurance. Intesa Sanpaolo ha sinora rispettato i termini concordati per l'adempimento di tali impegni e sono stati posti in atto tutti gli interventi preparatori necessari per eseguire in modo tempestivo le restanti misure richieste dall'Autorità.



<b>Ex rete - Banca Intesa</b>	Banca Intesa forte di un solido radicamento sul territorio nazionale, con prevalenza nelle aree settentrionali del Paese, serve circa 6 milioni di clienti, costituiti da famiglie e Piccole e Medie Imprese, e 20.000 tra grandi aziende, istituzioni finanziarie e enti pubblici. Opera attraverso oltre 2.100 filiali e circa 30.000 dipendenti.
<b>Ex rete - Sanpaolo</b>	Sanpaolo mette al servizio dei clienti oltre 20.500 dipendenti e circa 1.400 filiali su tutto il territorio nazionale, con una particolare concentrazione nelle zone di radicamento storico della Banca: Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta. È anche fortissima la presenza in Lombardia, in Sicilia e nella Capitale.
<b>Banca di Trento e Bolzano</b>	La Banca rappresenta una importante realtà economica per il Trentino Alto Adige e comprende 91 filiali distribuite prevalentemente nelle province di Trento e Bolzano.
<b>Biverbanca</b>	L'attività della Cassa di Risparmio di Biella e Vercelli, che conta oltre 700 dipendenti si concentra, per origini storiche, in Piemonte, nell'area delle province di Biella e di Vercelli dove sono situati gli oltre 100 sportelli.
<b>Cassa dei Risparmi di Forlì e della Romagna</b>	La Banca è essenzialmente attiva nel territorio della Romagna attraverso una rete di oltre 80 sportelli e circa 800 dipendenti.
<b>Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo</b>	La Cassa, che conta circa 3.300 dipendenti, rappresenta un'importante realtà economica per tutto il Veneto e comprende oltre 340 filiali, presenti in prevalenza nelle province di Padova, Rovigo, Treviso, Vicenza e Belluno.
<b>Cassa di Risparmio di Venezia</b>	La rete commerciale della Cassa di Risparmio di Venezia comprende oltre 120 filiali, servite da circa 1.400 dipendenti, con una presenza particolarmente capillare a Venezia.
<b>Cassa di Risparmio in Bologna</b>	La Cassa di Risparmio in Bologna ha oltre 2.000 dipendenti, con una struttura distributiva di oltre 200 filiali, dislocate prevalentemente in Emilia Romagna, con particolare concentrazione su Bologna e provincia.
<b>Friulcassa</b>	Friulcassa - Cassa di Risparmio Regionale - nasce a fine 2003 dalla fusione della Cassa di Risparmio di Udine e Pordenone e della Cassa di Risparmio di Gorizia. Le oltre 140 filiali e gli oltre 1.100 dipendenti sono presenti in tutto il Friuli Venezia Giulia.
<b>Intesa Casse del Centro</b>	Intesa Casse del Centro è la holding che coordina le otto Casse di Risparmio presenti con oltre 300 filiali in Umbria, Lazio e Marche: la Cassa di Risparmio di Ascoli Piceno, la Cassa di Risparmio di Città di Castello, la Cassa di Risparmio di Fano, la Cassa di Risparmio di Foligno, la Cassa di Risparmio di Rieti, la Cassa di Risparmio di Spoleto, la Cassa di Risparmio di Terni e Narni e la Cassa di Risparmio della Provincia di Viterbo.
<b>Sanpaolo Banca dell'Adriatico</b>	Le circa 200 filiali di Sanpaolo Banca dell'Adriatico - che conta circa 1.700 dipendenti - sono diffuse nelle regioni della dorsale adriatica: Marche, Abruzzo e Molise.
<b>Sanpaolo Banco di Napoli</b>	I circa 5.800 dipendenti di Sanpaolo Banco di Napoli - la più grande banca del Mezzogiorno - sono a disposizione della clientela in circa 680 filiali, presenti in modo capillare in Campania, Puglia, Calabria e Basilicata.

A queste reti di sportelli si aggiungono la Cassa Risparmio di Parma e Piacenza e la Banca Popolare Friuladia che sono

state cedute nei primi mesi del 2007 a seguito della fusione tra Banca Intesa e Sanpaolo IMI.



## La presenza internazionale\*



**Filiali**

*Uffici di rappresentanza*

\*Dati pro-forma al 31 dicembre 2006



Paese	Controllate	Filiali
Albania	American Bank of Albania (ABA)	19
	Banca Italo Albanese (BIA)	6
Bosnia-Erzegovina	LTG Banka	25
	UPI banka	18
Croazia	Privredna Banka Zagreb (PBZ)	219
Egitto	Bank of Alexandria	188
Federazione Russa	KMB Bank	51
	ZAO Banca Intesa	1
Francia	Banca Fideuram	1
	Banca Intesa France <sup>3</sup>	1
Grecia	American Bank of Albania (ABA)	2
Irlanda	Intesa Bank Ireland	1
Lussemburgo	Banca Fideuram	1
	Société Européenne de Banque (SEB)	1
Regno Unito	Banca Caboto	1
	Banca Imi	1
Repubblica Ceca	Vseobecna Uverova Banka (VUB)	1
Romania	Sanpaolo Imi Bank Romania	39
Serbia	Banca Intesa Beograd	168
	Panonska Banka	65
Slovacchia	Vseobecna Uverova Banka (VUB)	237
Slovenia	Banca Koper	43
Svizzera	Banca Fideuram	2
	Sanpaolo Bank Suisse	1
Ungheria	Central-European Internat. Bank (CIB)	98
	Inter-Europa Bank	36

1) Filiali della controllata italiana Banca di Trento e Bolzano

2) Ufficio "International and European Affairs"

3) A partire dal 2008, è prevista la trasformazione in filiale di Banca Intesa France (Parigi)  
Il Gruppo è presente con un Italian desk a Kuwait City

## Il governo dell'impresa

Il 1° gennaio 2007 ha avuto efficacia la fusione per incorporazione di Sanpaolo Imi S.p.A. in Banca Intesa S.p.A. che ha assunto la nuova denominazione sociale di Intesa Sanpaolo S.p.A. con sede legale a Torino. In linea con il modello di governo largamente utilizzato nelle società di più grandi dimensioni in altri paesi dell'Unione Europea - sia pure con le caratteristiche specifiche che lo distinguono nei singoli ordinamenti - e per garantire una corporate governance adeguata alle esigenze poste da un processo di integrazione ampio e complesso, Intesa Sanpaolo ha adottato un sistema dualistico nel quale sono separate le funzioni di controllo e di indirizzo strategico, esercitate dal Consiglio di Sorveglianza, e quelle di gestione dell'impresa, esercitate dal Consiglio di Gestione, consentendo di delineare al meglio ruoli e responsabilità degli organi sociali, anche a garanzia di una sana e prudente gestione della Banca. Il sistema dualistico assicura inoltre una più chiara separazione tra proprietà e gestione in quanto il Consiglio di Sorveglianza si interpone tra gli azionisti e il Consiglio di Gestione garantendo una maggiore

trasparenza e un minor rischio di potenziali conflitti di interesse.

Il coordinamento dell'azione degli Organi è assicurato da un articolato meccanismo di proposte e pareri preventivi nelle materie più rilevanti attribuite alla competenza di ciascun Organo.

Il sistema di governance della Banca si ispira ai principi contenuti nel Codice di Autodisciplina delle Società Quotate promosso da Borsa Italiana S.p.A., del quale tiene conto insieme con le raccomandazioni della Consob formulate in materia nonché, in generale, con le best practice riscontrabili in ambito nazionale e internazionale. Detto sistema è ampiamente trattato nella Relazione sul Governo Societario (disponibile sul sito [www.intesasanpaolo.com](http://www.intesasanpaolo.com)) cui si rimanda per ulteriori dettagli.

### *Il sistema dualistico assicura una più chiara separazione tra proprietà e gestione garantendo una maggiore trasparenza e un minor rischio di potenziali conflitti di interesse*

#### CONSIGLIO DI SORVEGLIANZA

- Nominato dall'Assemblea degli Azionisti.
- Consiglieri indipendenti: 14<sup>1</sup> su 19.
- Ha la supervisione delle attività del Consiglio di Gestione.
- È responsabile dell'approvazione delle iniziative strategiche proposte dal Consiglio di Gestione.

#### CONSIGLIO DI GESTIONE

- Nominato dal Consiglio di Sorveglianza.
- Consiglieri indipendenti: 5 su 11.
- È responsabile della gestione del Gruppo in accordo con le linee guida strategiche definite dal Consiglio di Sorveglianza.

1) A seguito della nomina da parte dell'Assemblea ordinaria degli Azionisti del 3 maggio 2007 di Giuseppe Mazzarello in sostituzione del Consigliere dimissionario Alfonso Iozzo, il numero dei Consiglieri indipendenti è salito a 15.

## Il Consiglio di Sorveglianza

Lo Statuto prevede che il Consiglio di Sorveglianza sia composto da un minimo di 15 a un massimo di 21 componenti, anche non soci, nominati dall'Assemblea degli Azionisti mediante voto di lista, i quali durano in carica per tre esercizi; possono presentare una lista i soci che rappresentino almeno lo 0,5%, ovvero la diversa percentuale stabilita dalla disciplina vigente, del capitale rappresentato da azioni ordinarie.

Il Consiglio di Sorveglianza in carica è stato nominato dall'Assemblea di Banca Intesa S.p.A. il 1° dicembre 2006 - con efficacia dal 1° gennaio 2007 - ed è composto da 19 Consiglieri, di cui 14<sup>1)</sup> indipendenti ai sensi del Codice di Autodisciplina delle Società Quotate promosso da Borsa Italiana S.p.A..

I componenti il Consiglio di Sorveglianza sono in possesso, oltre che dei requisiti di professionalità, onorabilità e indipendenza richiesti per i Consiglieri di Amministrazione delle banche dalla disciplina legale e regolamentare, anche di quelli richiesti dalla legge per i componenti dell'organo di controllo delle società quotate. Il Presidente del Consiglio di Sorveglianza possiede anche dei requisiti di professionalità stabiliti per il Presidente del Consiglio di Amministrazione delle banche.

Al Consiglio di Sorveglianza lo Statuto attribuisce compiti e funzioni non solo di vigilanza - che nel modello tradizionale di amministrazione e controllo sono proprie del Collegio Sindacale - ma anche di alta amministrazione, con specifico riferimento all'approvazione degli indirizzi strategici e programmatici, dei piani industriali e finanziari, dei budget della Società e del Gruppo predisposti dal Consiglio di Gestione, nonché delle operazioni strategiche e di maggior rilievo economico-finanziario.

Il Consiglio di Sorveglianza svolge anche compiti che, nel citato modello tradizionale, sono di competenza dell'Assemblea degli Azionisti; in particolare:

- nomina e revoca i Consiglieri di Gestione e fissa il loro compenso;
- esercita l'azione sociale di responsabilità nei confronti dei Consiglieri di Gestione;
- approva il Bilancio di Esercizio.

In aggiunta alle suddette funzioni, il Consiglio svolge altresì un compito di controllo, anche di merito, sulla gestione della società tipicamente svolto dall'Organo Sindacale; in particolare:

- approva gli orientamenti strategici e le politiche di gestione del rischio;
- valuta il grado di efficienza e di adeguatezza del sistema dei controlli interni, con particolare riguardo al controllo dei rischi, al funzionamento dell'internal audit e al sistema informativo contabile;

- verifica il corretto esercizio dell'attività di controllo strategico e gestionale svolto dalla Capogruppo sulle società del Gruppo.

L'Assemblea di Banca Intesa S.p.A. ha fissato il compenso annuo per ciascun Consigliere di Sorveglianza con riferimento agli esercizi 2007/2008/2009.

Successivamente il Consiglio di Sorveglianza, su proposta del Comitato Remunerazioni, ha stabilito i compensi per il Presidente, per i Vice Presidenti e per i Consiglieri di Sorveglianza ai quali sono stati attribuite particolari cariche e funzioni. Detti compensi, annui e integrativi, sono stati determinati in misura fissa.

### Il Presidente del Consiglio di Sorveglianza

Nominato dall'Assemblea ordinaria a maggioranza relativa, il Presidente del Consiglio di Sorveglianza, che non è titolare di deleghe operative e dunque è considerato non esecutivo, coordina i lavori del Consiglio di Sorveglianza e riveste un rilevante ruolo nella supervisione e nell'attivazione delle procedure e dei sistemi di controllo sull'attività della Società e del Gruppo e nelle relazioni tra il Consiglio di Sorveglianza e il Consiglio di Gestione.

In particolare, il Presidente:

- formula al Consiglio di Sorveglianza le proposte relative all'attività di controllo della gestione della Società ed esercita la funzione di supervisione e di attivazione degli organi sociali, delle procedure e dei sistemi di controllo interni;
- vigila sulla coerenza della gestione con gli indirizzi generali impartiti dal Consiglio di Sorveglianza;
- attiva gli strumenti di informazione necessari per il monitoraggio della correttezza e dell'adeguatezza della struttura organizzativa, del sistema amministrativo e contabile adottati dalla Società e dal Gruppo;
- progetta e cura la realizzazione delle iniziative culturali della Società e del Gruppo da sottoporre al Consiglio di Sorveglianza e la gestione del "Fondo di Beneficenza ed opere di carattere sociale e culturale";
- per le materie di competenza del Consiglio di Sorveglianza, sovrintende alla gestione della comunicazione esterna delle informazioni riguardanti la Banca, d'intesa con il Presidente del Consiglio di Gestione e con il Consigliere Delegato;
- sovrintende alla gestione dei rapporti con i Soci e presiede l'Assemblea degli Azionisti;
- cura, nell'ambito dell'attività di controllo, i rapporti con le Autorità di Vigilanza.

1) A seguito della nomina di Giuseppe Mazzarello in sostituzione del Consigliere dimissionario Alfonso Iozzo, il numero dei Consiglieri indipendenti è salito a 15.

## I Comitati

Il Consiglio di Sorveglianza ha costituito nel proprio ambito specifici Comitati con funzioni propositive, consultive e di controllo al fine di incrementare l'efficienza e l'efficacia dei suoi lavori. In particolare, sono stati attivati i seguenti organi:

- il Comitato per il Controllo, con competenze propositive, consultive e istruttorie sulle materie attribuite al Consiglio di Sorveglianza in tema di controlli interni, gestione dei rischi e sistema informativo e contabile. Il Comitato supporta, inoltre, il Consiglio di Sorveglianza nelle sue funzioni di Audit Committee ai sensi della normativa statunitense (Sarbanes-Oxley Act), ove applicabile; infine il Comitato svolge i compiti e le funzioni di Organismo di Vigilanza ai sensi del D. Lgs. 231 del 2001 in tema di responsabilità amministrativa delle società, vigilando sul funzionamento e l'osservanza dei Modelli di organizzazione, gestione e controllo;
- il Comitato Nomine, con funzioni selettive e propositive in

merito alle nomine dei componenti del Consiglio di Gestione;

- il Comitato Remunerazioni, con funzioni propositive e consultive in materia di compensi, ai sensi di legge e di Statuto;
- il Comitato per le Strategie, incaricato di assistere il Consiglio di Sorveglianza e il Presidente nell'esame delle proposte pervenute dal Consiglio di Gestione in materia di orientamenti e operazioni strategiche, formulando proposte in ordine all'approvazione o alla richiesta di integrazioni o di modifiche da indirizzare agli organi preposti alla gestione;
- il Comitato per il Bilancio, incaricato di assistere il Consiglio di Sorveglianza e il Presidente nell'approfondimento delle problematiche connesse alla formazione del Bilancio d'Esercizio e del Consolidato, formulando, tra l'altro, raccomandazioni in ordine all'approvazione dei documenti di bilancio e procedendo a richieste di approfondimenti e chiarimenti da indirizzare agli organi preposti alla gestione.

## COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI SORVEGLIANZA

	Iscrizione Registro Revisori ed esercizio attività di controllo legale dei conti	Requisiti di indipendenza del Codice di autodisciplina	Comitato per il Controllo	Comitato Nomine	Comitato Remunerazioni	Comitato per le Strategie	Comitato per il Bilancio
Giovanni Bazoli <sup>1</sup>				●		●	
Antoine Bernheim <sup>2</sup>						●	
Rodolfo Zich <sup>2</sup>		●		●		●	
Carlo Barel di Sant'Albano						●	
Pio Bussolotto						●	
Rosalba Casiraghi	●	●	●				
Giovanni Costa		●					●
Franco Dalla Sega	●	●					
Gianluca Ferrero	●	●					●
Angelo Ferro	●	●		●			
Pietro Garibaldi		●	●				
Fabrizio Gianni	●	●		●			
Alfonso Iozzo <sup>3</sup>				●			
Giulio Lubatti <sup>4</sup>	●	●	●		●		
Eugenio Pavarani <sup>5</sup>	●	●			●		●
Gianluca Ponzellini <sup>6</sup>	●	●	●		●		
Gianguido Sacchi Morsiani		●					●
Ferdinando Targetti		●					●
Livio Torio	●	●	●				

1) Presidente del Consiglio di Sorveglianza, del Comitato Nomine e per le Strategie

2) Vice-Presidente del Consiglio di Sorveglianza

3) L'Assemblea ordinaria degli Azionisti riunitasi il 3 maggio 2007 ha nominato Consigliere di Sorveglianza Giuseppe Mazzarello, in sostituzione del Consigliere dimissionario Alfonso Iozzo. Giuseppe Mazzarello ha dichiarato di possedere i requisiti di indipendenza previsti dal Codice di Autodisciplina ed è iscritto nel registro dei revisori contabili.

4) Presidente del Comitato per il Controllo

5) Presidente del Comitato per il Bilancio

6) Presidente del Comitato Remunerazioni

## Il Consiglio di Gestione

Il Consiglio di Gestione svolge le funzioni che nel modello tradizionale spettano al Consiglio di Amministrazione ed è composto da un minimo di 7 a un massimo di 11 membri, anche non soci, nominati dal Consiglio di Sorveglianza, che ne determina il numero all'atto della nomina. I componenti durano in carica, secondo le determinazioni del Consiglio di Sorveglianza, per un periodo non superiore a tre esercizi e scadono alla data della riunione del Consiglio di Sorveglianza convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica. Tutti i componenti del Consiglio di Gestione, tranne il Consigliere Delegato, sono da considerarsi non esecutivi in quanto singolarmente non sono titolari di deleghe di gestione né

ricoprono uno specifico ruolo nell'elaborazione delle strategie aziendali.

Al Consiglio di Gestione spetta la gestione dell'impresa in coerenza con gli indirizzi generali programmatici e strategici approvati dal Consiglio di Sorveglianza e la facoltà di compiere tutte le operazioni di ordinaria e straordinaria amministrazione necessarie per il raggiungimento dell'oggetto sociale, salva l'autorizzazione del Consiglio di Sorveglianza prevista per alcune operazioni strategiche.

Il Consiglio di Sorveglianza nella seduta del 2 gennaio 2007 ha determinato in 11 il numero dei componenti il Consiglio di Gestione e ne ha nominato all'unanimità i membri:

Enrico Salza (Presidente) *	Giovanni Battista Limonta
Orazio Rossi (Vice Presidente)	Virgilio Marrone *
Corrado Passera (Consigliere Delegato e CEO)	Emilio Ottolenghi
Elio Catania *	Giovanni Perissinotto *
Gianluigi Garrino *	Marcello Sala
Giuseppe Fontana	

\* In possesso dei requisiti di indipendenza di cui all'art.148, D.Lgs.24 febbraio 1998, n.58.

Il Consiglio di Sorveglianza ha stabilito i compensi del Consiglio di Gestione e dei suoi componenti investiti di particolari incarichi. Dette remunerazioni comprendono anche una parte variabile commisurata al raggiungimento dei risultati di budget e relativi al Piano di Impresa 2007/2009.

### Il Presidente del Consiglio di Gestione

Il Presidente del Consiglio di Gestione, nominato dal Consiglio di Sorveglianza su proposta del Comitato Nomine e considerato non esecutivo poiché privo di deleghe operative, svolge funzioni di coordinamento dei lavori del Consiglio di Gestione, convocandone le adunanze e fissandone l'ordine del giorno. Spetta al Presidente del Consiglio di Gestione la facoltà di promuovere azioni innanzi a qualsiasi autorità giudiziaria o amministrativa e di curare i rapporti con l'Autorità di Vigilanza, d'intesa con il Consigliere Delegato. Cura, inoltre, d'intesa con il Presidente del Consiglio di Sorveglianza, la comunicazione esterna delle informazioni riguardanti la Banca.

*Il Consiglio di Gestione svolge le funzioni che nel modello tradizionale spettano al Consiglio di Amministrazione*

*Al Consiglio di Gestione spetta la gestione dell'impresa in coerenza con gli indirizzi generali programmatici e strategici*

## Il Consigliere Delegato

Il Consigliere Delegato, nominato dal Consiglio di Gestione su indicazione del Consiglio di Sorveglianza, riveste anche la carica di Direttore Generale ed è Capo dell'Esecutivo. Sovrintende alla gestione aziendale nell'ambito dei poteri conferitigli in conformità con gli indirizzi generali programmatici e strategici determinati dagli Organi sociali. In particolare il Consigliere Delegato:

- è preposto alla gestione del personale;
- determina e impartisce le direttive operative;
- esercita poteri di proposta nei confronti del Consiglio di Gestione;
- cura l'esecuzione delle deliberazioni del Consiglio di Gestione;
- cura che l'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della Società sia adeguato alla natura e alle dimensioni dell'impresa.

Il Consigliere Delegato assicura la gestione operativa unitaria della Banca e del Gruppo, con ogni facoltà di ordinaria e straordinaria amministrazione, nell'ambito degli indirizzi strategici del Consiglio di Sorveglianza e del Consiglio di Gestione e sotto la vigilanza dei Consigli stessi e dei loro Presidenti.

I componenti il Consiglio di Gestione, il Presidente del Consiglio di Gestione e il Consigliere Delegato oltre ai requisiti di onorabilità previsti per i membri del collegio sindacale delle società quotate, devono possedere i requisiti di onorabilità e professionalità stabili per gli esponenti aziendali delle banche.

Lo statuto prevede infine la nomina, da parte del Consiglio di Gestione - su proposta del Consigliere Delegato e previo parere del Consiglio di Sorveglianza - di uno o più Direttori Generali, di cui uno con funzioni vicarie, i quali fanno capo al Consigliere Delegato e lo coadiuvano nella gestione dell'impresa secondo le rispettive funzioni e competenze.

## L'Assemblea degli Azionisti

L'Assemblea degli Azionisti è l'organo che esprime la volontà sociale, le cui determinazioni, adottate in conformità alla legge e allo Statuto, vincolano tutti i soci, compresi quelli assenti o dissenzienti.

L'Assemblea degli Azionisti può riunirsi in seduta ordinaria e straordinaria.

L'Assemblea ordinaria nomina, previa determinazione del loro numero, e revoca i componenti del Consiglio di Sorveglianza, ne determina il compenso e ne elegge il Presidente e i due Vice Presidenti. Ha facoltà di deliberare sulla responsabilità dei componenti del Consiglio di

Sorveglianza e, fermi i poteri in materia attribuiti dallo Statuto al Consiglio di Sorveglianza, anche sulla responsabilità dei componenti del Consiglio di Gestione. L'Assemblea ordinaria delibera sulla distribuzione degli utili e approva il Bilancio di Esercizio in caso di sua mancata approvazione da parte del Consiglio di Sorveglianza. Ha inoltre facoltà di conferire e revocare l'incarico di revisione contabile su proposta motivata del Consiglio di Sorveglianza.

L'Assemblea straordinaria delibera sulle modifiche dello Statuto, sulla nomina, sulla revoca, sulla sostituzione e sui poteri dei liquidatori.

### DIRITTI DEGLI AZIONISTI

- Ogni azione dà diritto ad un voto (le azioni di risparmio votano solo nell'Assemblea speciale dei possessori di azioni di risparmio).
- I Soci che rappresentano almeno 1/20 del capitale possono richiedere la convocazione dell'Assemblea.
- I Soci che rappresentano almeno 1/40 del capitale possono richiedere l'integrazione delle materie da trattare in Assemblea.
- Presenza di un Codice Etico che definisce le modalità di relazione del Gruppo nei confronti degli Azionisti.

## L'Azionariato

Il capitale sociale sottoscritto e versato è pari a euro 6.646.547.922,56, suddiviso in n. 12.781.822.928 azioni del valore nominale di euro 0,52 ciascuna, di cui:

- n. 11.849.332.367 azioni ordinarie
- n. 932.490.561 azioni di risparmio non convertibili.

Alla data del 4 maggio 2007 l'azionariato di Intesa Sanpaolo risulta così composto (titolari di quote superiori al 2%):

Azionista	% di possesso su capitale ordinario
Compagnia di San Paolo	<b>7,96%</b>
Crédit Agricole S.A.	<b>5,67%</b>
Assicurazioni Generali	<b>5,07%</b>
Carlo Tassara S.p.A.	<b>4,95%</b>
Fondazione Cariplo	<b>4,68%</b>
Fondazione C.R. Padova e Rovigo	<b>4,18%</b>
Fondazione C.R. in Bologna	<b>2,73%</b>
Giovanni Agnelli e C. S.a.p.A.	<b>2,45%</b>
Fondazione Cariparma	<b>2,20%</b>

Attualmente alla Società non consta l'esistenza di accordi fra azionisti.



## La nostra Responsabilità Sociale

Il nostro concetto di responsabilità sociale è frutto di un percorso di maturazione che si è arricchito dell'esperienza di due grandi banche che condividono una visione comune: il concetto di sostenibilità inteso come capacità di coniugare cittadinanza di impresa con obiettivi finanziari di lungo periodo. In altre parole crescere, stimolando anche la crescita dell'intero sistema economico, prestando la massima attenzione alla creazione di valore non solo economico, ma anche sociale e ambientale, sostenendo la comunità e l'ambiente in un'ottica di lungo periodo. Ne è emersa a tutto tondo una visione strategica che non limita la responsabilità sociale a opere benefiche e umanitarie - che pure sono espressione di un principio di solidarietà nel quale crediamo - ma la considera manifestazione del dovere di interpretare sempre meglio il ruolo proprio di una istituzione bancaria: essere intermediaria non solo di risorse economiche, ma di progetti, e quindi di futuro, tutelando il risparmio e con esso la fiducia di chi lo affida.

Questa visione pone al centro delle strategie di sviluppo della banca il nostro impegno nei confronti di tutti gli stakeholder (clienti, collaboratori, azionisti, fornitori, ambiente e comunità in generale); impegno che è espressione diretta della mission aziendale e presupposto per la nascita di una identità forte e condivisa da parte di tutti i collaboratori del Gruppo.

### L'Unità Corporate Social Responsibility

La struttura organizzativa dedicata alla progettazione, pianificazione e gestione delle politiche e degli strumenti che consentono di integrare i criteri di sostenibilità e responsabilità sociale e ambientale nell'attività della Banca è l'Unità Corporate Social Responsibility, in staff al Consigliere Delegato.

L'ambito di attività dell'Unità prevede:

- affiancare i vertici aziendali nella definizione delle politiche e delle strategie di responsabilità sociale e ambientale e prestare supporto nell'implementazione delle azioni intraprese dalla Banca in materia, garantendone la verifica dell'efficacia;
- prestare consulenza alle strutture della Banca al fine di integrare negli obiettivi di business considerazioni ambientali e sociali e fornire supporto nell'implementazione dei programmi e azioni da intraprendere in materia di responsabilità sociale. L'Unità Corporate Social Responsibility ha inoltre prestato attività di assistenza e consulenza, in particolare nella individuazione degli impatti diretti e indiretti creati dalle operazioni, prodotti e servizi della Banca, già nella elaborazione del Piano di Impresa 2007-2009;

- assicurare un flusso di comunicazione continuativo verso i vertici aziendali e coordinare e garantire il processo di rendicontazione, fra cui il bilancio sociale, su tutti i temi di responsabilità sociale e ambientale;
- analizzare gli scenari a livello nazionale ed internazionale al fine di garantire il corretto posizionamento della Banca nell'ambito delle strategie di responsabilità sociale e ambientale, proponendo inoltre la partecipazione alle principali iniziative in tema di sostenibilità;
- definire e mantenere una mappatura aggiornata delle aspettative degli stakeholder rilevanti per la Banca facilitando l'attivazione e il mantenimento di relazioni di dialogo continuative, attraverso le quali identificare i rischi e le opportunità associate.

### Il modello di gestione della responsabilità sociale e ambientale

Il modello che abbiamo adottato prevede la piena responsabilizzazione delle strutture interne che sono impegnate a garantire l'applicazione dei valori e principi di responsabilità sociale nella propria attività ordinaria di business. Questo significa che le tematiche di CSR non sono di pertinenza di un solo ufficio specializzato, ma devono essere fatte proprie e agite da tutte le strutture, divenendo parte integrante di ogni attività della Banca. L'Unità CSR svolge in questo contesto un ruolo di supporto, di consulenza e, ove necessario, di coordinamento, ma ogni struttura è in prima persona protagonista e titolare di impegni, azioni e relazioni. Per rendere efficace e operativo questo principio di auto-responsabilizzazione sono stati individuati all'interno di ogni funzione dei "referenti CSR", figure che collaborano in modo particolare con l'Unità CSR, sono state formate per avere sulle tematiche di CSR competenza e sensibilità, ma vivono e operano quotidianamente all'interno delle rispettive strutture. Attraverso questo network (di circa 50 persone), formate per avere sulle tematiche di CSR competenza e sensibilità, si mira ad ottenere una osmosi rapida, efficace e permanente tra l'attività di business e i principi di CSR. Sottesa a questo modello vi è la precisa scelta di favorire la circolazione a rete, non centralizzata ma flessibile e connessa in più punti, delle idee e delle informazioni. Tale modello è stato ritenuto più adatto alla complessità connaturata alla gestione di temi come quelli legati alla CSR che, per essere "vivi", debbono seguire i mutamenti ormai estremamente veloci della società e dei suoi bisogni, in un dialogo costante con i suoi rappresentanti. Questo dialogo deve essere intrattenuto a più livelli, e ancor più fondamentale è che venga intrattenuto da chi deve fornire direttamente le risposte più operative.



## Gli strumenti di gestione della Governance

La gestione strategica di una organizzazione si avvale di diversi strumenti che pur apparendo eterogenei rappresentano un sistema gestionale articolato, ma unico e coerente nel complesso.

### Le Policy

Sin dai primi mesi di attività l'impegno del Gruppo è stato rivolto allo sviluppo di policy interne finalizzate a garantire trasparenza e professionalità nelle relazioni con i diversi stakeholder, nonché sicurezza e qualità nei processi di gestione di aree chiave per le attività della Banca.

Per quanto riguarda le attività operative, ci siamo dotati di Linee Guida comuni di CSR che fungono da cornice alle norme sviluppate nel corso degli ultimi anni da parte delle due Banche e sulla base delle quali stiamo lavorando per una progressiva integrazione. La prima policy definita è stata quella ambientale.



Carlo Cannizzaro

Policy	Anno di avvio	Ambito applicativo
Codice Etico	2007	Il Consiglio di Gestione e il Consiglio di Sorveglianza hanno approvato il nuovo Codice Etico di Gruppo che, oltre a contenere la declinazione dei valori aziendali e i principi di condotta nelle relazioni con gli stakeholder, fissa i meccanismi di attuazione e controllo, attraverso i quali i più alti organi di governo ricevono una comunicazione continuativa riferita sia alla gestione ordinaria sia alla gestione delle situazioni impreviste.
Policy ambientale	2007	Approvata dal Consiglio di Gestione, definisce l'approccio nel prevenire, gestire e, ove possibile, ridurre gli impatti ambientali generati, direttamente o indirettamente, dalle attività del Gruppo, ribadendo l'importanza di integrare gli aspetti economici con gli aspetti sociali e ambientali a tutela delle generazioni future.

### Le Certificazioni

Con l'obiettivo di verificare l'adeguatezza dei propri processi rispetto ai migliori standard nazionali e

internazionali il Gruppo ha richiesto in diversi ambiti la certificazione da parte di un ente esterno accreditato.

Certificazioni	Anno di avvio	Ambito applicativo
PattiChiari	2003	L'iniziativa è volta a fornire al cliente strumenti semplici e concreti che facilitino la comprensione dei prodotti bancari e consentano di paragonare agevolmente l'offerta di più banche per scegliere il prodotto più adatto alle proprie esigenze. In tal modo i clienti, resi più consapevoli, possono assumere un ruolo più attivo nei rapporti con la Banca. Sul sito <a href="http://www.pattichiari.it">www.pattichiari.it</a> è disponibile l'elenco delle iniziative a cui è stata data adesione da parte delle singole banche del Gruppo.
ISO 14001	2005	Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale (SGA) per la gestione dei processi interni e delle relative performance ambientali riferite ad alcuni immobili. Gli aspetti ambientali gestiti da tale sistema sono i consumi energetici e le conseguenti emissioni inquinanti, le attività di manutenzione degli impianti tecnologici, i consumi di carta, la produzione di rifiuti, la limitazione della presenza di sostanze nocive e il sistema delle forniture.
ISO/IEC 27001:2005 <sup>1</sup>	2002	Certificazione del Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni per l'analisi, la progettazione, lo sviluppo, la manutenzione e l'erogazione di servizi Internet Banking Retail dal sito web Sanpaolo.

<sup>1</sup> Dal 2005 la certificazione ISO27001 ha sostituito la precedente versione BS7799

## Partnership di sostenibilità e adesione a principi

Il Gruppo Intesa Sanpaolo oltre ad aderire a importanti iniziative internazionali in tema di sostenibilità, in particolare



**UNEP – Finance Initiative** (Iniziativa del Settore Finanziario del Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente): partnership fra le Nazioni Unite e il settore dei servizi finanziari che promuove un dialogo sul collegamento fra sviluppo economico e performance finanziarie, protezione ambientale e sviluppo sostenibile.

[www.unepfi.org](http://www.unepfi.org)



**Equator Principles** - Linee guida internazionali ad adesione volontaria sviluppate sui criteri dell'International Finance Corporation (sussidiaria della Banca Mondiale) diretti a gestire i profili di rischio sociale e ambientale per l'attività di project finance.

[www.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com)



Gruppo di lavoro ABI sulla Responsabilità Sociale delle imprese bancarie. Gruppo di lavoro ABI sulle Associazioni dei consumatori. Consorzio Abienergia, punto di riferimento per attività legate all'ottimizzazione dell'efficienza energetica nel sistema bancario.

[www.abi.it](http://www.abi.it)



**Il Global Business Coalition on HIV/AIDS, Tuberculosis and Malaria (GBC)**: principale organizzazione impegnata nella raccolta di fondi presso la comunità internazionale a sostegno della lotta contro l'HIV/AIDS, la tubercolosi e la malaria. La Coalizione, che ha riscosso in breve tempo un ampio consenso, comprende 220 multinazionali - in possesso di forti capacità ed esperienze - attive nella lotta contro queste malattie.

[www.businessfightsaids.org](http://www.businessfightsaids.org)



**UN Global Compact**: iniziativa promossa dalle Nazioni Unite che mira a promuovere la responsabilità sociale delle imprese attraverso l'adesione a 10 principi relativi ai diritti umani, ai diritti del lavoro, alla tutela dell'ambiente e alla lotta alla corruzione.

[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)



**Forum per la Finanza Sostenibile**: associazione multi-stakeholder con l'obiettivo di diffondere la cultura dello sviluppo sostenibile presso la comunità finanziaria e rappresentante italiano dell'EuroSIF (European Forum for Sustainable and Responsible Investments).

[www.finanzasostenibile.it](http://www.finanzasostenibile.it)



**Sodalitas**, Associazione per lo sviluppo del Terzo settore e per la diffusione della responsabilità sociale d'impresa.

[www.sodalitas.it](http://www.sodalitas.it)



**CSR Europe**: organizzazione non profit che si propone di supportare gli associati nell'implementazione delle azioni in tema di responsabilità sociale.

[www.csreurope.org](http://www.csreurope.org)





## La Relazione Economica





## La performance economico-finanziaria nel 2006

I risultati dell'esercizio 2006 del Gruppo Sanpaolo IMI hanno evidenziato rispetto al 2005 un significativo miglioramento delle componenti reddituali, grazie al forte impulso impresso ai ricavi. Il ROE (calcolato rapportando il risultato netto al patrimonio di fine periodo escluso l'utile) è salito al 17,6% dal 17,2% del precedente esercizio, nonostante l'iscrizione a conto economico degli oneri di integrazione e l'incremento delle riserve da valutazione incluse nel patrimonio. Il cost/income ha visto un netto miglioramento passando dal 56,8% del 2005 al 53,8% dell'esercizio 2006. Gli indici di rischiosità del credito si sono mantenuti su valori di assoluta eccellenza. Il margine di intermediazione lordo è aumentato del

10,9% grazie all'espansione delle principali componenti di ricavo. Il margine di intermediazione netto, nonostante il leggero aumento delle rettifiche di valore, è salito dell'11,4% rispetto al 2005. L'incremento dell'utile dell'operatività corrente è stato pari al 21,5%, traendo vantaggio essenzialmente dal favorevole andamento dei ricavi e scontando un incremento delle spese di funzionamento dell'esercizio del 5,2% rispetto al passato esercizio.

L'utile netto conseguito nel 2006 è stato pari a 2.148 milioni di euro, con un incremento dell'8,3% in raffronto al 2005, determinando un utile netto per azione di 1,15 euro.

### DATI ED INDICATORI ECONOMICI E FINANZIARI<sup>1</sup>

#### INDICI DI EFFICIENZA DEL PERSONALE

	2006	2005
Crediti verso clientela / Numero medio dei dipendenti	3,42	3,21
Margine di intermediazione netto / Numero medio dei dipendenti	0,19	0,18
Raccolta diretta e indiretta da clientela / Numero medio dei dipendenti	9,66	9,25

#### INDICI PATRIMONIALI

Patrimonio netto / Crediti verso clientela	9,1%	9,7%
Patrimonio netto / Raccolta diretta e indiretta da clientela	3,2%	3,4%

#### COEFFICIENTE DI SOLVIBILITÀ<sup>2</sup>

TIER 1 ratio (patrimonio di base / attività di rischio ponderate)	7,0%	7,4%
Total capital ratio (patrimonio di vigilanza / attività di rischio ponderate)	9,2%	9,4%

#### INDICI REDDITUALI

ROE <sup>3</sup>	17,6%	17,2%
Cost/income ratio <sup>4</sup>	53,8%	56,8%

#### INDICI DI RISCHIOSITÀ

Sofferenze nette su crediti verso clientela / Crediti verso clientela	0,7%	0,8%
Incagli netti su crediti verso clientela / Crediti verso clientela	0,7%	0,8%
Rettifiche di valore su crediti verso clientela in sofferenza / Sofferenze lorde su crediti verso clientela	77,5%	74,9%

1) Nel corso del 2006 le principali modifiche che hanno riguardato il perimetro di consolidamento del Gruppo sono riferibili all'inclusione, a fine anno, di Cassa dei Risparmi di Forlì, Panonska Banka e Bank of Alexandria nonché, già a partire dal secondo trimestre, di Banca Italo Albanese. Tali variazioni, essendo in prevalenza avvenute in chiusura di esercizio, non hanno determinato effetti sostanziali sul conto economico.

2) I coefficienti di solvibilità al 31/12/2005 sono stati rielaborati rispetto a quanto esposto nel Bilancio 2005 per tener conto delle disposizioni definitive "a regime" nonché di specifiche norme di transizione agli IAS/IFRS rese pubbliche dalla Banca d'Italia nel mese di aprile 2006.

3) Utile netto / Patrimonio netto di fine periodo (escluso l'utile).

4) Spese per il personale, altre spese amministrative e ammortamenti / Margine di intermediazione lordo. L'indicatore è calcolato sulla base dei valori espressi nel conto economico riclassificato.

## Il calcolo e la ripartizione del valore aggiunto

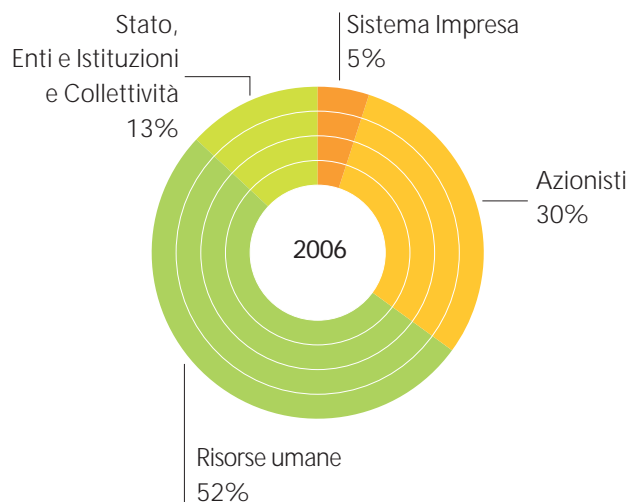
### La metodologia

Il valore aggiunto di un'impresa esprime la ricchezza prodotta dall'azienda nell'esercizio, come differenza tra ricavi netti e consumo di beni e servizi e rappresenta il raccordo contabile tra il Bilancio Consolidato ed il Bilancio Sociale. Il suo calcolo avviene infatti attraverso una diversa classificazione delle voci del conto economico, finalizzata ad evidenziare sia il processo di formazione del valore aggiunto aziendale sia la sua distribuzione, esprimendo in quantità monetarie i rapporti tra l'impresa ed il sistema socio-economico con cui interagisce, con particolare riferimento ad alcuni dei principali stakeholder:

- le risorse umane sotto forma di stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto, di quiescenza e simili, remunerazione della rete dei promotori finanziari;
- l'aggregato Stato, Enti ed Istituzioni e collettività, sotto forma di imposte (dirette ed indirette) e beneficenza;
- il sistema impresa in forma di accantonamento di risorse necessarie agli investimenti produttivi. In particolare, per le banche si deve considerare anche l'obbligo (fissato dagli specifici requisiti patrimoniali minimi imposti dagli organi di Vigilanza) di mantenere adeguati presidi patrimoniali a tutela dei depositanti;
- gli azionisti, sotto forma di dividendi.

Sotto il profilo metodologico, tra le diverse configurazioni che può assumere il valore aggiunto (a seconda del livello di aggregazione dei componenti reddituali), si è presa a riferimento quella del Valore Aggiunto Globale adottata nel modello ABI (Associazione Bancaria Italiana) di rendiconto agli stakeholder, che tiene conto delle specificità del mondo bancario.

### RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE

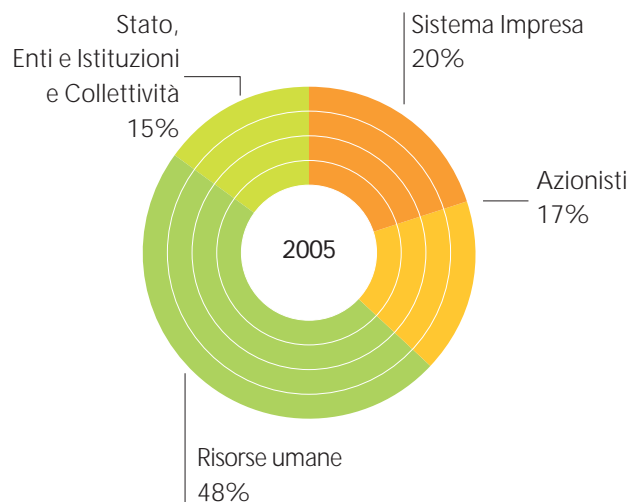


### La ripartizione del valore aggiunto

Il valore aggiunto globale lordo prodotto dal Gruppo nel 2006 ha subito un incremento di circa 668 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente (da 6.703 milioni di euro a 7.371 milioni di euro). Tale aumento è determinato dalla crescita del valore aggiunto caratteristico lordo per effetto dell'incremento dei ricavi netti.

La ripartizione del valore aggiunto 2006 ha risentito dell'operazione di fusione intervenuta tra Sanpaolo IMI e Banca Intesa. Si evidenzia infatti un notevole incremento dei fondi distribuiti ai soci, privati e fondazioni, attraverso il dividendo e alle risorse umane, anche attraverso i piani di incentivazione all'esodo. In particolare:

- le risorse umane hanno beneficiato di un maggior contributo in termini percentuali del 18,7% osservando un incremento del valore aggiunto distribuito di 603 milioni di euro rispetto al 2005. L'incremento trova spiegazione sia nel già citato piano di incentivazione all'esodo (451 milioni di euro) sia nella maggiore remunerazione dei dipendenti per 106 milioni di euro e dei promotori finanziari per 46 milioni di euro;
- il dividendo distribuito agli azionisti ha registrato un incremento del 97,5% rispetto al 2005 attestandosi a 2.220 milioni di euro. Tale dividendo è costituito da una quota di dividendo ordinario di 0,22 euro e da una quota di dividendo straordinario di 0,18 euro per ogni azione ordinaria Intesa Sanpaolo S.p.A.;
- l'aggregato Stato, Enti ed Istituzioni e collettività non ha presentato significative variazioni in termini assoluti, diminuendo conseguentemente in termini percentuali dal 15% al 13%. Il complesso delle risorse attribuite a tale aggregato sfiora 1 miliardo di euro;
- il sistema impresa, a seguito della distribuzione del dividendo ordinario e straordinario, ha visto sostanzialmente azzerarsi la quota di utile patrimonializzata ed ha beneficiato solo della quota di ammortamento delle immobilizzazioni del Gruppo pari a 401 milioni di euro.



## PROSPETTO ANALITICO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO

Voci di bilancio	2006 (€/mil)	2005 (€/mil)
10. Interessi attivi e proventi assimilati	9.837	8.235
40. Commissioni attive	4.084	4.166
70. Dividendi e proventi simili	259	475
80. Risultato netto dell'attività di negoziazione	715	104
90. Risultato netto dell'attività di copertura	(6)	(4)
100. Utili (perdite) da cessione di riacquisto di:	540	394
a) crediti	80	57
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	456	347
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-
d) passività finanziarie	4	(10)
110. Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al fair value	(127)	219
220. Altri oneri/proventi di gestione	53	74
240. Utili (perdite) delle partecipazioni	128	70
<b>A TOTALE RICAVI NETTI</b>	<b>15.483</b>	<b>13.733</b>
20. Interessi passivi e oneri assimilati	(4.914)	(3.786)
50. Commissioni passive <sup>1</sup>	(451)	(377)
180 b. Altre spese amministrative (al netto di imposte indirette ed elargizioni e liberalità) <sup>2</sup>	(1.563)	(1.456)
130. Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	(449)	(442)
a) crediti	(410)	(437)
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	(5)	(1)
c) attività finanziarie detenute sino a scadenza	-	-
d) altre operazioni finanziarie	(34)	(4)
190. Accantonamenti netti ai fondi per rischi ed oneri	(179)	(53)
200. Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali (esclusi ammortamenti) <sup>2</sup>	-	-
210. Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali (esclusi ammortamenti) <sup>2</sup>	-	-
260. Rettifiche di valore dell'avviamento	-	(1)
<b>B TOTALE CONSUMI</b>	<b>(7.556)</b>	<b>(6.115)</b>
150. Premi netti	2.865	3.599
160. Saldi altri proventi/oneri della gestione assicurativa	(3.469)	(4.496)
<b>C RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA</b>	<b>(604)</b>	<b>(897)</b>
<b>D VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>7.323</b>	<b>6.721</b>
250. Risultato netto della valutazione al fair value delle attività materiali e immateriali	-	-
270. Utili (perdite) da cessione di investimenti	28	17
310. Utile (perdita) dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	20	(35)
<b>E VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO<sup>3</sup></b>	<b>7.371</b>	<b>6.703</b>
Ammortamenti <sup>(4)</sup>	(401)	(437)
<b>F VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>6.970</b>	<b>6.266</b>
180. a Spese per il personale	(3.823)	(3.220)
180. b Altre spese amministrative: imposte indirette <sup>4</sup>	(49)	(56)
180. b Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità <sup>4</sup>	(2)	(2)
<b>G RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>3.096</b>	<b>2.988</b>
290. Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	(894)	(948)
330. Utile (perdita) d'esercizio di pertinenza di terzi	(54)	(57)
<b>H RISULTATO D'ESERCIZIO DI PERTINENZA DELLA CAPOGRUPPO</b>	<b>2.148</b>	<b>1.983</b>

## PROSPETTO DI RIPARTO DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO

Voci di bilancio	2006 (€/mil)	2005 (€/mil)
<b>A TOTALE RICAVI NETTI</b>	<b>15.483</b>	<b>13.733</b>
<b>B TOTALE CONSUMI</b>	<b>(7.556)</b>	<b>(6.115)</b>
<b>C RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA</b>	<b>(604)</b>	<b>(897)</b>
<b>D VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>7.323</b>	<b>6.721</b>
<b>E VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>7.371</b>	<b>6.703</b>
Ripartito tra:		
<b>1. SOCI - Dividendi distribuiti ai soci</b>	<b>2.220</b>	<b>1.124</b>
Privati	1.532	747
Fondazioni <sup>5</sup>	688	377
<b>2. Risorse umane</b>	<b>3.823</b>	<b>3.220</b>
a) Spese del personale:	3.823	3.220
- costo lavoratori subordinati: spese del personale per contratti a tempo indeterminato e determinato	3.396	2.839
- costo altre collaborazioni <sup>6</sup>	427	381
<b>3. Sistema, enti, istituzioni (Amministrazione Centrale e Periferiche)</b>	<b>943</b>	<b>1.004</b>
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	49	56
Imposte sul reddito dell'esercizio	894	948
<b>4. Collettività e ambiente</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Elargizioni e liberalità	2	2
<b>5. Sistema impresa</b>	<b>383</b>	<b>1.353</b>
Riserve non distribuite	-18	916
Ammortamenti	401	437
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>7.371</b>	<b>6.703</b>

1) Il dato differisce da quello del Conto Economico esposto nel fascicolo di bilancio a seguito della riclassifica di 381 milioni di euro per il 2005 e 427 milioni di euro per il 2006 relativa a compensi alla rete dei promotori finanziari Fideuram, riclassificati nella voce 180.a Spese per il personale.

2) Il dato differisce da quello del Conto Economico esposto nel fascicolo di bilancio a seguito della specifica evidenziazione a voce propria degli importi contrassegnati nella nota (4).

3) Si evidenzia che la voce Rettifiche di valore su avviamenti che nel 2005 presentava un importo di 47 milioni di euro (voce 240 del conto economico) e che nel prospetto di ripartizione del Valore Aggiunto Globale Lordo è stata inserita nel Sistema Impresa, nel 2006 in base alle nuove disposizioni dell'ABI tale voce è stata esposta nella parte relativa al Totale Ricavi netti.

4) Dato esposto a voce propria nello schema di determinazione del valore aggiunto.

5) Il dato si riferisce ai dividendi corrisposti da Sanpaolo IMI alle varie Fondazioni partecipanti al capitale della Banca la cui missione è individuabile nell'attuazione di interventi in campo sociale, artistico e scientifico a favore della collettività.

6) L'importo si riferisce ai compensi alla rete dei promotori finanziari.



A photograph of a sunset over the ocean. The sun is a bright yellow circle in the upper center, with its light reflecting on the water's surface. In the foreground, the dark, out-of-focus silhouette of a boat's railing is visible, creating a frame around the scene. The sky is a gradient of orange and red, and the water is a mix of blue and orange.

# La Relazione Sociale



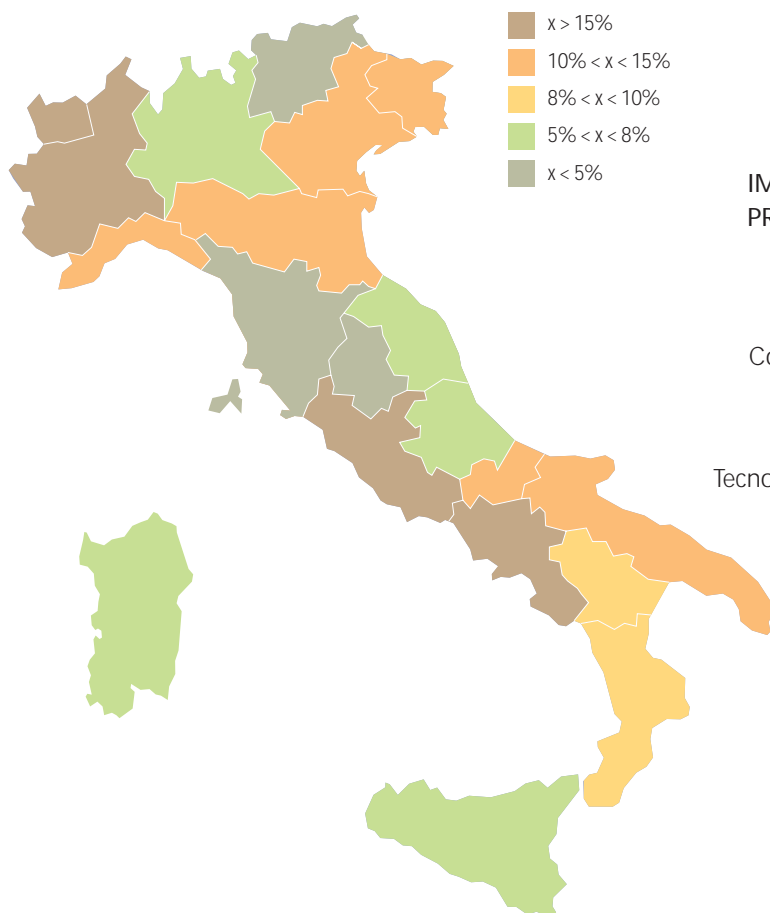


Orientamenti

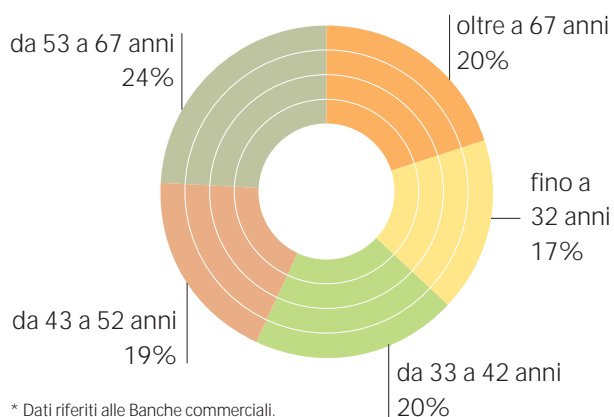
I clienti del Gruppo Sanpaolo IMI erano a fine dicembre 2006 circa 7 milioni, di cui circa 6,5 milioni clienti privati e small business (professionisti, negozianti, piccole imprese familiari, ecc.) e oltre 80.000 imprese. I clienti delle Banche estere del Gruppo ammontano complessivamente a oltre 2,2 milioni.

Le Banche del Gruppo hanno erogato crediti, sotto forma di finanziamenti a breve e lungo termine, mutui, prestiti personali, per un totale di circa 160 miliardi di euro a fine 2006. Le imprese medio/grandi e i grandi gruppi rappresentano insieme circa il 25% del portafoglio impieghi mentre piccole e medie imprese e famiglie produttrici, che comprendono professionisti, artigiani, commercianti e altri piccoli operatori economici, sono destinatarie di circa il 27% del totale dei crediti.

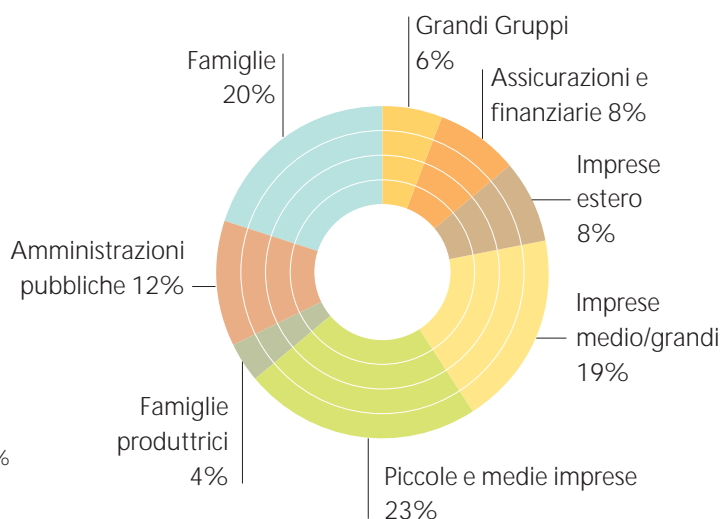
**QUOTE DI MERCATO REGIONALI DEGLI IMPIEGHI A CLIENTELA**



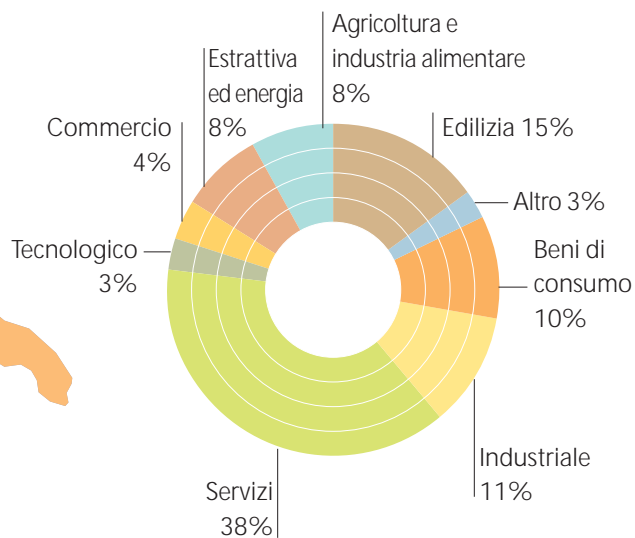
**CLIENTI PER FASCE DI ETÀ\***



**IMPIEGHI PER TIPO DI DESTINATARIO**



**IMPIEGHI A IMPRESE E FAMIGLIE PRODUTTRICI PER SETTORE**



**OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI****Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2005**

Rafforzare la relazione di fiducia con i clienti a partire da un'attenta analisi dei loro bisogni e attraverso un servizio altamente specializzato per rispondere in modo mirato alle specifiche esigenze dei diversi segmenti di clientela.

**Azioni e risultati raggiunti nel 2006**

Sono stati effettuati consistenti investimenti per migliorare il presidio del territorio: sono state create figure professionali appositamente formate, per il supporto dei gestori family, personal e small business sul territorio, con approccio commerciale differenziato per garantire la specializzazione del servizio.  
Sulla base dell'analisi dei bisogni dei clienti imprese, è stata ampliata la gamma di prodotti con particolare attenzione alle tematiche ambientali e sono stati sottoscritti diversi accordi (Confindustria Mezzogiorno per la ricerca, accordi con banche estere, Bond di Distretto, ecc.).  
È stato promosso il MAC per facilitare l'accesso delle PMI al capitale di rischio.

Mantenere il forte impegno sulla trasparenza, anche tramite la semplificazione di prodotti e servizi, e sviluppo di nuovi canali e modalità di comunicazione ed informazione da e verso i clienti.

Semplificazione della contrattualistica (Programma Lean Bank).  
Razionalizzazione della gamma di offerta e delle procedure di concessione del credito (nuovo Prestito Sanpaolo, nuovo mutuo a durata variabile).  
Iniziativa di rinegoziazione dei mutui a tasso variabile.

Incentivare l'uso dei canali diretti da parte della clientela ampliando le funzionalità disponibili e ponendo la massima attenzione alla tutela della sicurezza, per aumentare la comodità di utilizzo dei prodotti e servizi bancari.

Ampliamento della gamma dei servizi disponibili su Internet, nuove funzionalità di pagamento e nuovi servizi dispositivi.  
Sistemi di sicurezza innovativi (OTP - one time password key)  
Diffusione di nuovi ATM web.

**Obiettivo presente nel Bilancio Sociale 2004**

Redazione e diffusione di una policy contenente i principi che guidano i comportamenti verso i clienti imprese relativamente ai prodotti derivati, al fine di garantire l'omogeneità dei comportamenti e di creare un'occasione di condivisione dei valori sui temi suddetti

**Azioni e risultati raggiunti nel 2006**

Diffusione della policy sui derivati a tutti i dipendenti a dicembre 2006.



## L'organizzazione della Banca al servizio dei clienti

La Banca Nazionale dei Territori è un modello innovativo che supera le concezioni tradizionalmente contrapposte di modello accentrato e di modello federale. Si fonda su un corporate centre che svolge una fondamentale funzione di indirizzo, coordinamento e stimolo all'innovazione e sulla contemporanea valorizzazione delle radici locali e delle opportunità derivanti dalla prossimità e dalle relazioni storiche e consolidate con la clientela.

In questo contesto quindi la rete non è solo rete di vendita, ma banca di relazione in cui il territorio è al centro: un complesso sistema distributivo e di contatto con le comunità locali.

In quanto serbatoio di conoscenze, talenti e potenziale inespresso, ai Territori viene consegnata una particolare responsabilità nella definizione di obiettivi, approcci, strumenti.

Vicinanza al cliente, servizio personalizzato per i diversi segmenti di clientela, professionalità, proattività e competenza per gestire una relazione con il cliente duratura nel tempo sono gli elementi distintivi del modello di Banca Nazionale dei Territori, che presuppongono l'effettivo coinvolgimento di tutte le risorse su obiettivi, strategie, logiche e processi commerciali.



Ivano Bernardi

## IL PIANO COMMERCIALE 2007

Coerentemente con il modello di Banca Nazionale dei Territori, il piano commerciale 2007 è frutto del dialogo con i mercati territoriali. Le azioni commerciali sono correlate con le specifiche esigenze e opportunità locali. Il percorso di costruzione del piano è stato avviato nella primavera del 2006, con un incontro con i responsabili di mercato dedicato alla condivisione delle logiche. Sono stati quindi costituiti dei gruppi di lavoro per formulare le linee guida della pianificazione commerciale. In autunno si è proceduto alla stesura del piano e alla raccolta dei feed back dei mercati. Il processo si è concluso nel novembre 2006, con una sessione di due giorni dedicata alla revisione congiunta e alla stesura definitiva del piano. Il piano è costituito da 14 azioni strategiche che devono essere realizzate da tutte le filiali del Gruppo e 37 azioni integrative territoriali, inserite in un menù commerciale, all'interno del quale i mercati possono decidere, trimestralmente, quali azioni attivare e quali filiali coinvolgere.

Si è così realizzata una pianificazione commerciale personalizzabile sulle esigenze del mercato e più efficiente nelle soluzioni a disposizione, che garantisce allo stesso tempo omogenei standard metodologici e qualitativi alle azioni territoriali diffondendo su tutta la Rete uno stile commerciale distintivo del Gruppo.

## La specializzazione dei punti operativi

### DISTRIBUZIONE TERRITORIALE AL 31/12/2006

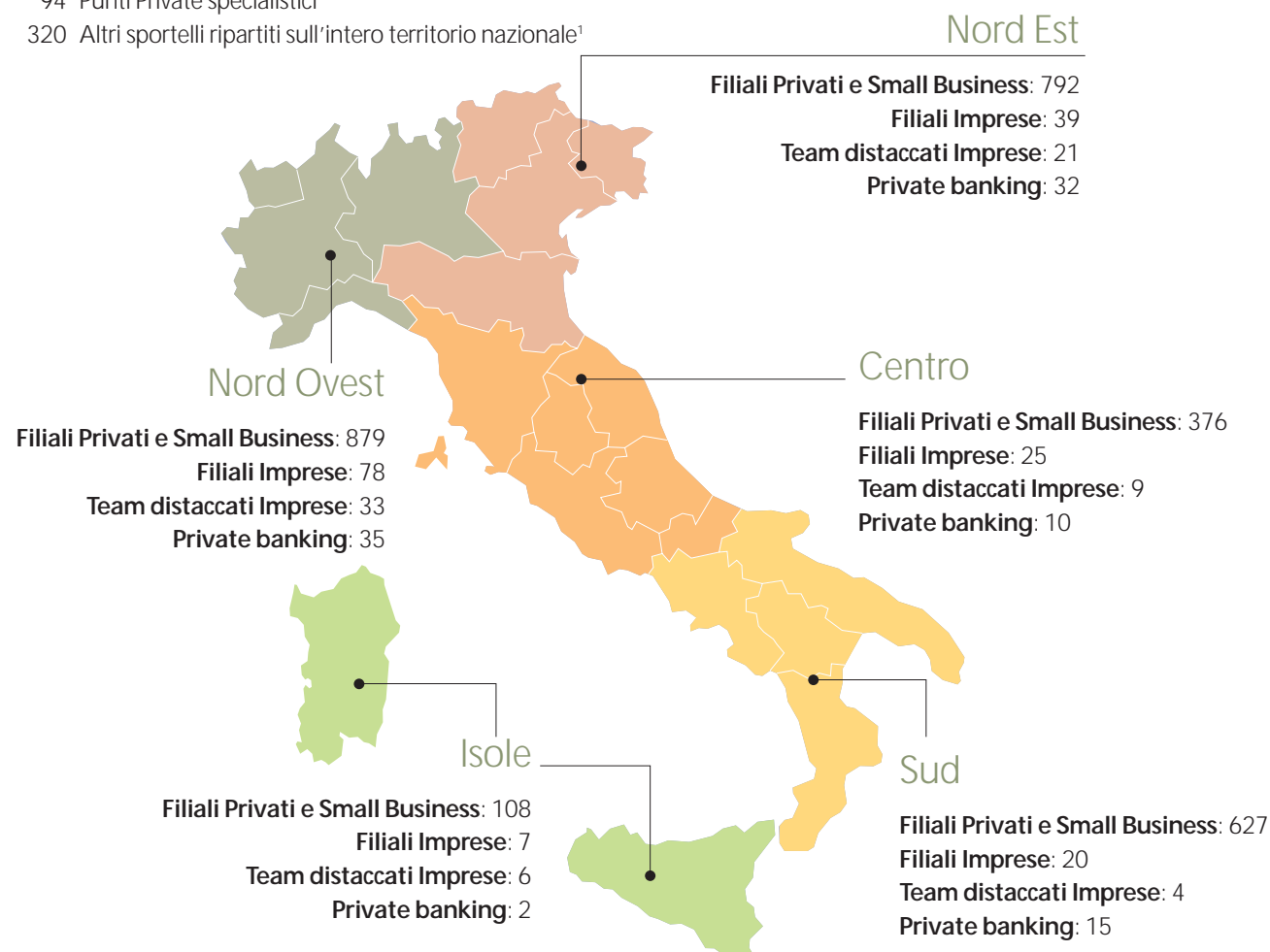
2.782 Filiali Privati e Small Business

169 Filiali Imprese

73 Team distaccati Imprese

94 Punti Private specialistici

320 Altri sportelli ripartiti sull'intero territorio nazionale<sup>1</sup>



Il Gruppo ha inoltre una rete di oltre 4.000<sup>2</sup> ATM (Bancomat), di cui è proseguita nel corso del 2006 l'attività di sostituzione con apparecchiature dotate di tecnologia Web (rappresentavano il 9% degli ATM a fine 2005, il 17% a fine 2006). Gli ATM Web sono apparecchiature che consentono di gestire una più ampia gamma di servizi tra cui la disposizione di bonifici, il prelievo veloce, il versamento di contanti e di assegni. Grazie alla tecnologia

Internet Protocol (IP) è stato inoltre possibile introdurre sulle apparecchiature schermi sensibili al tatto (touch screen), che permettono l'utilizzo di tasti a video (pur senza rinunciare alle tradizionali tastiere). Le macchine più evolute, inoltre, consentono anche il riutilizzo del denaro versato per operazioni di prelievo (secondo le norme previste dalla Banca Centrale Europea) garantendo, di fatto, una maggiore disponibilità del prelievo di contante per la clientela.

<sup>1</sup>) Distaccamenti di filiali, punti di consulenza, Punti Domus, sportelli di Tesoreria, ecc.  
<sup>2</sup>) Dato riferito alle Banche commerciali



## La comodità di accesso dei servizi bancari

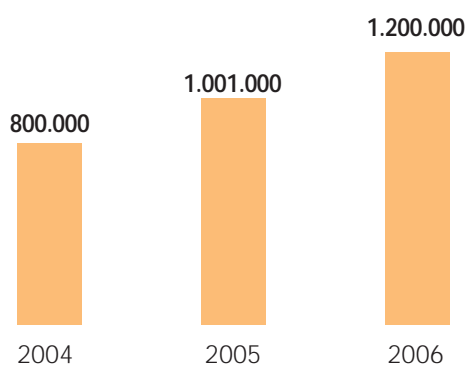
### I canali diretti

Accanto alla prossimità fisica delle filiali, il Gruppo mette a disposizione i suoi servizi anche attraverso altri canali - internet, telefono e televisione - che consentono al cliente un accesso diretto e sicuro all'operatività bancaria.

Nel corso dell'anno la gamma di servizi disponibili tramite i canali diretti è stata ulteriormente arricchita, in particolare con nuove funzionalità di pagamento RAV sul canale internet, e l'ampliamento dell'offerta per la negoziazione in titoli, grazie al lancio di una nuova piattaforma di trading on line con funzionalità evolute. Il numero di contratti ha registrato nel corso dell'anno una crescita costante, che ha portato a chiudere il 2006 con oltre 1.200.000 contratti multicanale in vita. Tale incremento è stato ancora più significativo negli ultimi mesi dell'anno, grazie al lancio della nuova gamma di conti correnti, che prevedono condizioni particolarmente vantaggiose per gli utilizzatori dei canali diretti.

Sempre elevati i livelli di automazione delle operazioni, che su bonifici e titoli hanno raggiunto rispettivamente il 34% e il 72% del totale delle transazioni.

### NUMERO DI CONTRATTI MULTICANALE



Nel corso dell'anno è stata completata anche l'attività di revisione del layout grafico dei siti internet del Gruppo, in modo da offrire ai clienti un'esperienza di navigazione semplice e piacevole al tempo stesso, anche tenendo conto di alcune delle principali raccomandazioni del W3C relative alla "Web Accessibility", per renderli consultabili in modo più agevole anche ad utenti portatori di handicap. È stata introdotta ad esempio la possibilità di attivare i principali link di navigazione anche attraverso apposite combinazioni di tasti in alternativa al click del mouse.

## LEAN BANK

Il programma Lean Bank è nato con l'obiettivo di industrializzare le procedure della Banca in modo da garantire modalità di interazione con il cliente caratterizzate da un miglior livello di servizio (minori tempi di esecuzione, diminuzione della frequenza di errori, ecc.) e ottenere contemporaneamente più risorse, in termini di persone e di tempo, da destinare al rafforzamento delle attività commerciali e relazionali.

Il miglioramento dei processi permette di ridurre l'impegno del personale di filiale nelle attività amministrative ad alto assorbimento di tempo-risorse (operatività di sportello, processo del credito, gestione dei contratti, applicazione di condizioni particolari, back office, corrispondenza, informativa e archivi), aumentandolo in attività a più alto valore aggiunto e offrendo al cliente un servizio sempre più efficiente. Al personale coinvolto nel progetto sarà dedicata una specifica programmazione di interventi formativi per il miglior utilizzo delle innovative procedure informatiche messe a disposizione.

*Accanto alla prossimità fisica delle sue filiali, il Gruppo Sanpaolo IMI mette a disposizione i suoi servizi bancari anche attraverso altri canali - internet, telefono e televisione - che consentono al cliente un accesso diretto e sicuro all'operatività bancaria*

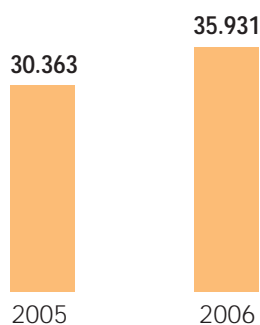


La struttura dell'Internet banking dedicata ai clienti imprese è stata arricchita per rispondere alle loro molteplici esigenze, offrendo una gamma di servizi sempre più qualificati ed innovativi.

La risposta ai bisogni manifestati è stata ricercata anche attraverso una rimodulazione dell'intera offerta (Nuovo Contratto Remote Banking), sia in termini di contenuti di servizio sia nell'ottica di personalizzazione del costo alle effettive esigenze operative del cliente. Si è inoltre provveduto ad una completa revisione dei contratti finalizzata al miglioramento della trasparenza degli accordi e delle relazioni.

I clienti imprese che utilizzano i servizi di Internet Banking sono passati da 30.363 di fine 2005 a 35.931 a fine 2006 con un incremento di circa il 20%.

#### CLIENTI IMPRESE DI INTERNET BANKING



Il sito internet informativo dedicato alle imprese ha continuato la promozione dei contenuti di aggiornamento e approfondimento in tema di gestione aziendale: notizie e dossier, schede agevolazioni, scadenziari e banche dati.

In quest'ambito sono stati sistematicamente pubblicati focus d'attualità riguardanti la competitività delle aziende: innovazione, efficienza energetica, internazionalizzazione, con particolare attenzione agli incentivi pubblici collegati a questi investimenti. Oltre al tema della razionalizzazione dei consumi, l'innovazione di processo è stata in generale promossa con rubriche di approfondimento dedicate alla ricerca

applicata e all'innovazione tecnologica. Sono state pubblicate storie di successo, al fine di offrire un servizio di visibilità alle aziende innovative e diffondere tramite le best practice descritte la cultura dell'innovazione.

È continuato inoltre l'aggiornamento del canale Orizzonti Europei al fine di presentare l'evoluzione della finanza agevolata comunitaria anticipando la programmazione delle risorse UE per il 2007/2013. La rubrica "Fare Impresa in Cina" ha inoltre aiutato le imprese a valutare le opportunità e le modalità per ampliare il business in estremo oriente. In collaborazione con il Sole 24 Ore Radiocor, Sanpaolo Imprese propone mensilmente una newsletter dedicata alla Cina: studi di settore, ricerche, casi aziendali di successo.



Anna Iandolino

#### La tutela della sicurezza informatica e transazionale

Il 2006 ha registrato un costante incremento di tentativi di truffe online, rivolte a carpire in modo fraudolento i codici di accesso degli utilizzatori dei servizi di home banking sia tramite l'invio di false e-mail che sembrano provenire dalla banca stessa ma invece rimandano al sito del truffatore sia attraverso virus informatici che riescono a registrare i tasti digitati dall'utente all'accesso dei siti (Keylogging). La sicurezza e la tutela non solo del patrimonio, ma anche della privacy dei nostri clienti è per noi una priorità assoluta, che contraddistingue il reciproco rapporto di fiducia e collaborazione.

Il servizio di Internet Banking Sanpaolo è stato il primo in Italia ad ottenere nel 2002 il certificato di conformità allo standard BS 7799 relativo al sistema di gestione della sicurezza delle informazioni, ed è oggi certificato secondo lo standard internazionale ISO/IEC 27001 che recepisce la norma BS 7799.

Per proteggere i nostri clienti da possibili truffe, alle attività già messe in piedi nell'anno precedente – tra le quali ricordiamo diverse azioni di informazione ed education rivolte alla clientela, una continua attività di monitoraggio e controllo, e il servizio gratuito di avviso tramite SMS dell'esecuzione di bonifici disposti tramite il sito internet – si è aggiunto nel corso del 2006 un

accordo con Symantec, società leader di mercato nei servizi di disponibilità e sicurezza dell'informazione, che consente ai titolari del Servizio di Banca Diretta di acquistare i prodotti Norton Internet Security 2007 con il 40% di sconto. Queste attività hanno consentito al Gruppo di contenere significativamente il fenomeno delle frodi.

Ad integrazione e completamento di questo percorso, nel 2006 sono inoltre iniziate le attività di analisi e progettazione finalizzate ad allineare le procedure di autenticazione sui canali diretti ai migliori standard internazionali in tema di accesso sicuro, salvaguardando nel contempo il più possibile la facilità di utilizzo da parte dei clienti.

A partire dai primi mesi del 2007 infatti le procedure di autenticazione del servizio Banca Diretta su tutti i canali disponibili (Internet, Phone, Mobile, Digitale Terrestre e Customer Service) verranno modificate, con l'adozione di un unico sistema di autenticazione a due fattori, di tipo One Time Password, al momento dell'accesso del cliente ai sistemi informativi e/o in fase di attività dispositiva. Per accedere ai servizi di Banca Diretta il cliente dovrà inserire il suo Codice Titolare, un PIN di 5



caratteri numerici da lui definito e la One Time Password dinamica, generata da un apposito dispositivo.

I dispositivi One Time Password verranno

distribuiti attraverso le nostre filiali a tutti i clienti utilizzatori dei canali diretti in comodato d'uso gratuito, nell'arco del primo semestre 2007 (periodo di transizione che vedrà la temporanea coesistenza della vecchia e della nuova modalità di autenticazione).

Nel 2006 sono proseguiti gli ingenti investimenti mirati all'utilizzo della tecnologia Microchip European Mastercard & Visa (EMV) che consente di incrementare sensibilmente la sicurezza nelle transazioni effettuate con carte di pagamento. Si stima che a fine 2006 fossero già abilitate per la tecnologia Microchip EMV il 50% delle apparecchiature POS, circa il 15% delle carte di debito (circa il 60% delle carte di credito sono già dotate di microchip) e oltre il 15% degli ATM.

Continuando a perseguire l'obiettivo di garantire maggiore sicurezza nell'uso delle carte di pagamento e di ridurre le frodi, Sanpaolo IMI, in occasione dei Giochi Olimpici invernali 2006 di Torino, ha introdotto nuove tipologie di carte prepagate ricaricabili, caratterizzate dalla presenza del chip e di un Pin da digitare per la verifica dell'autenticità del titolare.

Il 2006 è stato inoltre caratterizzato dall'adozione per tutte le carte di debito della Banca di una nuova modalità autorizzativa (denominata OLI, acronimo di "On line to Issuer") che consente, a fronte di ogni

prelievo o pagamento effettuato con la carta in Italia e all'estero, di verificare in tempo reale il saldo disponibile di conto corrente su cui è rilasciata la carta stessa; tale innovazione, consentendo un contenimento del rischio collegato alla carta, aumenta la possibilità per la clientela di accedere sia agli strumenti di debito (carte di debito) sia, indirettamente, a quelli legati al credito (carte di credito, carte revolving, finanziamenti, aperture di credito).

Al fine di fornire alla clientela un ulteriore strumento per la riduzione dell'uso del contante, coerentemente con le strategie adottate in materia sia in ambito europeo sia in ambito nazionale, sono state introdotte le nuove Soldintasca Borsellino: si tratta di tessere emesse in forma anonima, con le quali è possibile attivare più borsellini di moneta elettronica (sostituendo nel tempo con borsellini nuovi quelli esauriti), che possono essere utilizzati per prelevare in Italia e all'estero e per effettuare acquisti sul circuito internazionale Visa Electron.

Tra le iniziative progettuali condotte nel corso del 2006, ma le cui funzionalità saranno rilasciate nella prima parte del 2007, si segnala l'estensione anche alle carte di debito<sup>2</sup> della conferma via SMS delle transazioni effettuate, finalizzata al monitoraggio dell'operatività e alla prevenzione delle frodi (implementazione collegata alla citata introduzione dell'OLI).

*Il servizio di internet banking  
è stato il primo della Banca  
ad essere certificato per la sicurezza*

<sup>2</sup> Il servizio è già attivo per le carte di credito emesse da Cartasi e CFS

## L'apertura al dialogo e all'ascolto

Le trasformazioni che negli ultimi anni hanno caratterizzato il mercato finanziario hanno inciso profondamente sul rapporto tra la banca e i clienti. La fiducia dei nostri clienti si può raggiungere solo attraverso una più approfondita conoscenza delle loro aspettative, dei loro bisogni e delle loro opinioni. Riteniamo che approfondire il confronto con i clienti - sia chiedendo loro un giudizio sui nostri servizi sia analizzando le segnalazioni e le domande che ci vengono inviate - possa consentirci di continuare a migliorare la qualità e l'efficienza dei servizi offerti.

### I canali di comunicazione e di ascolto

Accanto alla presenza costante e attenta delle persone che lavorano in tutti i punti operativi, la Banca mantiene aperti numerosi altri canali di ascolto e dialogo con i clienti.

In particolare attraverso i diversi siti internet del Gruppo è possibile contattare il Servizio Clienti, per avere informazioni sui prodotti, assistenza all'utilizzo dei canali diretti e chiarimenti operativi sui servizi della Banca.

*Riteniamo che approfondire  
il confronto con i clienti  
possa consentirci di continuare  
a migliorare la qualità  
e l'efficienza dei servizi offerti*

Anche le comunicazioni rivolte verso i clienti hanno visto nel corso dell'anno un allargamento dei canali di contatto, con la possibilità, grazie allo sviluppo di nuove funzionalità di messaggistica "One to One", di offrire ai clienti comunicazioni personalizzate all'interno dell'area operativa del sito internet.

Nel corso dell'anno i servizi di contatto telefonico, tramite il numero verde "La Tua Banca Risponde", dedicati ad informazioni ed assistenza a 360 gradi verso clienti e non clienti delle Banche del Gruppo, hanno visto una continua crescita di utilizzo e gradimento, arrivando a gestire circa 70.000 chiamate nel corso dell'anno.

### Le indagini sulla soddisfazione dei clienti

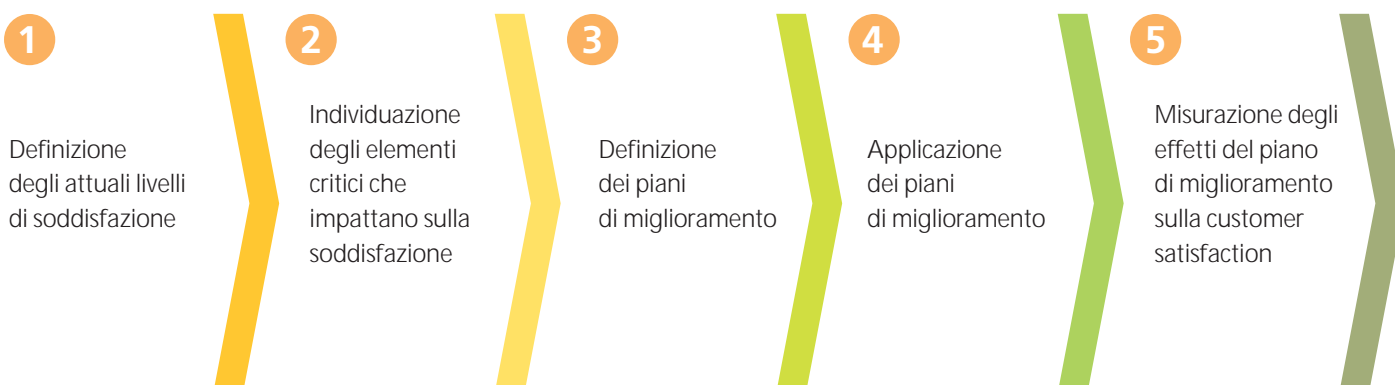
Il miglioramento della qualità percepita e del livello di soddisfazione dei clienti sono obiettivi verso i quali si dirigono gli sforzi quotidiani del nostro Gruppo.

L'attenzione verso il cliente e la sua soddisfazione e verso l'evoluzione dei suoi bisogni e delle sue preferenze hanno indotto la Banca a definire un piano di indagini attraverso il quale monitorare la qualità attesa e le variazioni del livello di soddisfazione dei clienti a fronte delle attività intraprese.

Nello svolgimento di tale attività la Banca pone la massima attenzione alla tutela della privacy e cerca di ridurre al minimo il livello di invasività nei contatti con i clienti.

Nel corso del 2006 è stato messo a punto uno specifico progetto di miglioramento della soddisfazione dei clienti che segue lo schema di intervento rappresentato qui di seguito.

L'obiettivo di questo progetto è di legare in maniera sistematica le informazioni derivate dalle indagini sulla soddisfazione dei clienti ad iniziative concrete e coerenti con quanto evidenziato dalle indagini stesse.



## PROSPETTO DELLE INDAGINI CONDOTTE NEL CORSO DEL 2006

Attività	Obiettivi	Target	Metodologia/campionamento
Indagine sulla soddisfazione dei clienti <i>Retail</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitorare il grado di soddisfazione e recepire le valutazioni dei clienti sull'attuale offerta di prodotti e sull'adeguatezza dei servizi offerti</li> </ul>	Clienti famiglie e alto profilo delle Banche commerciali	<ul style="list-style-type: none"> <li>17.200 interviste telefoniche</li> </ul>
Indagine sui clienti <i>Private</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rilevare il grado di soddisfazione e valutare la percezione del cliente rispetto all'evoluzione del modello di servizio</li> </ul>	Clienti Private delle Banche commerciali	<ul style="list-style-type: none"> <li>Questionario inviato a circa 40.000 clienti Private.</li> </ul>
Indagine sui clienti Imprese	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitorare il grado di soddisfazione e recepire le valutazioni dei clienti sull'attuale offerta di prodotti e sull'adeguatezza dei servizi offerti</li> </ul>	Clienti imprese delle Banche commerciali	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interviste telefoniche ad un campione di 3.800 clienti e di 3.800 non clienti distribuiti uniformemente sul territorio</li> </ul>
Indagine sui nuovi clienti Sanpaolo IMI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizzare e comprendere il processo decisionale dei clienti e le motivazioni che hanno indotto i nuovi clienti ad aprire il proprio conto corrente presso una della banche del Gruppo Sanpaolo IMI</li> </ul>	Clienti delle Banche commerciali	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.200 interviste telefoniche a nuovi clienti (nuovi codici fiscali)</li> </ul>
Indagine di customer defection Friulcassa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Individuare le ragioni di abbandono della clientela, confrontando quanto emerso con il punto di vista del personale</li> </ul>	Clienti retail Friulcassa	<ul style="list-style-type: none"> <li>200 clienti che hanno lasciato la Banca</li> <li>Gestori Family e Personal di Friulcassa</li> </ul>
Indagine Carive	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizzare l'attuale modello relazionale e di servizio esistente tra banca e cliente</li> <li>Individuare le aree critiche</li> </ul>	Clienti retail Carive	<ul style="list-style-type: none"> <li>Focus group: 2 gruppi di discussione con clienti famiglie e 2 gruppi con clienti alto profilo</li> </ul>
Indagine di mercato sul "Prestito Sanpaolo"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizzare l'efficacia delle campagne pubblicitarie di prodotto attivate</li> </ul>	Clienti retail delle Banche commerciali	<ul style="list-style-type: none"> <li>500 interviste telefoniche agli acquirenti del prodotto</li> <li>300 interviste al personale delle Banche commerciali coinvolto nella vendita del prodotto</li> </ul>
Indagine di mercato sulla campagna "previdenza"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizzare l'efficacia delle campagne pubblicitarie di prodotto attivate</li> </ul>	Clienti retail delle Banche commerciali	<ul style="list-style-type: none"> <li>500 interviste telefoniche agli acquirenti del prodotto</li> <li>300 interviste al personale delle Banche commerciali coinvolto nella vendita del prodotto</li> </ul>
Indagine di mercato "nuova gamma dei conti correnti (Contutto - Zerotondo)"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizzare l'efficacia delle campagne pubblicitarie di prodotto attivate</li> </ul>	Clienti retail delle Banche commerciali	<ul style="list-style-type: none"> <li>600 interviste telefoniche agli acquirenti dei nuovi conti correnti (Contutto - Zerotondo)</li> </ul>
Indagine quali-quantitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Approfondire punti di eccellenza e punti di criticità delle Banche commerciali</li> <li>Analizzare il processo di formazione delle aspettative e valutazione dei rendimenti degli investimenti</li> <li>Definire il livello di cultura finanziaria dei clienti e l'efficacia delle campagne pubblicitarie di prodotto attivate</li> </ul>	Clienti retail delle Banche commerciali	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fase qualitativa: 50 colloqui in profondità</li> <li>Fase quantitativa: 525 interviste di persona</li> </ul>

### Indagine sulla customer satisfaction dei clienti Retail

Il piano delle ricerche di customer satisfaction 2006/2007 prevede da ottobre 2006 e per tutto il 2007 la realizzazione di una indagine continuativa sulla clientela appartenente ai segmenti delle famiglie e dei clienti ad alto profilo delle Banche commerciali del Gruppo. Nel 2006 l'indagine è stata condotta attraverso la realizzazione di 17.200 interviste telefoniche e ha perseguito i seguenti obiettivi:

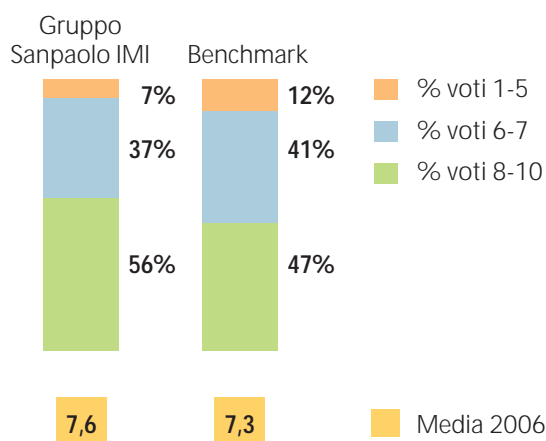
- la valutazione del livello di soddisfazione della clientela nei confronti del personale e dell'agenzia, dei prodotti e servizi, della relazione commerciale, dell'esperienza in filiale, del rapporto con la banca, il passaparola e gli atteggiamenti futuri;
- l'analisi della relazione del cliente con il mondo bancario.

Il disegno di ricerca ha previsto anche un'indagine per confrontare la soddisfazione dei clienti del Gruppo con quella dei clienti dei concorrenti all'interno di ogni area di riferimento.

I risultati evidenziano che la valutazione media di soddisfazione complessiva dei clienti Sanpaolo IMI è 7,6 statisticamente superiore al dato relativo al mondo bancario, e come nel passato spiccano i positivi giudizi sul personale di filiale (8,4).

L'indagine ha inoltre evidenziato che il 56% della clientela del Gruppo Sanpaolo IMI esprime giudizi di eccellenza attraverso i massimi voti della scala.

### TREND DEL GRADO DI SODDISFAZIONE DEI CLIENTI DEL GRUPPO SANPAOLO IMI



L'indagine includeva anche un focus sulla percezione e sulla conoscenza dell'iniziativa PattiChiari, il progetto ABI promosso da un consorzio di banche italiane per migliorare i rapporti tra sistema bancario e clientela, da cui emerge che oltre il 56% degli intervistati conosce l'iniziativa (nel 2005 la percentuale si attestava al 50%).

### Indagine sui nuovi clienti di Sanpaolo IMI

Nel 2006 il numero dei clienti è aumentato di oltre 117.000 unità (flusso netto di codici fiscali).

Dalla ricerca di mercato realizzata nel corso del 2006 sulla clientela di recente acquisizione, con l'intento di analizzare e comprendere il processo decisionale e le motivazioni che hanno indotto i nuovi clienti a scegliere proprio una della banche del Gruppo, emerge che il passaparola, la tradizione familiare ("è la banca di famiglia") e la reputazione di Sanpaolo IMI sono le ragioni che hanno maggiormente influito sulla scelta della nostra Banca. Il passaparola e l'immagine sono quindi le motivazioni principali per le quali i nuovi clienti scelgono Sanpaolo IMI, mentre i costi e la qualità del servizio/prodotti sono i criteri di scelta più importanti per i nuovi clienti del sistema (così come emerge dai dati di Multifinanziaria Eurisko 2006).

### La soddisfazione della clientela vista dai colleghi

Per costruire un rapporto di fiducia con i clienti è necessario il costante impegno delle persone che lavorano a diretto contatto con loro, la loro disponibilità, professionalità e cortesia. Proprio la conoscenza diretta e approfondita dei clienti da parte del personale di filiale ha indotto a realizzare un'indagine, che ha coinvolto quasi 7.000 persone, per ottenere un quadro complessivo della soddisfazione dei clienti retail attraverso la percezione di chi li conosce meglio. Sono state prese in considerazione 6 aree tematiche:

### L'ASCOLTO ALLA BASE DELL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO

Poiché il valore di una banca si esprime anche nella capacità di saper comprendere le diverse e mutevoli esigenze del mercato e di saper fornire risposte tempestive ed efficaci al fine di aumentare la soddisfazione dei clienti, il Gruppo Sanpaolo IMI ha progettato un'attività di ricerca specifica basata su interviste e focus group, per ampliare ed innovare la gamma di prodotti offerti. Tra le indagini condotte, le più interessanti si sono rivelate quelle sul modello di business da adottare nei confronti della clientela straniera (realizzata attraverso l'organizzazione di 12 focus group e 11 interviste individuali con personale delle filiali), e l'indagine sui nuovi mutui per lavoratori atipici, attuata attraverso 4 focus group. Entrambe le indagini hanno mirato ad individuare, rispetto alla proposta complessiva, eventuali aree di ottimizzazione, ricavare informazioni utili per la messa a punto dei prodotti, nonché esplorare il vissuto del rapporto tra le tipologie di clienti considerate nell'indagine e la Banca in generale.



relazione con il personale, ambiente interno all'agenzia, prodotti e servizi, investimenti, relazione con la banca e profilo d'immagine. Le risposte al questionario hanno evidenziato una forte collaborazione e sensibilità da parte dei collaboratori coinvolti, offrendo numerosi spunti per individuare aree di miglioramento della soddisfazione della clientela.

### Indagine sui clienti Imprese

Nell'ottica di incrementare la soddisfazione dei clienti fornendo un servizio sempre adeguato alle loro aspettative, nel corso del 2006 l'indagine di customer satisfaction è stata estesa ai servizi finanziari. In considerazione del costante impegno di Sanpaolo IMI nel sostenere le imprese durante il loro processo di crescita, l'interesse si è concentrato sui finanziamenti per gli investimenti in Ricerca e Sviluppo. Oltre alla misurazione della soddisfazione dei clienti, si è voluto valutare se le imprese fossero effettivamente riuscite a sviluppare nuovi progetti grazie a questo specifico tipo di finanziamento.

A circa un anno dalla sua introduzione sul mercato, sono stati intervistati personalmente i direttori finanziari di un campione significativo di aziende a cui il finanziamento è stato erogato.

La ricerca ha ripercorso tutto il processo di sottoscrizione dei clienti e ha rilevato:

- i motivi che portano alla scelta di questo specifico finanziamento;
- i punti di forza e di debolezza dello stesso;
- il livello di gradimento complessivo;
- le aree di miglioramento.

I risultati hanno evidenziato un livello di customer satisfaction molto elevato: il 96% dei clienti ha espresso un giudizio di soddisfazione complessivo molto positivo.

Tutte le imprese intervistate hanno portato a termine il loro progetto e il 37% di loro ha dichiarato che non avrebbe potuto realizzarlo diversamente, ovvero con un altro tipo di finanziamento. Infine, la snellezza delle procedure burocratiche, i tempi rapidi relativamente a tutte le fasi del processo di erogazione e la professionalità dei consulenti, sono risultati i principali punti di forza del prodotto indicati dalle imprese.

### Monitoraggio Customer Satisfaction

#### Imprese 2006 - 2007

Con la prima indagine approfondita di customer satisfaction realizzata nel 2005 sono state poste le basi per la creazione di un osservatorio interno, finalizzato al monitoraggio del livello di soddisfazione nel tempo. Coerentemente con questa impostazione, nel corso del 2006 è stata pianificata la nuova indagine di customer satisfaction, che è attualmente in corso. Al fine di un continuo miglioramento del servizio alla clientela, la ricerca analizza in modo capillare il grado di soddisfazione delle imprese clienti del Gruppo Sanpaolo IMI relativamente ai principali ambiti della relazione con la Banca, con particolare attenzione verso l'adeguatezza dell'offerta e le eventuali esigenze ancora insoddisfatte. Inoltre, volendo verificare la corrispondenza delle nostre performance alla media di mercato, si sta effettuando in parallelo un'indagine sul sistema finanziario nazionale.

La metodologia prevede l'uso integrato di rilevazioni qualitative e quantitative, con interviste dirette e interviste telefoniche, che coinvolgono nella rilevazione oltre 8.000 imprese. I risultati, oltre a fornire indicazioni sull'attuale livello di soddisfazione della clientela del Gruppo Sanpaolo IMI rispetto alle medie di mercato, mostreranno l'andamento della soddisfazione degli ultimi due anni e daranno la prima informazione di trend.

*Il valore di una banca si esprime anche nella capacità di saper comprendere le diverse e mutevoli esigenze del mercato e di saper fornire risposte tempestive ed efficaci*



Luigi Dall'i Cani



## La gestione della relazione con il cliente

### NUMERO RECLAMI\*

	2004	2005	2006	Var. 2006/2005
Conti correnti e depositi	2.175	1.712	1.486	-13%
Investimenti	6.131	3.082	2.978	-3%
Finanziamenti	1.233	924	855	-7%
Sistemi di pagamento	1.566	1.007	1.233	+22%
Altro	617	515	550	+7%
<b>Totale</b>	<b>11.722</b>	<b>7.240</b>	<b>7.102</b>	<b>-2%</b>
<hr/>				
Anatocismo	1.864	6.221	325	-95%

\*Dati relativi alle Banche commerciali

L'attenzione nei confronti delle esigenze dei clienti e delle loro aspettative ha portato nel corso dell'anno alla costituzione presso la Capogruppo, nell'ambito della Funzione Relazioni Clientela, dell'Ufficio Rapporti con la Clientela e Reclami, al quale è stata demandata la responsabilità della gestione dei reclami della clientela di Sanpaolo IMI e delle Banche del Gruppo. Nel corso del 2006, proseguendo l'attività di integrazione già avviata, è stata inoltre estesa a tutte le Banche commerciali del Gruppo la procedura informatica dedicata alla gestione degli esposti della clientela.

L'attività è stata orientata alla costituzione di un canale privilegiato di ascolto del cliente, funzionale anche al miglioramento dei processi operativi interni.

L'interazione ed il confronto con le Reti commerciali e con le Funzioni centrali, hanno garantito ai clienti la trasparenza e l'uniformità dei criteri di valutazione adottati dal Gruppo Sanpaolo IMI nonché la chiarezza e la tempestività dei riscontri alle istanze dei clienti.

Nel corso del 2006, i ricorsi inoltrati all'Ombudsman Giurì Bancario da parte di clienti non soddisfatti dei riscontri ricevuti dagli Uffici Reclami del Gruppo sono stati complessivamente 178, rispetto ai 185 registrati nel 2005. Si è confermato quindi il trend di progressiva diminuzione del fenomeno già rilevato negli anni precedenti, nonostante l'innalzamento a 50.000 euro della soglia massima di accesso alla procedura arbitrale e l'estensione della stessa anche ai clienti Imprese.

Sono inoltre proseguite le attività preparatorie all'avvio - previsto nel corso del 2007 - delle attività dell'Associazione per le Alternative Dispute Resolution di controversie societarie, bancarie e finanziarie promossa dall'Associazione Bancaria Italiana.

### La gestione degli esposti

#### Investimenti

I reclami riguardanti l'area degli investimenti dei clienti non evidenziano significative variazioni rispetto al 2005, confermando il superamento delle criticità emerse nel corso del 2004 con particolare riferimento alle contestazioni legate alla negoziazione di obbligazioni emesse da entità resesi successivamente insolventi. A tale proposito, nel 2006 si è confermata la sostanziale cessazione dei reclami relativi ad investimenti in corporate bonds emessi dai gruppi Cirio e Parmalat; è invece proseguita la ricezione di esposti relativi ad investimenti in obbligazioni "Argentina".

Negli ultimi mesi dell'anno il fenomeno ha registrato un significativo incremento riconducibile al diffuso timore della possibile prescrizione dei diritti esercitabili nei confronti dell'emittente. Ciò ha indotto numerosi clienti - anche in ragione di indicazioni in tal senso apparse su vari organi di stampa - a formalizzare una contestazione, anche generica, nei confronti delle banche.

#### Conti correnti, finanziamenti e sistemi di pagamento

Nel 2006 si è verificato, pur in un quadro di generalizzata diminuzione del numero degli esposti, il significativo incremento dei reclami relativi ai sistemi di pagamento, dovuto all'aumento del fenomeno dell'indebito prelievo di denaro dai conti dei clienti, attraverso nuove e più sofisticate tecniche di acquisizione e di duplicazione fraudolenta delle carte e dei relativi codici d'accesso.

Il Gruppo ha adottato e perfezionato - in collaborazione con il Sistema bancario e con gli esercizi commerciali titolari di servizio POS - nuovi strumenti di tutela della sicurezza, intervenendo sia sulle apparecchiature bancomat e POS sia

sulle carte consegnate al cliente.

In tale ambito si è consolidata la prassi aziendale di procedere al rimborso integrale del cliente a fronte di casi di accertata clonazione degli strumenti di pagamento a sua disposizione. È invece risultato quasi del tutto irrilevante, nell'ambito del Gruppo, il fenomeno del cosiddetto "phishing", che è stato comunque oggetto di una specifica attività di sensibilizzazione nei confronti dei clienti attraverso i canali di comunicazione dedicati all'internet banking. Il fenomeno del "phishing" è una modalità di truffa on-line che consiste nell'invio da parte dei truffatori di una e-mail, in apparenza proveniente dalla banca, nella quale si richiede di accedere ad un link (che sembra riportare al sito ufficiale della banca) e di inserire i codici di accesso, adducendo generici motivi di sicurezza: in realtà, seguendo le istruzioni riportate, il cliente si collega al sito del truffatore e ad esso trasmette le informazioni personali inserite.

### **Tematiche di ordine etico-sociale**

Nel 2006 sono pervenuti alle Banche commerciali del Gruppo Sanpaolo IMI 23 reclami riferibili a tematiche di ordine etico-sociale, compresi nella voce "Altro" della tabella esposta in premessa.

Di questi, 15 richiedevano chiarimenti in merito alla politica adottata dal Gruppo in tema di concessione di finanziamenti a soggetti attivi nel mercato degli armamenti; 6 lamentavano difficoltà nell'accesso alle strutture della Banca da parte di persone con difficoltà di deambulazione, per la presenza di barriere architettoniche. Tali segnalazioni sono state trasmesse alle competenti strutture tecniche per gli accertamenti e gli eventuali interventi del caso. I rimanenti 2 richiedevano che il Gruppo si astenesse dal fornire sostegno finanziario al progetto alta velocità ferroviaria nella Val di Susa.

Inoltre, 11 reclami - anch'essi ricompresi nella voce "Altro" - hanno riguardato disservizi che il cliente riteneva di aver rilevato nello svolgimento, da parte di Banche del Gruppo, di attività riconducibili alle iniziative promosse dal consorzio interbancario PattiChiari.

### **Anatocismo**

I reclami riferiti alla contestazione dell'anatocismo - motivati dall'asserita illegittimità della capitalizzazione trimestrale degli interessi passivi sugli utilizzi di conto corrente prima della riforma legislativa del 2000 - si sono ridotti, nel 2006, a 325, con una drastica riduzione rispetto al dato registrato nei due anni precedenti. La gestione di tali esposti è proseguita, anche nel 2006, a cura delle Funzioni legali competenti per territorio, che nei riscontri alla clientela evidenziano (sulla base di argomenti non affrontati dalla Cassazione ma spesso accolti da una parte della Giurisprudenza di merito) la ritenuta legittimità del comportamento adottato dalla Banca anche nei periodi precedenti alla riforma del 2000.

## Rispondere ai bisogni dei clienti

### **I servizi di assistenza agli investimenti**

L'attenzione di Sanpaolo IMI nell'assistere i clienti in tema di investimenti è testimoniata, fin dal 2002, dall'introduzione delle "Linee guida in materia di attività di vendita/collocamento al pubblico di prodotti di risparmio e gestione del rischio". L'anno successivo è stata emessa l'Investment Policy, documento che descrive analiticamente i principi ispiratori che guidano l'attività di assistenza ai clienti in materia di investimento del patrimonio finanziario e dei flussi di risparmio. L'Investment Policy, oltre a migliorare il livello di servizio offerto, ha contribuito ad accrescere la professionalità dei gestori che hanno potuto beneficiare nel corso degli ultimi anni di un intenso programma di formazione, sia in tema di investimenti sia in ambito di finanza comportamentale<sup>3</sup>.

L'applicazione pratica dei principi dell'Investment Policy avviene grazie a strumenti informatici e servizi di pianificazione finanziaria personalizzati (WorkStation Mercati e Client Financial Planning). Tutti i clienti vengono profilati tramite un questionario per individuare il reale obiettivo d'investimento e, attraverso un processo costante di monitoraggio del portafoglio, il gestore può verificare la coerenza degli investimenti effettuati rispetto agli obiettivi evidenziati nel corso della profilatura.

Il controllo e la verifica della corretta attribuzione del profilo finanziario rappresentano l'elemento discriminante ed il valore aggiunto riconosciuto a questo modello di servizio.

### **L'impegno per la trasparenza e l'accessibilità ai servizi bancari**

#### **PattiChiari**

Nel corso del 2006 il Progetto interbancario PattiChiari, che si propone di migliorare alcuni aspetti critici della relazione fra sistema bancario e collettività, si è arricchito di due nuove iniziative: "Investimenti finanziari a confronto" e "Cambio conto". Ad oggi 32 banche hanno aderito ai dieci protocolli PattiChiari; sette di queste fanno parte del Gruppo Sanpaolo IMI.

Le due iniziative avviate nel 2006 rispondono ad esigenze particolarmente sentite dal mercato. Con "Investimenti finanziari a confronto: capire e scegliere i prodotti finanziari" le banche aderenti intendono accrescere la consapevolezza della clientela nelle scelte di investimento. Utilizzando gli strumenti

3) La finanza comportamentale studia gli impatti che la percezione e gli atteggiamenti individuali o le interazioni ed i comportamenti collettivi hanno sulle decisioni e sulle azioni (o inazioni) compiute nei mercati finanziari o, più in generale, nei rapporti economici (si parla in questo caso di economia comportamentale), evidenziando in modo particolare quanto queste scelte si allontanino dai canoni di perfetta razionalità e ottimizzazione.

messi a disposizione da “Investimenti finanziari a confronto” il risparmiatore potrà valutare la coerenza dei propri investimenti rispetto alla sua propensione al rischio e disporrà, in modo chiaro e semplice, di tutti gli strumenti di informazione necessari per investire il proprio risparmio in modo responsabile e maturo. L’iniziativa è stata realizzata recependo le indicazioni normative in tema di investimenti finanziari attualmente in vigore e costituisce il naturale sviluppo delle attività già da tempo avviate dal Gruppo Sanpaolo IMI in tema di assistenza agli investimenti. Il Protocollo dell’iniziativa descrive inoltre un iter comportamentale del gestore impegnato nella vendita di strumenti finanziari che sia certo, verificato e tracciato informaticamente e che valorizzi i momenti di comunicazione e di education della clientela.

“Cambio Conto. Come cambiare il conto corrente” è la risposta del Consorzio PattiChiari alle richieste del pubblico (sistema dei media, istituzioni, autorità di vigilanza, consumatori) per l’abbattimento delle cosiddette barriere all’uscita, vale a dire all’insieme dei vincoli procedurali ed informatici che un cliente deve superare quando decide di cambiare conto. L’iniziativa, avviata ad ottobre 2006, ha comportato tre fasi successive: la realizzazione di una guida per i clienti in cui vengono illustrati i passi che è opportuno fare per cambiare conto corrente e per trasferire i servizi appoggiati su un rapporto aperto presso una nuova banca; la predisposizione dell’elenco dei servizi regolati sul suo specifico conto corrente e infine il trasferimento automatico alla nuova banca delle domiciliazioni gestite con il sistema RID<sup>4</sup>.

Da luglio 2007 le banche renderanno noti i tempi mediamente impiegati per la chiusura dei conti correnti. Il dato medio verrà calcolato in giorni lavorativi, suddividendo i conti estinti in quattro diverse categorie, in relazione alla complessità e alla tipologia dei servizi appoggiati sul conto stesso.

*L’assistenza ai clienti nella gestione del risparmio è una delle attività più importanti e, al tempo stesso, più complesse fra quelle offerte dalla nostra Banca*

4) Il servizio RID (Rapporti Interbancari Diretti) consente ad una azienda fornitrice di servizi (acqua, luce, gas) di addebitare automaticamente sul conto del cliente gli importi fatturati. Tutte le principali aziende (elettriche, telefoniche, del gas, aziende emittenti carte di credito e società finanziarie) adottano tale procedura e ogni anno si registrano in Italia circa 500 milioni di operazioni RID.

### Rinegoziazione mutui casa retail a tasso variabile

Un tasso di interesse particolarmente contenuto ha spinto molti clienti a preferire negli ultimi anni la stipula di mutui a tasso variabile: lo stock dei mutui casa retail del Gruppo Sanpaolo IMI è rappresentato quindi per circa il 70% da mutui a tasso variabile con una vita residua media piuttosto elevata (pari a oltre 19 anni). Lo scenario macroeconomico attuale dell’area euro in ripresa ha visto il susseguirsi di manovre di rialzo dei tassi, che hanno comportato la progressiva crescita dell’onere mensile di rimborso. Questa situazione di incertezza è avvertita con ansia da molti clienti che temono di non essere in grado in futuro di continuare ad onorare puntualmente gli impegni assunti, a fronte di introiti, nella maggior parte dei casi, ancora costanti.

L’iniziativa di trasformazione totale o parziale dei mutui a tasso variabile in tasso fisso per la vita residua del finanziamento, partita a luglio 2006, è rivolta ai clienti titolari di un mutuo indicizzato, in corrente con il pagamento delle rate.

L’operazione si connota per semplicità e flessibilità, non prevede oneri e risulta di assoluta trasparenza dal momento che le condizioni di rinegoziazione a tasso fisso sono quelle standard di catalogo, pubblicizzate sui Fogli Informativi. Non comporta l’acquisto da parte dei clienti di strumenti finanziari sofisticati e complessi e offre al cliente la possibilità di allungare la durata residua del mutuo fino a 30 anni in modo da attenuare l’eventuale impatto economico derivante dal passaggio al tasso fisso. In questi mesi di attività sono stati rinegoziati quasi 3.000 mutui per un totale di oltre 260 milioni di euro.



Chiara Toselli



Financial Group  
**Eurizon**

Eurizon Financial Group è il primo operatore integrato nei servizi assicurativi e previdenziali e nella gestione del risparmio in Italia. Il Gruppo controlla EurizonVita, una delle principali compagnie nel settore Vita, Banca Fideuram, prima rete italiana di promotori finanziari (private banker) e Eurizon Capital Sgr, leader nel risparmio gestito.

La distribuzione avviene attraverso:

- oltre 4.200 private banker di Banca Fideuram e Sanpaolo Invest;
- gli sportelli della rete del Gruppo Sanpaolo IMI;
- le reti terze (Cassa dei Risparmi di Forlì e della Romagna, Farbanca, Cassa di Risparmio di Firenze);
- la rete di consulenti previdenziali EurizonVita, operativa da gennaio 2007.

#### La trasparenza nella comunicazione

Nel 2006 Eurizon Financial Group ha avviato il progetto "A Chiare Lettere", volto ad assicurare semplicità e trasparenza nella comunicazione alla clientela, a partire dalle lettere obbligatorie di EurizonVita alla clientela e proseguendo con la revisione della corrispondenza di tutte le controllate. Gli obiettivi del progetto sono di rendere la comunicazione al cliente semplice e diretta, consentendogli di prendere le decisioni più idonee alle sue esigenze. Anche nell'ambito della comunicazione interna l'attenzione è stata rivolta verso la condivisione e la circolazione delle informazioni, anche attraverso il nuovo portale intranet OneGate, nato per offrire un flusso informativo continuo tra i dipendenti e l'azienda e per agevolare il processo di integrazione tra le diverse società e la condivisione dei valori aziendali.

#### L'attenzione alle pari opportunità

È interesse primario di Eurizon Financial Group favorire lo sviluppo del personale attraverso il rispetto della dignità degli individui, la prevenzione di ogni discriminazione e abuso, un'adeguata formazione, la definizione di ruoli e responsabilità, luoghi di lavoro adeguati quanto a sicurezza e salute, l'uso corretto e riservato dei dati personali.

Alla fine del 2006 le risorse umane del Gruppo, distribuite tra le varie società, hanno raggiunto le 2.850 unità con una crescita dell'8,5% rispetto al 2005. La popolazione femminile rappresenta circa il 42% del totale dei dipendenti. Più del 30% dei ruoli di

maggior responsabilità (dirigenti, funzionari e quadri) è inoltre rappresentato da donne.

#### Attività di sostegno alla comunità

##### Progetto Itaca

Ogni anno Eurizon Financial Group seleziona un ente non profit a cui destinare supporto finanziario. Per il 2006 ha scelto di collaborare con l'Associazione Progetto Itaca Onlus: fornendo un contributo di 140.000 euro Eurizon Financial Group ha sostenuto una iniziativa rivolta a persone con una storia di disagio psichico per sostenerle nello sviluppo della propria autonomia sociale e professionale, attraverso l'impegno in attività interne e la sperimentazione del lavoro in azienda, in vista di un successivo inserimento lavorativo.

##### Special Olympics European Youth Games

Dal 30 settembre al 5 ottobre 2006 si sono tenute a Roma gli Special Olympics European Youth Games, il più grande appuntamento interamente dedicato alle persone con disabilità intellettiva che il nostro Paese abbia mai ospitato (1.400 atleti dai 12 ai 21 anni provenienti da 57 Paesi europei ed Eurasiatici). Nell'ambito di questo evento, il Gruppo Eurizon ha "adottato" la squadra italiana di nuoto, mettendo a disposizione 25.000 euro per la copertura dei costi di partecipazione ai giochi e offrendo ai dipendenti la possibilità di dare il proprio contributo in prima persona in qualità di volontari. Un team Eurizon di 21 volontari, dopo un'apposita formazione, ha fornito un concreto contributo allo svolgimento dell'evento.

##### San Patrignano

Anche nel 2006 Eurizon Financial Group erogando un contributo di 15.000 euro ha sostenuto la comunità di San Patrignano, che si occupa del recupero di persone emarginate e tossicodipendenti.

#### Le società controllate

**EurizonVita** è una delle principali compagnie in Italia nel settore delle polizze vita e opera anche nel settore Danni attraverso EurizonTutela.

Controlla inoltre Universo Servizi, società specializzata nei servizi amministrativo-contabili, informatici e organizzativi in ambito assicurativo, ed EurizonLife, compagnia Vita con sede in Irlanda. Nella seconda metà del 2006 EurizonVita ha avviato il reclutamento e la formazione di consulenti specializzati nelle tematiche previdenziali al fine di costruire un canale distributivo diretto e proprietario, rivolto al mercato di massa.

Una peculiarità del modello di business adottato dalla rete di consulenti previdenziali EurizonVita è la gestione della clientela e del servizio post-vendita attraverso Servizio Amico che risponde a un numero verde.

**Banca Fideuram** è la prima rete in Italia per numero di private banker e masse amministrate. I promotori finanziari sono professionisti altamente specializzati, in grado di rispondere alle esigenze di pianificazione finanziaria, previdenziale e assicurativa di clienti affluenti. L'offerta di Banca Fideuram comprende soluzioni di investimento e assicurative di Fideuram Investimenti Sgr e EurizonVita. La società opera inoltre con una logica di architettura aperta attraverso un'offerta multibrand delle principali case di investimento internazionali.

Nel corso del 2006 Banca Fideuram ha reso disponibile al personale dipendente nella propria piattaforma e-Learning il corso in autoistruzione "La responsabilità sociale d'impresa", realizzato da ABI Formazione. Il corso, di tipo info-formativo, affronta temi etici, approfondisce i contenuti delle politiche di responsabilità sociale, la relazione con gli stakeholder esterni e interni dell'impresa. Il Gruppo Banca Fideuram pubblica dall'esercizio 2004 un proprio Bilancio Sociale, disponibile sul sito [www.fideuram.it](http://www.fideuram.it).

**Eurizon Capital Sgr** (già Sanpaolo IMI Asset Management Sgr) è la società del Gruppo Eurizon specializzata nella gestione del risparmio sia per la clientela retail della rete del Gruppo Sanpaolo IMI (fondi comuni di investimento e gestioni patrimoniali) sia per la clientela istituzionale, alla quale offre un'ampia gamma di specifici prodotti e servizi d'investimento. La società a sua volta controlla Eurizon Capital SA, specializzata nella gestione di fondi comuni lussemburghesi, e Eurizon Alternative Investments Sgr, specializzata nella gestione dei fondi di fondi hedge.

Nel corso del 2006 Eurizon Capital SGR ha aderito alle Linee Guida di Trasparenza di Eurosif, ente paneuropeo non profit che ha la finalità di incoraggiare e sviluppare pratiche di investimento socialmente responsabili e migliori modelli di corporate governance. Eurizon Capital SGR, aderendo alle Linee Guida, si impegna a fornire informazioni accurate, adeguate e tempestive al fine di permettere alle parti interessate, e in particolare ai clienti, di comprendere le politiche e i processi seguiti per gli investimenti socialmente responsabili. Eurizon Capital SGR si unisce in questo modo ad altre prestigiose società di asset management internazionali nell'utilizzo di elevati standard di comunicazione nei confronti dei sottoscrittori e conferma la propria volontà di rappresentare un solido punto di riferimento per gli investimenti socialmente responsabili in Italia. Sempre nel corso del 2006 Sanpaolo IMI ha

partecipato per il quinto anno consecutivo al gruppo di lavoro in seno alla divisione sul programma ambientale delle Nazioni Unite denominato UNEP FI Asset Management Working Group. Il frutto di questa collaborazione è stato condiviso dalla comunità finanziaria grazie alla pubblicazione di un documento (Show Me The Money: Linking Environmental, Social and Governance Issues to Company Value) edito sotto l'egida delle Nazioni Unite e fruibile gratuitamente dal sito [www.unepfi.org](http://www.unepfi.org). I contenuti del lavoro svolto sono stati altresì presentati in diverse occasioni di incontro ad eventi internazionali.

Inoltre, Eurizon Capital SGR ha aderito anche per il 2006 all'iniziativa Carbon Disclosure Project (CDP4). Il progetto CDP raccoglie un elevato numero di investitori istituzionali sensibili al tema dei cambiamenti climatici indotti dalle emissioni di gas serra. Questi investitori, collettivamente, hanno sottoscritto un documento nel quale si chiede alle più grandi aziende del mondo di dare informazioni trasparenti sul trattamento delle emissioni di CO<sub>2</sub> e altri tipi di gas.

## I FONDI ETICI

Il Sistema Etico di Eurizon Capital SGR si compone di 3 fondi gestiti secondo criteri etici, sociali e ambientali: Azionario Internazionale Etico, Obbligazionario Etico ed Etico Venezia Serenissima. A fine dicembre 2006 il loro patrimonio complessivo ammontava a 641 milioni di euro (1,5% del totale dei fondi di diritto italiano gestiti dalla SGR).

### DATI PATRIMONIO E RENDIMENTO

	Patrimonio*	Rendimento 2006
Azionario Int. Etico	290	+3,5%
Obbligazionario Etico	336	-0,9%
Venezia Serenissima	15	+1,7%

\*Millioni di euro al 31/12/06

### Criteri di investimento

Il processo di investimento dei fondi etici prevede che gli investimenti vengano selezionati utilizzando criteri di tipo sia positivo (principio inclusivo) sia negativo (principio esclusivo). I criteri positivi servono ad individuare la presenza di caratteristiche etiche nelle società o enti analizzati, i criteri negativi di selezione individuano invece le aree di attività ritenute in contrasto con i principi etici dichiarati dai fondi. Contestualmente viene anche



utilizzato il principio “best in class”, che permette di coniugare i criteri positivi e negativi di selezione, allo scopo di individuare società che, all'interno di determinati mercati a rischio (es. settore petrolifero) si distinguono comunque per i meriti conseguiti su tematiche socio-ambientali. Nel corso del 2006, l'applicazione di questi criteri ha determinato la variazione dell'universo investibile e di conseguenza l'inclusione o l'esclusione di alcuni emittenti dal portafoglio dei fondi. Tra le agenzie federali statunitensi è stata confermata l'esclusione di Fannie Mae a motivo di irregolarità contabili riscontrate nel bilancio. Per quanto concerne invece le società, i principali titoli esclusi sono stati: BHP Billiton Ltd (coinvolgimento nella produzione di energia nucleare); Canadian Imperial Bank of Commerce (implicazione in attività di insider trading, violazioni dei diritti dei consumatori); SunTrust Banks Inc (rilevazione di pratiche contabili scorrette); Takefuji Corp. (violazione dei diritti dei lavoratori e coinvolgimento in casi di corruzione), PNC Financial (coinvolgimento diretto con le tesorerie di stati dittatoriali) e Newmont Mining (aver causato inquinamento che ha portato gravi malattie a danno delle popolazioni locali nelle zone di estrazione e trattamento di minerali). Sono state invece ritenute conformi ai criteri di selezione numerose società attive nel settore delle energie rinnovabili. La consulenza e la ricerca riguardante tematiche ambientali, sociali e di governance è fornita da Avanzi SRI Research, società italiana di ricerca SRI del network SiRi, e dalla statunitense KLD. Gli indici utilizzati come benchmark del Sistema Etico sono forniti da E. Capital Partners, società di consulenza nel campo dell'investimento socialmente responsabile.

### Il Comitato Etico

Al fine di assicurare la rispondenza delle scelte gestionali ai principi etici dichiarati dai Fondi, il Consiglio di Amministrazione di Eurizon Capital SGR si è avvalso della collaborazione di un Comitato Etico indipendente ed autonomo costituito nell'ambito dell'associazione Ethica - Associazione per una finanza socialmente responsabile e presieduto dal Cardinale Ersilio Tonini. Tale Comitato ha cessato la propria collaborazione con Eurizon in data 31 dicembre 2006. Dal 1° gennaio 2007 al suo posto si è insediato un nuovo Comitato Etico caratterizzato da profili professionali dei suoi membri eterogenei, in grado di rispondere in modo eccellente all'allargamento e alla crescente complessità delle istanze che gli investimenti socialmente responsabili si trovano a fronteggiare.

### Le devoluzioni

Il regolamento dei fondi prevede che Eurizon Capital SGR si impegni a finanziare progetti ed iniziative di carattere umanitario tramite la devoluzione dello 0,01% del patrimonio netto medio giornaliero dei fondi del Sistema Etico. I fondi devoluti nel 2006 - pari a 71.000 euro - sono stati erogati a favore di:

- **Vivere aiutando a vivere**, onlus operativa nella provincia di Milano dal 1995 con lo scopo di sostenere i malati terminali di cancro, AIDS e altre patologie gravi.
- **Fasolux**, associazione sorta in Lussemburgo nel 2005 e attiva nel Burkina Faso, uno dei Paesi più poveri dell'Africa, con lo scopo di avviare e sostenere progetti di sviluppo, favorire l'alfabetizzazione e la scolarizzazione, informare e sensibilizzare l'opinione pubblica sulle condizioni di vita del Paese.
- **CESVI Cooperazione e Sviluppo ONLUS**, organizzazione umanitaria indipendente, fondata in Italia nel 1985 che opera in tutti i continenti con progetti di lotta alla povertà, iniziative di sviluppo sostenibile volte a mobilitare le risorse locali e le popolazioni beneficiarie, e azioni per la ricostruzione della società civile dopo guerre o calamità.
- **Fondazione Monza e Brianza per il bambino e la sua mamma**, fondazione costituita nel 2005 il cui scopo è promuovere la ricerca clinica, epidemiologica e di base, in particolare sulle leucemie ed emopatie infantili.
- **Pro-Africa**, fondazione promossa e sostenuta dal Cardinale Ersilio Tonini che dedica il proprio impegno al drammatico problema della sanità nei paesi in via di sviluppo con l'obiettivo di portare non semplice assistenza ma sviluppo, costruendo le basi per una reale autonomia.

Per quanto riguarda il Fondo Etico Venezia Serenissima, sono stati devoluti alla Fondazione di Venezia 5.000 euro, che sono stati destinati per sostenere le attività della Fondazione Teatro la Fenice di Venezia e della Fondazione per gli alti Studi sull'arte.

### Fondi pensione gestiti con criteri etici

Eurizon Capital SGR gestisce con criteri etici, sociali ed ambientali 5 portafogli di clientela istituzionale, per un ammontare complessivo investito in titoli etici di oltre 39 milioni di euro a fine 2006.

Si tratta in particolare di un mandato obbligazionario, di un fondo azionario, il fondo pensione Previambiente (lavoratori del settore ambientale), e di tre fondi bilanciati, Fon.Te (settore commercio), Eurofer (Gruppo Ferrovie dello Stato) e Famiglia (casalinghe). Gli aderenti ai fondi pensione etici sono oltre 86.000 al 31 dicembre 2006.

## L'attenzione verso i giovani

Sanpaolo IMI dedica un'attenzione particolare ai giovani con un'offerta bancaria attenta alle loro esigenze, caratterizzata da costi contenuti ed iniziative di carattere extrabancario rivolte soprattutto all'ambito della formazione.

L'offerta dedicata a bambini e ragazzi sotto i 18 anni è orientata a permettere loro di gestire autonomamente le piccole spese e va incontro ai genitori che desiderano costruire un capitale per il futuro dei loro figli, ad esempio per la formazione universitaria. In particolare i libretti di risparmio per i giovani under 18 presentano un tasso di interesse più favorevole e nessun costo di tenuta conto (compreso il bollo). Per quanto riguarda le iniziative di carattere extra-bancario, oltre alla componente educativa, si sottolinea la funzione di sensibilizzazione ai valori sociali degli omaggi offerti in sede di accensione del rapporto ed in particolari occasioni:

- libri, atlanti, dizionari d'inglese e d'italiano;
- iscrizione al WWF;
- per i ragazzi di età compresa tra gli 11 ed i 17 anni, il Diario Agenda "Tremenda" realizzata dalla Onlus Fondazione Exodus di Don Mazzi impegnata nella soluzione di situazioni di disagio giovanile.

Ai giovani dai 18 ai 30 anni è dedicato Esprit, un programma relazionale che ha preso avvio nel giugno 2004 e che registra a fine 2006 oltre 210.000 aderenti con un'età media di 24 anni.

Si articola in tre ambiti di attività:

1. offerta bancaria dedicata che comprende carte di credito, mutui per la prima casa, prestiti personali e conti correnti dedicati con condizioni economiche agevolate e canone annuo zero;
2. benefit extra bancari in collaborazione con alcuni partner esterni che offrono servizi nelle aree di interesse per i giovani (musica, internet, giochi, viaggi, cinema);
3. University Network, un programma informativo realizzato in collaborazione con il Consorzio Interuniversitario Almalaurea, che fornisce informazioni selezionate relative alla formazione post-universitaria ed all'accesso al mondo del lavoro. È stata predisposta inoltre una newsletter elettronica che viene inviata a tutti gli aderenti a Esprit con cadenza quindicinale. Nell'ambito delle iniziative di carattere formativo, è proseguito nel 2006 il programma "Carta di Credito Formativo" promosso dalla Regione Campania finalizzato alla diffusione delle conoscenze informatiche ed all'innalzamento del tasso di occupazione. Attraverso tale iniziativa si intende offrire finanziamenti a tasso agevolato per l'acquisto di hardware, software e formazione a distanza utilizzando un conto di appoggio a condizioni favorevoli.

## Sanpaolo IMI dedica un'attenzione particolare ai giovani con un'offerta bancaria attenta alle loro esigenze

### I servizi agli immigrati

I clienti immigrati di Sanpaolo IMI a fine 2006 sono circa 270.000, con un incremento di oltre il 130% in 18 mesi (il dato disponibile a metà 2005 era di 117.000 persone). I dati in costante ascesa della presenza di migranti sul territorio nazionale hanno indotto la Banca già da alcuni anni a mettere a punto iniziative mirate alla loro inclusione finanziaria, con il desiderio di rispondere in modo adeguato al loro bisogno di integrazione. Partendo dai 5 Multiethnic Point già esistenti in Italia si è deciso di estenderne il numero (operazione conclusasi in una prima fase all'inizio del 2007) portando a 7 le città interessate: Torino, Padova, Milano, Genova, Pescara, Poggiomarino (NA) e Venezia.

I Multiethnic Point si caratterizzano per la presenza all'interno della filiale di personale che parla arabo, cinese, francese e inglese - in alcuni casi si tratta di persone straniere - e offrono, con l'ausilio di brochure dedicate in 10 lingue, consulenza personalizzata e prodotti bancari per l'investimento dei propri risparmi, l'acquisto di una casa o di altri beni, il trasferimento di fondi verso i paesi d'origine e l'avvio di attività imprenditoriali. L'obiettivo è quello di accompagnare i cittadini stranieri lungo un percorso di integrazione affinché possano usufruire dei servizi bancari senza alcuna difficoltà linguistica, culturale e tecnica. La scelta della collocazione dei Multiethnic Point deriva da studi effettuati per verificare le reali necessità dei territori e identificare le etnie maggiormente presenti



Ezio Dal Cin



nelle singole realtà, con la finalità di arrivare a poter servire meglio questo segmento di clienti attraverso l'intera rete di filiali italiane. Con questo obiettivo si stanno progettando interventi formativi ad hoc per chi opera nelle realtà a più alto tasso di presenza di migranti e sono stati organizzati incontri con alcuni mediatori culturali per riuscire ad interpretare le reali esigenze di queste persone.

Anche il servizio di rimesse GETMONEY TO FAMILY, attualmente disponibile verso 18 Paesi<sup>5</sup> (erano 11 nel 2005) sulla base di accordi commerciali stipulati con importanti banche dei Paesi di origine dei migranti, dimostra l'attenzione verso le loro necessità. Il servizio permette di effettuare trasferimenti di denaro con modalità semplici e livelli di servizio garantiti per quanto concerne i tempi massimi di esecuzione dell'operazione, le modalità di pagamento del beneficiario (conto, contanti, assegni a seconda delle specificità locali) e le commissioni (concorrenziali e predeterminate per tutta la catena del pagamento). Il servizio ha riscosso un crescente apprezzamento da parte dei clienti: nel 2006 sono state effettuate circa 4.800 transazioni corrispondenti ad un importo di quasi 8 milioni di euro, con un incremento superiore al 450% rispetto all'anno precedente (circa 1 milione e 700.000 euro).

*Per venire incontro ai bisogni delle persone immigrate, sono state messe a punto iniziative mirate alla loro integrazione e a rispondere alle esigenze finanziarie più diffuse*

## Il sostegno al sistema imprenditoriale

La Banca svolge una funzione fondamentale nel supportare il sistema imprenditoriale e promuovere l'economia dell'intero Paese. Nel mettere a disposizione della nostra clientela l'esperienza, le competenze e le migliori soluzioni finanziarie e partendo dalle caratteristiche del sistema imprenditoriale italiano abbiamo concentrato in particolare i nostri sforzi in tre direzioni che costituiscono altrettante leve per accrescere la capacità competitiva del sistema: il sostegno ai processi di cambiamento e di crescita delle imprese, il supporto alla ricerca e sviluppo ed infine il sostegno all'internazionalizzazione.

### Il sostegno alle attività e alla crescita delle imprese

Attraverso un'attenta analisi delle esigenze delle imprese e del territorio, sono state avviate numerose iniziative a sostegno della crescita economica del Paese e per lo sviluppo di nuove realtà imprenditoriali.

### I nuovi bond di distretto

I Confidi costituiscono un importante strumento di collegamento con il territorio: la collaborazione tra i Confidi e la Banca è un momento essenziale della definizione del percorso di sviluppo di una economia territoriale.

Nel corso del 2006 Sanpaolo IMI ha stipulato accordi commerciali con i Confidi più rilevanti e con la principale associazione dei Confidi artigiani finalizzati a garantire alle piccole e medie imprese associate una maggiore facilità di accesso al credito a medio-lungo termine.

Tutti gli accordi si basano sulla concessione di finanziamenti a sostegno di progetti di sviluppo delle imprese associate, di nuovi programmi di spesa per investimenti o per allungare la vita media del debito finanziario da parte del Gruppo Sanpaolo IMI, a fronte del rilascio di garanzia da parte dei Confidi. Il rischio di credito legato alla garanzia viene successivamente ceduto al mercato dei capitali tramite un'operazione di cartolarizzazione che consentirà l'emissione dei Nuovi Bond di Distretto collocati da Banca IMI presso gli investitori istituzionali.

Per la realizzazione dell'operazione il Gruppo Sanpaolo IMI attribuisce un rating interno ai Confidi e, su questa base, accetta, in conformità con le regole stabilite da Basilea 2, le garanzie della società cooperativa a valere sul suo patrimonio per innalzare il merito di credito delle imprese associate con rating inferiore, applicando di conseguenza un pricing più competitivo sui finanziamenti.

La Banca ed i Confidi condividono uno strumento di

5) Le nazioni attualmente coperte dal servizio di rimesse GETMONEY TO FAMILY sono: Albania, Bangladesh, Brasile, Bulgaria, Ecuador, Egitto, Filippine, India, Mali, Marocco, Moldavia, Perù, Romania, Serbia, Thailandia, Tunisia, Ucraina e Vietnam.

valutazione del merito di credito delle aziende che richiedono il finanziamento. I Confidi mettono a disposizione della Banca il proprio patrimonio di conoscenza delle imprese associate; tale apporto informativo, soprattutto di natura qualitativa, viene valorizzato attraverso l'utilizzo di metodologie di valutazione conformi allo standard della Banca. In tal modo Banca e Confidi intraprendono un percorso di partnership innovativo che va a vantaggio delle piccole e medie imprese.

## BANCA IMI E IL MERCATO ALTERNATIVO DEI CAPITALI

Banca IMI, banca d'intermediazione del Gruppo Sanpaolo IMI, è uno tra i principali intermediari finanziari italiani, attivo nei collocamenti azionari e obbligazionari, nelle operazioni di finanza straordinaria e nella negoziazione di titoli.

Uno dei progetti più significativi sviluppati da Banca IMI nel corso del 2006 è stato quello relativo al MAC. Il Mercato Alternativo del Capitale è un Sistema di Scambi Organizzati riservato agli investitori professionali che faciliterà l'accesso delle piccole e medie imprese al capitale di rischio. L'avvio è previsto entro il 2007 e sarà costituita una società di promozione a cui aderiscono già 15 banche e 7 istituzioni. L'obiettivo è quello di creare un nuovo canale per il rafforzamento patrimoniale delle PMI accelerando la crescita del tessuto produttivo italiano e valorizzando l'innovazione. Il MAC si fonda su semplicità dei requisiti d'ammissione e forte collegamento con le banche di riferimento del territorio in cui operano le imprese.

L'accesso avverrà attraverso una procedura semplice e poco onerosa che l'impresa potrà compiere rapidamente rivolgendosi a una delle banche autorizzate (Sponsor) attive nel proprio territorio, che la seguirà anche dopo l'ammissione al MAC. La procedura richiederà al massimo sei settimane dal momento del contatto con la banca Sponsor. Per essere ammessa, l'impresa dovrà essere costituita in forma di società per azioni e garantire la libera trasferibilità dei titoli, e disporre dell'ultimo bilancio certificato da una società di revisione iscritta all'albo Consob. Il MAC favorirà la ricerca di nuovi soci offrendo una vetrina aperta a investitori professionali (italiani ed esteri) e un riferimento trasparente per la determinazione del valore dell'impresa. Il Mercato permetterà di aumentare la dotazione di capitale dell'impresa, senza incidere su governance e struttura organizzativa, e ne valorizzerà i progetti d'investimento a medio e lungo termine, essendo aperto esclusivamente agli investitori professionali.

## Il sostegno alla ricerca e sviluppo

A due anni dall'avvio della campagna di finanziamenti alla ricerca applicata a favore delle piccole e medie imprese, nella quale la Banca si è impegnata non solo in veste di mero finanziatore, ma in un'ottica di reale condivisione del progetto aziendale, molti dei progetti finanziati sono stati completati e alcuni hanno cominciato a produrre interessanti risultati industriali ed economici.

Il Gruppo Sanpaolo IMI ha finanziato negli ultimi due anni oltre 650 progetti di ricerca applicata per un investimento complessivo prossimo ai 700 milioni di euro.

Nel 2006, nell'ambito del plafond "Ricerca Applicata" - il finanziamento volto allo sviluppo diretto e interno dei nuovi prodotti e processi - sono stati valutati 130 progetti e stanziati oltre 130 milioni di euro, mentre con "Innovation buy", che finanzia invece l'acquisto sul mercato di innovazione tecnologica o organizzativa per l'impresa, sono stati valutati positivamente 63 progetti e sono stati stanziati circa 80 milioni di euro.

Leva di questo importante successo è stata l'offerta di un esclusivo servizio di consulenza - fornita dalla struttura specializzata interna alla Banca - volto a far emergere i fabbisogni inespressi di innovazione, a strutturare in forma progettuale le attività di R&S svolte quotidianamente dalle imprese (anche se spesso senza una pianificazione organica), a valutare il rischio e la redditività dei progetti da affrontare.

## Sanpaolo IMI e Confindustria Mezzogiorno: insieme per la ricerca

In un contesto competitivo sempre più pressante, la ricerca e l'innovazione costituiscono una priorità strategica per l'intero settore produttivo nazionale e in particolare per quello delle regioni meridionali.

Con l'obiettivo di unire i propri sforzi per promuovere la ricerca e l'innovazione nel Mezzogiorno, la Banca ha siglato nel 2006 un accordo con Confindustria per il Mezzogiorno, che identifica il Gruppo Sanpaolo IMI come partner per la diffusione della cultura dell'innovazione e come tutor per le imprese del Mezzogiorno e prevede l'assistenza sul territorio alle imprese, la promozione e la premiazione dei casi di eccellenza e una reciproca azione promozionale. L'obiettivo è di fare emergere i bisogni soggettivi di innovazione e di aiutare le imprese a tradurre in progetto l'innovazione quotidiana, basata su interventi anche poco appariscenti ma costanti, caratteristici di un tessuto industriale contraddistinto da un'imprenditoria giovane che aspira a riposizionarsi in nicchie di mercato e a dispiegare la propria capacità di business competendo sulle prestazioni e non sui costi.

In base all'accordo è stata attivata nel Mezzogiorno una rete stabile di collegamenti tra le sedi di Confindustria e la rete delle filiali imprese della Banca, in grado di indirizzare prontamente le imprese interessate verso un esperto interno per una tempestiva consulenza tecnologico-industriale e l'assistenza nella formulazione delle richieste di

finanziamento. Una semplice scheda di prenotazione contatto, con la quale le imprese possono richiedere direttamente la consulenza, è disponibile anche su un sito dedicato ([www.innovazionemezzogiorno.it](http://www.innovazionemezzogiorno.it)). Sono stati individuati anche altri nuovi strumenti e approcci operativi, che consentono agli esperti in ricerca e sviluppo di supportare i gestori di filiale, attraverso l'uso di canali telematici, numeri telefonici dedicati all'assistenza e strumenti di orientamento commerciale per personalizzare meglio l'offerta per l'impresa cliente. L'accordo con Confindustria Mezzogiorno non ha trascurato l'aspetto della promozione e del premio delle eccellenze: sarà infatti costituito un comitato tecnico congiunto che ogni sei mesi selezionerà - fra i progetti in corso - quelli di maggior contenuto innovativo. Le imprese selezionate potranno incontrare la stampa specializzata e beneficiare di una tribuna di eccezione. Ogni anno, i cinque progetti migliori saranno premiati nell'ambito di un'apposita manifestazione.

## SOSTEGNO ALLA NEO IMPRENDITORIA

Nell'ottica di facilitare l'accesso al credito e di prestare attenzione a categorie specifiche di clienti, il Gruppo ha stipulato una serie di convenzioni con enti regionali finalizzate allo sviluppo della neo imprenditoria, in particolare giovanile e femminile. Nel corso del 2006 Sanpaolo IMI ha finanziato 245 progetti erogando finanziamenti per circa 5,5 milioni di euro per l'avvio di nuove iniziative imprenditoriali e di cooperative nelle Regioni Lombardia, Piemonte e Molise.

## SANPAOLO IMI E LEGACOOP, INSIEME PER LO SVILUPPO

A novembre 2006 il Gruppo Sanpaolo IMI e LegaCoop, la Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue, hanno siglato un'intesa che permetterà alle società cooperative associate di beneficiare di finanziamenti a medio e lungo termine finalizzati a supportare piani di investimento a sostegno dello sviluppo. Nell'ambito dell'accordo, Sanpaolo IMI ha predisposto una metodologia di valutazione del merito creditizio innovativa, in grado di valorizzare le specificità delle cooperative. Sulla base di questa metodologia, alla cooperativa viene attribuito un rating, che determina il rapporto tra il finanziamento erogato da Sanpaolo IMI e l'investimento pianificato dalla società. Questa innovativa metodologia di valutazione del merito creditizio permette di mantenere o migliorare il rating delle società cooperative, e quindi le loro condizioni di accesso al credito, anche a fronte della realizzazione di nuovi piani di investimento. L'accordo prevede inoltre la possibilità, una volta raggiunta una dimensione efficiente del portafoglio di finanziamenti, di trasferire il rischio di credito al mercato dei capitali tramite il collocamento del Bond delle Cooperative.

## *Attraverso un'attenta analisi delle esigenze delle imprese e del territorio, sono state avviate numerose iniziative a sostegno della crescita economica del Paese*

### LA POLICY SUI DERIVATI

A dicembre 2006 è stata emanata e diffusa a tutti i dipendenti del Gruppo la Derivatives Policy, che regola e detta i principi che guidano l'offerta di prodotti derivati non regolamentati (OTC). Il Gruppo Sanpaolo IMI opera già da alcuni anni nel definire e divulgare regole di trasparenza e correttezza a cui ispirare i comportamenti nell'agire quotidiano con i clienti e con gli altri interlocutori aziendali.

La Derivatives Policy completa quindi le linee generali del sistema di governance del settore, richiamando i principi deontologici di buon governo che il Gruppo adotta nella distribuzione dei prodotti derivati OTC in particolare ai clienti imprese, e riepilogando i principi organizzativi che conciliano la gestione commerciale con quella dei rischi della controparte. Il governo dell'offerta di tali prodotti è affidato ad uno specifico Comitato Derivati che presidia l'evoluzione commerciale del comparto, definisce le strategie di vendita ed operative, autorizza i nuovi prodotti immessi nel mercato e promuove le iniziative di riordino dei processi del settore, in modo da assicurare a tutte le filiali un più organico quadro gestionale. L'offerta di prodotti da parte della Banca deve essere coerente con la sostenibilità dei rischi creditizi e finanziari complessivi al fine di garantire un processo di vendita compatibile con l'assunzione ponderata e consapevole dei rischi. In tale ottica, la proposta deve nascere dall'esame analitico delle esigenze bancarie e finanziarie del cliente e deve essere effettuata dopo aver fornito allo stesso la necessaria informativa. Il gestore, affiancato da strutture specialistiche, cura anche il monitoraggio della evoluzione delle diverse posizioni, per identificarne i rischi e concordare le eventuali azioni correttive.



## ALIMENTARE LO SVILUPPO: LA FINANZA STRATEGICA PER LE IMPRESE AGROALIMENTARI

L'industria alimentare italiana con oltre 100 miliardi di euro di fatturato è il secondo comparto manifatturiero dopo quello metalmeccanico; se sommata ad agricoltura e distribuzione alimentare dà origine alla prima filiera economica del Paese. Sanpaolo IMI ha analizzato le criticità del comparto, in particolare il sottodimensionamento delle imprese e, con la collaborazione di esperti di alto prestigio, ha organizzato nel 2006 una serie di workshop sul territorio con imprenditori di eccellenza, che proseguiranno nel 2007. Filo conduttore degli incontri è stato il ruolo della finanza strategica all'interno delle imprese non solo per le decisioni di ampio respiro riguardanti i grandi investimenti e lo sviluppo ma anche per le scelte di tutti i giorni.

Oltre all'indispensabile sostegno all'incremento dimensionale sono emerse altre priorità: dall'internazionalizzazione ai progetti di integrazione di filiera, dalla valorizzazione dei prodotti certificati di qualità ai progetti per la produzione di energia rinnovabile.



Paolo Paracchini

## TURISMO: VALORIZZARE LE SINERGIE TRA LE ATTIVITÀ ECONOMICHE SUL TERRITORIO

Il rilancio di un settore che rappresenta già oggi l'11% del PIL ma che può diventare veicolo fondamentale di sviluppo del territorio rappresenta uno strumento per innescare un circuito virtuoso di risorse vitali, un motivo per "fare sistema".

Nel corso del 2006 sono state sottoscritte forme di collaborazione con organizzazioni di albergatori sul territorio ed è stato siglato un accordo nazionale con AICA – Associazione Italiana Catene Alberghiere. Tali accordi si propongono di supportare gli operatori nel loro percorso di crescita per valorizzare le migliori risorse operanti sul territorio.

## IMI INVESTIMENTI

A fine settembre 2006 è divenuta operativa la fusione per incorporazione di Sanpaolo IMI Private Equity in IMI Investimenti. È nato così il polo dell'equity investments in imprese industriali e di servizi per l'intero gruppo Sanpaolo IMI, presidiato da un centro qualificato di competenze specialistiche dedicate all'individuazione, gestione e monitoraggio dei singoli investimenti. La mission di IMI Investimenti è quella di presidiare l'attività di investimento di capitale di rischio in partecipazioni industriali e commerciali per il Gruppo sia attraverso l'impiego di capitali propri, sia attraverso la gestione di capitali di terzi, investiti in fondi chiusi di private equity orientati alle piccole e medie imprese.

### Fondo di promozione del capitale di rischio per il Mezzogiorno

Il Fondo, lanciato a fine 2003, con un capitale di 100 milioni di euro sottoscritto da investitori italiani ed esteri e gestito dalla controllata Sanpaolo IMI Investimenti per lo Sviluppo SGR ha già investito quasi 45 milioni di euro, suddivisi in 8 operazioni, in imprese prevalentemente di piccole e medie dimensione, localizzate nelle regioni Campania, Abruzzo e Puglia. Nell'esercizio 2006 i nuovi investimenti hanno riguardato in particolare un'impresa di servizi di diagnostica di reti ferroviarie, un'impresa operante nella progettazione e produzione di componenti strutturali e materiali per il settore aeronautico e una azienda che gestisce laboratori diagnostici. Gli interventi del fondo riguardano imprese neocostituite o in fase di sviluppo alle quali sono stati apportati non solo mezzi finanziari a titolo di capitale proprio, ma anche competenze gestionali e manageriali che possono validamente contribuire al raggiungimento dei loro obiettivi di sviluppo. In tal modo si è contribuito alla crescita del sistema produttivo locale con possibilità di impiego di manodopera specializzata e valorizzazione di iniziative espresse dall'imprenditoria sia nei settori più tradizionali sia verso settori innovativi.

### Altri fondi multiregionali

Gli altri due fondi regionali (Centro Impresa e Nord Ovest Impresa) avviati nel corso del 2005 e gestiti dalla controllata Sanpaolo IMI Fondi Chiusi SGR, hanno realizzato nel corso del 2006 i primi investimenti in 6 piccole medie imprese localizzate nelle regioni di rispettiva competenza, per un valore complessivo di oltre 28 milioni di euro. Si tratta di operazioni volte allo sviluppo e consolidamento di importanti realtà territoriali attive in comparti diversificati quali la produzione di fertilizzanti speciali, sementi, opere infrastrutturali, articoli per belle arti e somministrazione di lavoro interinale, a testimonianza dell'impegno profuso dal Gruppo in modo capillare sul territorio. Nel corso del 2006 sono state anche poste le basi per il lancio - da effettuarsi entro il 2007 - di un nuovo fondo regionale a copertura delle ulteriori regioni situate nel nord est d'Italia, a completamento del presidio territoriale del Paese.

### I processi di internazionalizzazione

Sanpaolo IMI favorisce e sostiene

l'internazionalizzazione delle imprese italiane e promuove gli investimenti e le attività delle multinazionali estere in Italia grazie ad un'offerta finanziaria dedicata ed un esteso network internazionale, perché la capacità di attrarre investimenti esteri e di aprire il sistema imprenditoriale nazionale all'estero costituiscono processi fondamentali per il futuro del sistema imprenditoriale italiano.

Il Gruppo è presente direttamente in 36 Paesi attraverso la rete internazionale della Capogruppo, composta di 13 filiali wholesale, la sussidiaria irlandese Sanpaolo IMI Bank Ireland, 19 rappresentanze e due desk operativi, cui si aggiungono le 377 filiali delle banche estere controllate operanti in Europa e nel Mediterraneo. I clienti del Gruppo Sanpaolo IMI possono avvantaggiarsi anche degli accordi stipulati con Banche presenti in Cina, Tunisia, Emirati Arabi Uniti, Marocco, India, Thailandia e in numerosi paesi dell'America Latina. Il supporto alla clientela italiana orientata ad intensificare gli scambi commerciali e gli investimenti nell'Est Europa, oggi già garantito dalla presenza del Gruppo in Ungheria tramite Inter Europa Bank, in Romania attraverso Sanpaolo IMI Bank Romania e in Slovenia tramite Banka Koper, è stato consolidato nel 2006 grazie all'acquisizione di banche locali in Paesi strategici per le imprese italiane. In particolare in Albania si è proceduto all'acquisizione di una partecipazione del 76,1% della Banca Italo Albanese e alla sigla di un accordo per l'acquisizione dell'80% dell'American Bank of Albania e in Serbia è stato acquisito l'87,4% della Panonska Banka che ha una rete commerciale di 65 punti operativi e un focus particolare sulla clientela imprese.

Va infine ricordato il forte impegno del Gruppo nel sostenere le imprese italiane che si vogliono affacciare nel bacino Mediterraneo. A novembre 2006 il Gruppo Sanpaolo IMI ha acquistato l'80% della Bank of Alexandria, terza banca egiziana, con una rete di 188 sportelli sull'intero territorio nazionale, una quota di mercato del 10% tra le banche commerciali e oltre 1.500.000 clienti.

Nel corso del 2006 è terminata l'istruttoria delle pratiche connesse ai programmi di ristrutturazione delle imprese italiane operanti nei Paesi colpiti dallo tsunami del dicembre 2004, a valere sulla linea di credito SACE Tsunami che offre un finanziamento a cinque anni per la ricostruzione parziale o totale delle iniziative economiche danneggiate.

Inoltre, al fine di sostenere le esportazioni italiane di beni strumentali, ma anche di partecipare attivamente allo sviluppo delle PMI brasiliane, Sanpaolo IMI unitamente a SACE e PROMOS sta lavorando per il perfezionamento di uno strumento finanziario

innovativo - Joint Credit Facility (JCF) - che consente di partecipare al finanziamento delle PMI brasiliane che importano beni strumentali dall'Italia con l'assunzione diretta del rischio commerciale brasiliano.

Al fine di favorire l'internazionalizzazione delle imprese meridionali, il 21 dicembre 2006 è stato firmato l'accordo di partenariato a servizio delle imprese tra l'Istituto Nazionale per il Commercio con l'Estero (ICE) e il Sanpaolo Banco di Napoli. La Carta Servizi, riservata esclusivamente alla clientela imprese della Rete Sanpaolo Banco di Napoli, consente di accedere, con condizioni di favore, a determinati servizi e prodotti presenti nell'offerta dei due soggetti proponenti.



Paolo Arcagni

*Sanpaolo IMI favorisce e sostiene  
l'internazionalizzazione  
delle imprese italiane e promuove  
gli investimenti e le attività  
delle multinazionali estere in Italia*

# BANCA OPI

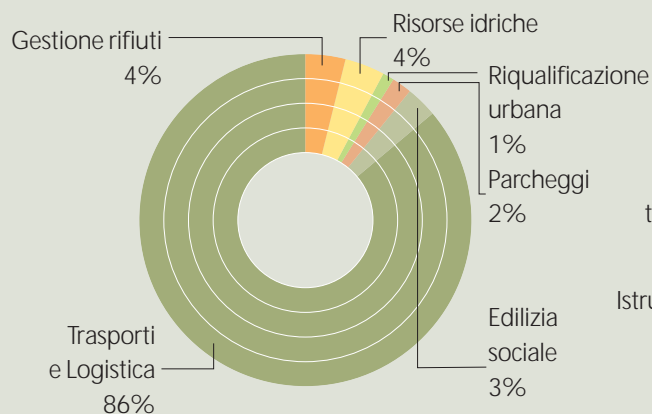
## SANPAOLO

Banca OPI si colloca nel panorama finanziario italiano come banca altamente specializzata e vicina alle esigenze espresse dalle comunità locali, in grado di coniugare grande dimensione e specializzazione con il radicamento territoriale. Nel corso del 2006 Banca OPI ha proseguito il suo forte impegno verso il settore di clienti costituito dagli enti pubblici, dalle realtà da essi controllate e dai promotori di investimenti infrastrutturali, fornendo un'ampia gamma di servizi finanziari che ricomprende ogni tipologia di supporto creditizio di medio e lungo termine (finanziamenti, sottoscrizione di titoli, leasing, garanzie, project financing), prodotti derivati finalizzati all'ottimale gestione dei rischi, e consulenza. Mantenendo uno stretto legame ed una proficua interazione con il territorio e le economie locali, Banca OPI si pone l'obiettivo di contribuire alla crescita economica del Paese attraverso la valorizzazione del territorio ed il finanziamento del sistema infrastrutturale civile e industriale. Anche nel 2006 la quota di interventi rivolti allo sviluppo socio-ambientale del territorio si è mantenuta su livelli significativi (36% del totale), per un importo complessivo di finanziamenti pari a 2,4 miliardi di euro<sup>6</sup>.

I settori che hanno maggiormente beneficiato del supporto finanziario di Banca OPI sono stati quello dei trasporti intermodali e quelli della riqualificazione urbana, edilizia sociale e trasporto urbano, confermando così l'impegno della Banca verso l'ambiente ed il territorio. Particolare attenzione è stata inoltre rivolta verso i settori dell'energia (fonti rinnovabili), dell'istruzione, della sanità e dei servizi idrici ed ambientali. Si segnalano in particolare, per quanto riguarda l'istruzione, un finanziamento in project financing per la realizzazione della Scuola di Biotecnologie di Torino (13,1 milioni di euro) ed all'estero il finanziamento per la realizzazione di un nuovo complesso scolastico a Northampton (10,4 milioni di euro). Nel settore idrico si segnala il finanziamento al Registro Italiano Dighe per la messa in sicurezza di 12 importanti dighe dislocate in varie regioni italiane (3 in Toscana, 2 in Piemonte, Liguria e Sicilia, 1 nel Lazio, nelle Marche ed in Basilicata) per un investimento totale di 25,6 milioni di euro e, nel settore dei consorzi di bonifica, il finanziamento di interventi in diverse aree d'Italia per un totale investimento superiore ai 30 milioni di euro.

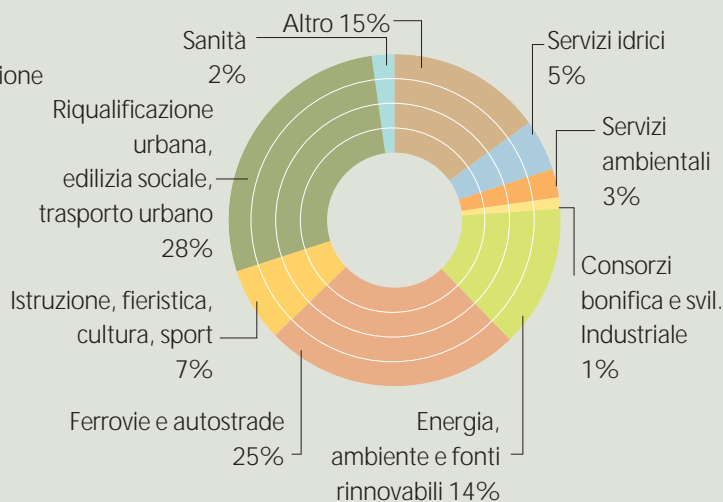
### SETTORI ATTIVITÀ DI CONSULENZA

(Totale investimenti: 11 miliardi di euro)



### FINANZIAMENTI CON VALENZA SOCIO-AMBIENTALE

(Totale finanziamenti: 2,4 miliardi di euro)



<sup>6</sup> Per quanto riguarda i finanziamenti agli investimenti del 2006 di Regioni, Province e Comuni, per i quali non risulti chiaramente definita la destinazione, viene stimata forfetariamente una percentuale di investimenti con valenza socio-ambientale pari al 50% del totale. La stima si basa sull'analisi del dato storico relativo alla ripartizione degli investimenti delle Regioni e degli Enti Locali italiani nel corso degli ultimi anni (2003-2004 – fonte: MEF, relazione generale sulla situazione economica del Paese 2005), dalla quale risultano investimenti in ambito socio-ambientale sempre ampiamente superiori alla suddetta percentuale.



Nel settore dell'edilizia sociale, risultano di rilievo i finanziamenti concessi per la realizzazione di nuove strutture residenziali nelle aree di Milano e Brescia (per complessivi 54,7 milioni di euro), nonché quelli per la realizzazione di case popolari nella città di Goteborg (38,7 milioni di euro). Nell'ambito della sanità sono stati finanziati, tra gli altri, interventi per la ristrutturazione e potenziamento di una struttura ricreativo-termale ad Agnano (3 milioni di euro) e per la realizzazione di una casa di riposo per anziani a Rovigo (2 milioni di euro).

Nel settore dell'energia (fonti rinnovabili) si segnala il finanziamento per la realizzazione di una centrale idroelettrica nel territorio della comunità montana di Valle Maira (Cuneo) per un investimento totale di 5 milioni di euro, mentre nel settore dei servizi ambientali risultano di un certo rilievo gli interventi di finanziamento rivolti alla costruzione di impianti di depurazione nella provincia di Lecco (complessivi 7,9 milioni di euro), e quelli per l'ampliamento dell'impianto di depurazione e per la realizzazione di un nuovo collettore fognario nella città di Cologno al Serio - Bergamo (2,6 milioni di euro).

Costante l'attenzione di Banca OPI per il Mezzogiorno, come dimostra la partecipazione alla Fondazione Mezzogiorno Tirrenico, costituita dalle Associazioni degli Industriali delle cinque province campane, oltre che dalla stessa Banca OPI e dal MPS, al fine di promuovere lo sviluppo economico e sociale del Mezzogiorno tirrenico, attraverso l'erogazione di contributi volti alla progettazione di infrastrutture, opere di riqualificazione territoriale, sistemi industriali e turistici. Tra le attività del 2006 si possono segnalare la conclusione dello studio di fattibilità del "Polo logistico integrato di Mercato San Severino" nella provincia di Salerno e l'avvio dello studio di fattibilità del progetto "Distretto tecnologico - Technodistrict" nel Comune di Caserta. Tra i settori nei quali la Banca ha svolto la propria attività di consulenza, circa l'86% del totale investimenti ha riguardato i settori dei trasporti e logistica (9,5 miliardi di euro). Tra gli altri settori si segnalano in particolare le risorse idriche (4%), la gestione dei rifiuti (4%), la riqualificazione urbana ed i parcheggi (3%) ed infine l'edilizia sociale (3%).



Collaboratori

## OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI

### Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2005

### Azioni e risultati raggiunti nel 2006

Investire nelle competenze e nella qualità professionale delle persone per favorire la piena realizzazione delle potenzialità individuali e per attrarre, mantenere e valorizzare le persone più qualificate, puntando anche su percorsi di crescita che tengano in considerazione le diverse caratteristiche ed esigenze delle persone

- È stato introdotto il nuovo modello di gestione delle competenze che responsabilizza e coinvolge direttamente le persone attraverso l'autovalutazione del livello di competenza espresso.
- È stato ampliato il sistema gestionale relativo ai percorsi professionali.
- È stata ultimata la progettazione di un sistema di valutazione e classificazione che fornisce le logiche per interpretare il sistema professionale aziendale e per supportare la definizione di linee guida e politiche gestionali, in particolar modo quelle legate alle retribuzioni, per i differenti segmenti di persone e di attività.
- È stato approfondito ed ampliato l'utilizzo del sistema di Valutazione del Capitale Umano (Human Capital Value), che è finalizzato a comprendere il contributo del capitale umano nelle dinamiche di generazione del valore aziendale.
- È stato sviluppato un sistema specifico per il controllo e la gestione dei rischi operativi associati alle risorse umane, nell'ambito del modello di analisi e di diagnosi degli eventi di perdita (Basilea 2).
- È stato ridisegnato l'impianto delle Comunità, per renderlo maggiormente coerente con le esigenze aziendali e individuali.
- Sono stati innovati i modelli di supporto alle scelte di gestione del personale ed è stato realizzato un percorso di sviluppo per i responsabili del personale, che risponda ai cambiamenti di contesto e consenta lo sviluppo di azioni orientate ad instaurare un clima di benessere fra le persone.

Rafforzare la corporate identity di Gruppo, con particolare attenzione alla sensibilità etica, valorizzando al contempo le diverse culture delle aziende che sono state integrate nei recenti processi di razionalizzazione del Gruppo

- È stato avviato un programma, denominato Indaco (INcludere le Diversità per Aumentare la COmpetitività), finalizzato alla valorizzazione delle pluralità e delle differenze all'interno di un comune contesto valoriale.
- Due nuovi fattori - compliance e business ethics - sono stati introdotti nell'ambito del sistema di valutazione dei comportamenti professionali 2006 del personale delle Banche commerciali (che coinvolge il 100% delle persone), quale concreta applicazione dei principi sanciti dai diversi documenti aziendali (codice etico, policy aziendali, ecc.). Tali comportamenti sono valutati per tutte le figure professionali/fasce di ruolo e prevedono due livelli, "conforme/non conforme", con riflessi sul complessivo giudizio di valutazione e di conseguenza anche sugli eventuali premi maturati nell'ambito dei sistemi di incentivazione.

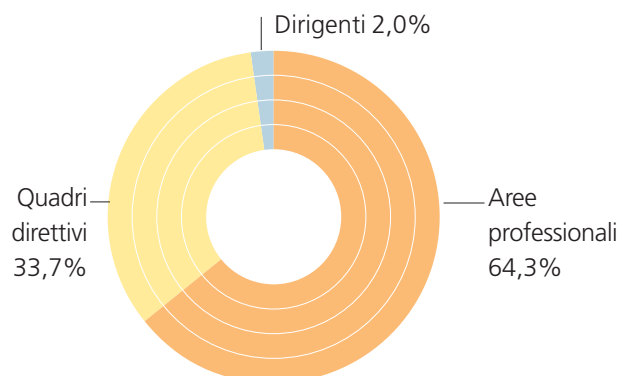
Integrare nei sistemi incentivanti l'ottica di breve con quella di medio periodo attraverso lo sviluppo di nuovi strumenti retributivi a supporto del Piano triennale, focalizzati sul raggiungimento di obiettivi quantitativi e qualitativi

- Sono stati definiti diversificati strumenti retributivi a supporto del piano, rivolti alle diverse categorie di personale in un'ottica di breve/medio/lungo periodo, anche attraverso la partecipazione dei dipendenti al capitale (azionariato diffuso).

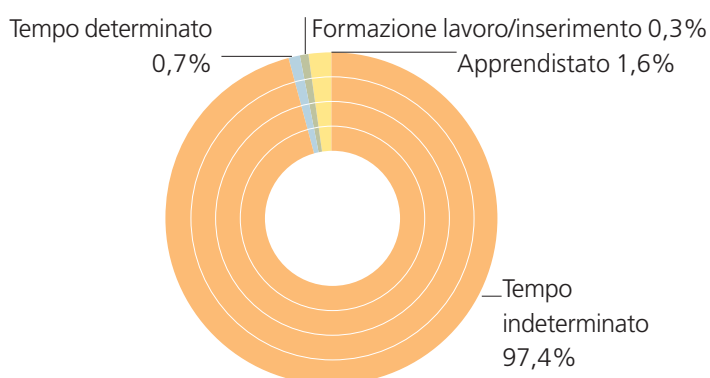
## La composizione del personale

Al 31 dicembre 2006 il Gruppo Sanpaolo IMI comprende 42.727 persone cui si aggiungono 178 lavoratori atipici. Il personale del Gruppo si caratterizza per un'elevata componente femminile (quasi il 49%), un alto tasso di scolarità (oltre il 30% è laureato), un'età media più bassa rispetto al sistema. Nel corso del 2006 sono entrate a far parte del perimetro di consolidamento Banca Italo Albanese, Panonska Banka (Serbia), Bank of Alexandria (Egitto) e Cassa dei Risparmi di Forlì e della Romagna per un totale di 7.166 risorse, considerando le quali l'organico del Gruppo si attesta complessivamente a 50.071 risorse, delle quali 209 lavoratori atipici.

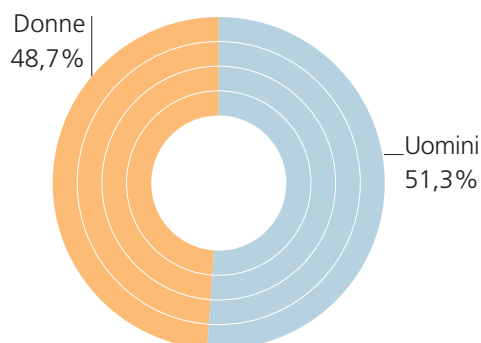
### RIPARTIZIONE PER CATEGORIA DI CONTRATTO



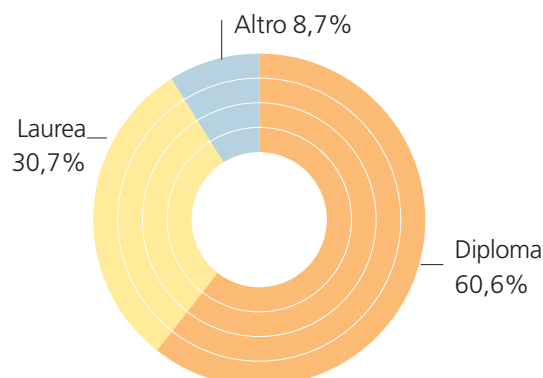
### RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



### RIPARTIZIONE PER GENERE

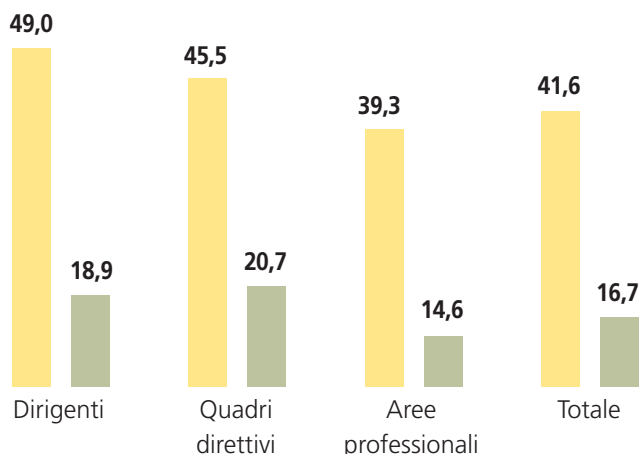


### RIPARTIZIONE PER SCOLARITÀ



### ETÀ E ANZIANITÀ MEDIE

■ Età media  
■ Anzianità media



### Dati medi di sistema\*

- Donne: 39,3% Uomini: 60,7%
- Dirigenti: 2,2% Quadri direttivi: 35% Aree professionali: 62,7%
- Tempo indeterminato: 97,6% Tempo determinato: 1,5% Formazione lavoro/inserimento: 0,8% Apprendistato: 0,1%
- Età media: 42,3 anni (Dirigenti: 49,7 Quadri Direttivi: 45,8 Aree Professionali: 40,1)
- Laurea: 25,9% Diploma: 65,1% Altro: 9,1%

\*Fonte: Rapporto ABI 2006 sul mercato del lavoro nell'industria finanziaria.

## L'evoluzione del personale

Nel corso del 2006 l'organico del Gruppo, al netto delle acquisizioni realizzate nel 2006, ha registrato una crescita di 579 risorse (+1,4%) rispetto a fine 2005 ricostruito pro forma<sup>1</sup>. L'incremento è essenzialmente riconducibile al personale dipendente, di cui circa il 60% nel settore dell'attività bancaria, in particolare in relazione al potenziamento della presenza nell'est Europa ed agli investimenti del settore del consumer banking.

In evidenza la crescita nel comparto del Polo Risparmio e Previdenza (+241 persone, +9,2%), legata al consolidamento della struttura di governo ed agli inserimenti a supporto dello sviluppo del business.

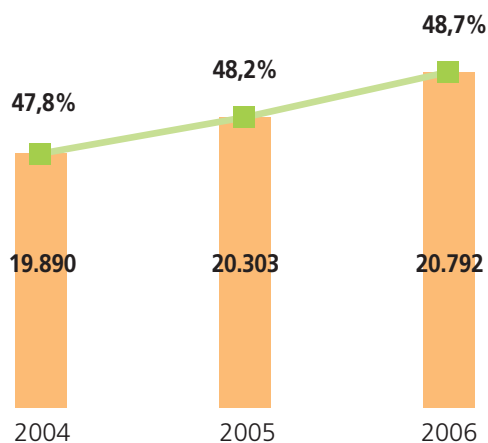
L'evoluzione del personale nel corso del 2006<sup>2</sup> è in linea con quanto registrato negli ultimi anni:

- continua a crescere la componente femminile (+2,4%), oggi pari al 48,7%, grazie alla notevole incidenza delle donne nelle nuove assunzioni;
- è aumentato il personale direttivo femminile (+6,9%) con tassi di crescita superiori alla componente maschile (+1,9%) a dimostrazione della politica di

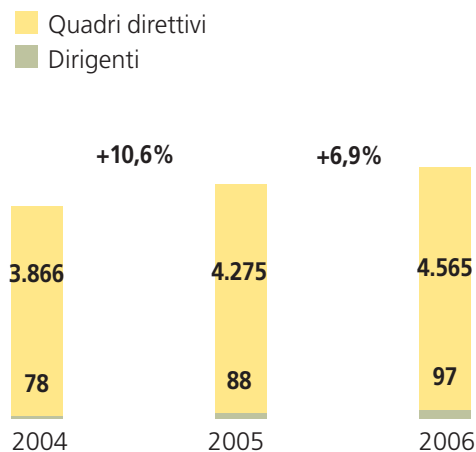
pari opportunità nella crescita professionale attuata nell'ambito del Gruppo;

- si è incrementato il numero dei laureati (+7,9%), pari al 30,7% del totale, in seguito all'ingresso di persone prevalentemente in possesso di diploma di laurea;
- è cresciuta l'incidenza percentuale dei contratti di apprendistato e di inserimento, che rispetto al 2005 è più che raddoppiata. Al contrario, i contratti a tempo determinato si sono ridotti di oltre il 75% rispetto all'anno scorso a seguito della trasformazione in contratti a tempo indeterminato, la cui incidenza percentuale sul totale dell'organico nel 2006 è la più elevata degli ultimi 3 anni;
- sono rimaste sostanzialmente stabili l'età media (41,6 anni) e l'anzianità media (16,7 anni), grazie all'inserimento di giovani risorse; nel Gruppo l'età media delle donne è inferiore di 5 anni rispetto a quella degli uomini;
- sono aumentate le persone in part-time (+2,4%), oggi pari all'8,6% del totale.

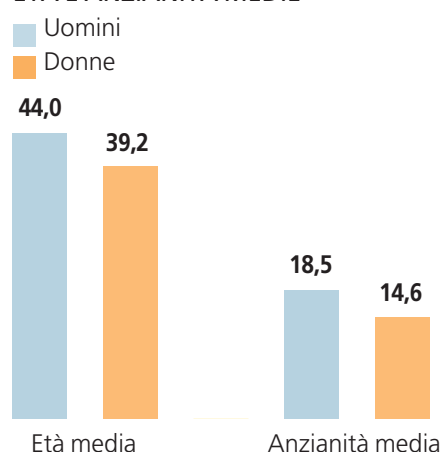
### PRESENZA FEMMINILE IN AZIENDA



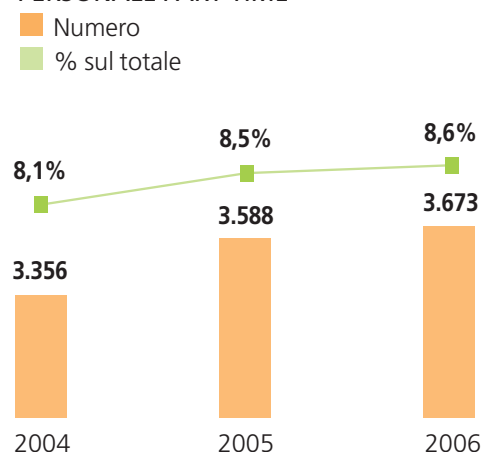
### PERSONALE DIRETTIVO FEMMINILE



### ETÀ E ANZIANITÀ MEDIE



### PERSONALE PART-TIME



1) I dati relativi al 31/12/2005 sono stati riesposti per tenere conto degli scorpori di filiali dovuti al riordino territoriale delle Banche commerciali del Nord Est e alla nascita di Sanpaolo Banca dell'Adriatico avvenuti nel trimestre maggio-luglio 2006 e dell'uscita di Gest Line dal perimetro di consolidamento di Gruppo.  
2) I dati sono stati ricostruiti, per omogeneità di confronto con il 31/12/2005, escludendo le risultanze di Banca Italo Albanese, Panonska Banka, Bank of Alexandria e Cassa dei Risparmi di Forlì, entrate nel perimetro di consolidamento nel 2006.

## Turn-over

Nel corso del 2006 le assunzioni a livello di Gruppo sono state 1.720, di cui oltre 700 nelle Banche commerciali. Le cessazioni sono state 1.183, di cui circa 700 nelle Banche commerciali. Le assunzioni dell'anno si sono caratterizzate per

una prevalenza del personale femminile e laureato (oltre il 50% del totale delle assunzioni) e per un massiccio ricorso alle tipologie contrattuali previste dalla cosiddetta Legge Biagi.

### ASSUNZIONI E CESSAZIONI 2006\*

Ripartizione per categoria di contratto	Assunzioni			Cessazioni		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>TOTALE</b>	<b>308</b>	<b>426</b>	<b>734</b>	<b>472</b>	<b>234</b>	<b>706</b>
%	42,0%	58,0%	100,0%	66,9%	33,1%	100,0%
Dirigenti	5	2	7	42	2	44
Quadri direttivi	45	14	59	220	52	272
Aree professionali	258	410	668	210	180	390
Ripartizione per tipologia di contratto						
Tempo indeterminato	107	75	182	439	196	635
Tempo determinato	53	70	123	19	22	41
Formazione lavoro/inserimento	23	21	44	3	0	3
Apprendistato	125	260	385	11	16	27

\*Dati riferiti alle Banche commerciali

## Evoluzione delle carriere e politica retributiva

Anche per l'anno 2006 è proseguita la politica di sviluppo di carriera fondata sul riconoscimento del merito individuale, in un'ottica di accrescimento delle competenze e di nuove e più complesse responsabilità assegnate alle persone.

La politica retributiva è uno degli strumenti principali per il riconoscimento del merito e consente l'utilizzo nel Gruppo di diversi strumenti: le promozioni (passaggi di inquadramento), le erogazioni di importi una tantum e l'assegnazione di incrementi fissi ad personam.

Nel 2006 gli interventi sulla retribuzione fissa (inquadramenti e incrementi fissi ad personam) nel Gruppo hanno riguardato oltre 4.050 persone pari al 9,5% della popolazione.

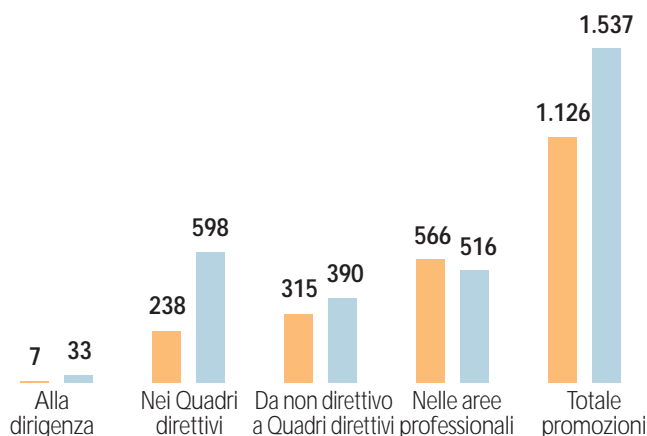
Le promozioni in particolare hanno coinvolto oltre 2.650 persone corrispondenti al 6,2% del personale (7,0% sul totale uomini e 5,4% sul totale donne). La ripartizione delle promozioni (42,3% donne e 57,7% uomini), pur influenzata dalla diversa composizione dell'organico, conferma sostanzialmente l'andamento degli anni precedenti secondo una politica di equità e di pari opportunità, anche a livello retributivo, tra uomini e donne. In particolare, si evidenzia che nell'ambito della

dirigenza, il 7,2% delle donne dirigenti è stata nominata nell'anno 2006 (contro il 4,4% degli uomini) mentre le donne promosse a quadro sono state il 6,9% (contro il 4,0% degli uomini).

### PROMOZIONI 2006\*

Donne

Uomini



\*Dati riferiti alle Banche commerciali



Le retribuzioni annue lorde medie a livello di Gruppo si attestano a circa 30.000 euro per le aree professionali, a circa 49.000 euro per i quadri direttivi e a circa 120.000 euro per i dirigenti. Tali valori sono sostanzialmente allineati ai dati medi delle Banche commerciali per quanto riguarda i quadri direttivi, mentre il livello medio di Gruppo delle retribuzioni delle aree professionali e dei dirigenti è differente, il primo perché influenzato dall'incidenza delle retribuzioni erogate nei Paesi dell'Est Europa, in presenza di un minor costo della vita, e il secondo perché è correlato a retribuzioni crescenti nei settori dell'Investment Banking e del Risparmio e Previdenza. Nelle Banche commerciali, le retribuzioni annue lorde rimangono sostanzialmente costanti rispetto al 2005 e comunque in linea con

la media delle banche italiane, come risulta dall'indagine retributiva condotta dall'ABI nel settore del credito per l'anno 2006. Unica eccezione si riferisce ai dirigenti per i quali l'incremento registrato nel 2006 consegue alla politica di graduale riallineamento ai livelli di mercato. La diversa composizione del personale in uscita rispetto a quello in entrata e la mancanza di scatti contrattuali in conseguenza di un Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro scaduto nel 2005 hanno contribuito a tenere le retribuzioni annue lorde stabili nell'ambito dei quadri direttivi e delle aree professionali (le retribuzioni minime applicate sono sempre quelle previste dal CCNL di settore per le diverse categorie del personale).

### RETRIBUZIONE LORDA FISSA (medie per categoria contrattuale)\*

	Uomini			Donne			Media			Media Gruppo
	euro	al netto dei part-time	var. 06/05	euro	al netto dei part-time	var. 06/05	euro	al netto dei part-time	var. 06/05	
Dirigenti	115.038	115.038	3,2%	103.190	103.190	1,7%	113.889	113.889	3,0%	119.983
Quadri direttivi	50.839	50.898	-0,2%	44.929	45.893	-0,2%	48.992	49.422	-0,3%	48.932
Aree professionali	32.950	33.072	0,0%	29.903	30.918	-0,6%	31.198	31.959	-0,3%	29.979

\*Dati riferiti alle Banche commerciali.

In termini di retribuzione variabile, si evidenzia una politica di continuo investimento in premi, bonus e incentivi al personale a livello di Gruppo, portando la percentuale di incidenza della parte variabile rispetto alla retribuzione fissa al 10,5% per le aree professionali, al 19% per i quadri direttivi e al 56% per i dirigenti. In particolare, a

livello di Banche commerciali i positivi risultati aziendali dell'anno 2005 e il Piano di Azionariato Diffuso (PAD) hanno compensato la stabilità delle retribuzioni fisse; si registra infatti un incremento della retribuzione variabile nell'anno 2006 pari al 16% per le aree professionali, al 24% per i quadri direttivi e al 45% per i dirigenti.

### INCIDENZA RETRIBUZIONE VARIABILE (medie per categoria contrattuale)\*

	% RAL			Media Gruppo	% RGA			Media Gruppo
	Uomini	Donne	Media		Uomini	Donne	Media	
Dirigenti	51,2%	53,6%	51,4%	55,9%	33,9%	34,9%	34,0%	35,8%
Quadri direttivi	18,1%	17,1%	17,8%	18,9%	15,3%	14,6%	15,1%	15,9%
Aree professionali	10,6%	11,0%	10,8%	10,5%	9,6%	9,9%	9,7%	9,5%

\*Dati riferiti alle Banche commerciali, esclusi i part time.

RAL: Retribuzione annua lorda (componente fissa di retribuzione). RGA: Retribuzione Globale Annuale (somma della componente fissa e variabile della retribuzione)

Il PAD avviato a giugno/luglio 2006 per tutto il personale dipendente delle Banche commerciali con contratto di lavoro a tempo indeterminato, è stato promosso nell'ambito dei rinnovi dei contratti integrativi delle Banche commerciali quale strumento di incentivazione a sostegno del Piano Industriale, con l'obiettivo di legare le performance operative dei dipendenti alla creazione di valore per gli azionisti e di rafforzare lo spirito di appartenenza al Gruppo. Il Piano offriva la possibilità di richiedere l'assegnazione gratuita di azioni ordinarie di Sanpaolo IMI per un controvalore individualmente determinato in base all'inquadramento ricoperto al 31 dicembre 2005. Le azioni assegnate sono gravate da un vincolo di indisponibilità per tre anni dalla data di assegnazione (sino al 27 luglio 2009

compreso). A fronte della partecipazione volontaria al Piano è stata definita l'attribuzione di un controvalore di azioni differenziato per categoria contrattuale pari al doppio della quota di ristrutturazione del premio aziendale di produttività 2005, individualmente spettante.

L'operazione è stata perfezionata a fine luglio ed ha determinato il riconoscimento ai 24.246 dipendenti delle Banche commerciali che hanno aderito al Piano (pari al 70% degli aventi diritto) di circa 2,3 milioni di azioni. L'operazione verrà ripetuta anche nel 2007 con le stesse modalità di partecipazione volontaria e sarà rivolta a tutto il personale con contratto a tempo indeterminato, di inserimento e di apprendistato.

## Pari opportunità, conciliazione casa-lavoro, flessibilità

Il Gruppo persegue una politica di pari opportunità di crescita professionale e personale, di equilibrio fra l'attività lavorativa e privata delle persone che si manifesta nell'impegno verso le donne lavoratrici, nel ricorso ad orario part-time, nell'inserimento di lavoratori diversamente abili.

Negli ultimi due anni l'incidenza delle donne sul totale organico di Gruppo - oggi pari al 48,7% - è cresciuta di quasi 1 punto percentuale rispetto al 2004 ed è nettamente superiore al dato medio delle maggiori banche (39,4% del totale nel 2005 secondo il Rapporto ABI 2006 sul mercato del lavoro nell'industria finanziaria). Tale maggiore incidenza è il risultato di un andamento delle assunzioni che ha visto negli ultimi anni la prevalenza di personale femminile.

Nelle Banche commerciali l'età e l'anzianità media delle

donne risultano notevolmente più basse di quelle degli uomini (età media: 39,7 anni contro 45; anzianità media: 16 anni contro 20,2) e le donne rappresentano i due terzi dell'intero personale con età fino a 32 anni.

Sotto il profilo della scolarità, le donne rappresentano più della metà del totale dei laureati, a fine 2006 circa 1 donna su 3 è laureata, circa 1 su 2 considerando le donne fino a 32 anni delle Banche commerciali.

Le donne con funzioni direttive rappresentano il 31% del totale della categoria (+2,3 punti percentuali di incidenza rispetto al 2004), risultando in crescita del 18% rispetto al 2004 (+24% le sole donne dirigente), incremento doppio rispetto a quello totale del personale direttivo.

Nelle Banche commerciali le donne che ricoprono il ruolo di direttore sono aumentate di circa il 10% rispetto al 2004, contro una sostanziale stabilità degli uomini; oggi un direttore su 5 è donna.

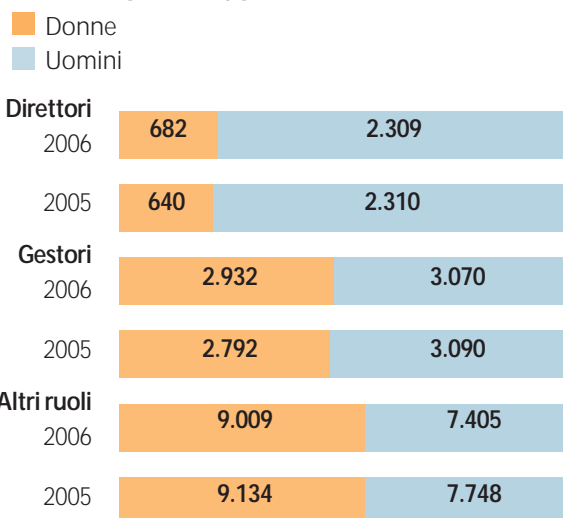
Considerando i direttori con età fino a 40 anni, il rapporto diventa 1 a 3.

Le donne con orario part-time rappresentano il 95% del totale delle risorse in part-time e il 17% della popolazione femminile ed evidenziano un incremento del 10% rispetto al 2004 (+2,6% nell'ultimo anno). In particolare, nelle Banche commerciali, l'incremento delle donne con orario part-time ha riguardato le aree professionali (+9% rispetto al 2004), ma soprattutto i quadri direttivi (+30% rispetto al 2004).

In generale, i contratti part-time sono cresciuti del 9,4% nel corso del biennio 2004-2006 e pesano per l'8,6% sul totale (+0,5 punti percentuali rispetto al dato del 2004).

Inoltre, altre 3.886 persone (di cui 2.492 donne e 1.394 uomini) appartenenti alle aree professionali fruiscono di flessibilità di orario.

### RIPARTIZIONE PERSONALE DI FILIALE\*



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

### PART-TIME

	Uomini		Donne		Totale	
	num.	Part time sul totale uomini	num.	Part time sul totale donne	num.	Part time sul totale
Totale	187	1,0%	3.486	16,8%	3.673	8,6%

### Dati medi di sistema\*

• Uomini: 1,0% Donne: 19,7% Totale: 8,3%

\*Fonte: Rapporto ABI 2006 sul mercato del lavoro nell'industria finanziaria

## PART-TIME E FLESSIBILITÀ\*

	Uomini num.	Donne num.	Totale num.	% sul totale di categoria
Dirigenti	0	0	0	0,0%
Quadri direttivi	26	311	337	2,8%
Aree professionali	1.541	5.401	6.942	29,8%
- part-time	147	2.909	3.056	13,1%
- flessibilità diversa dal part-time	1.394	2.492	3.886	16,7%
<b>TOTALE</b>	<b>1.567</b>	<b>5.712</b>	<b>7.279</b>	<b>20,2%**</b>

\*Dati riferiti alle Banche commerciali

\*\*% su totale dipendenti

Nel corso del 2006 è stato avviato un programma, denominato Indaco (Includere le Diversità per Aumentare la COmpetitività), finalizzato alla valorizzazione delle pluralità e delle differenze, nell'ambito del quale sono state sviluppate diverse iniziative:

- avvio di un intervento formativo destinato a donne con alto potenziale di crescita, per lo sviluppo di modelli manageriali al femminile;
- progettazione di un portale web dedicato a ridurre le distanze fra l'azienda e il personale assente per lunghi periodi (in particolare per maternità), attraverso la messa a disposizione di informazioni e servizi;
- realizzazione di un progetto denominato "la fabbrica delle esperienze" finalizzato a valorizzare le conoscenze/esperienze delle persone con elevata seniority e a metterle a disposizione della popolazione aziendale più giovane.

Quest'ultima iniziativa ha visto coinvolte 144 persone - metà senior e metà junior - che hanno realizzato un travaso di memoria, competenze ed esperienze finalizzate allo sviluppo dell'attività strategica della Banca e alla condivisione dei valori. L'obiettivo è stato quello di valorizzare le differenze, di ridurre le fratture generazionali e di competenze e di consolidare la motivazione nel rapporto tutore/ discente.

## L'innovazione nei sistemi per la gestione e lo sviluppo delle persone

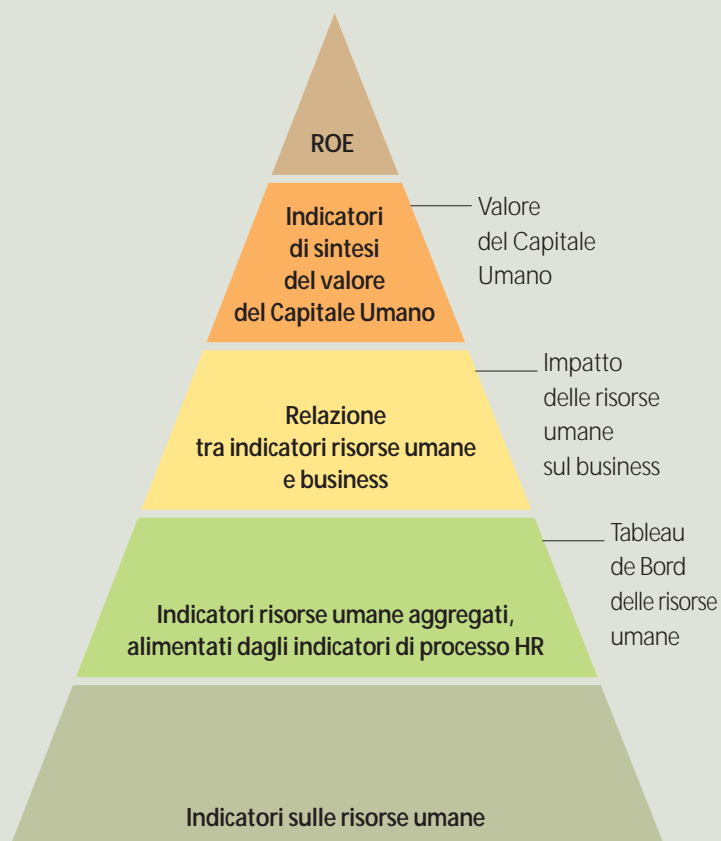
Lo sviluppo professionale all'interno dell'azienda è strettamente legato all'analisi e al miglioramento dei modelli gestionali delle risorse umane e all'approfondimento della valutazione delle competenze di ogni singola persona. Nel corso del 2006 sono state progettate e realizzate numerose iniziative nell'ambito della valutazione e dello sviluppo manageriale. In particolare è stato applicato il nuovo modello di gestione delle

competenze a tutta la popolazione dei quadri direttivi e delle aree professionali della sede centrale e delle Banche commerciali. Il nuovo sistema responsabilizza e coinvolge direttamente le persone nel processo di continuo accrescimento di competenze necessarie alle diverse attività aziendali. Si articola in due fasi: la prima consiste nella definizione, attraverso un processo di autovalutazione, del livello di competenze espresso, cui hanno risposto il 95% delle persone coinvolte; la seconda fase comporta una validazione da parte dei responsabili diretti (con un'adesione del 100%) seguita da un incontro per condividere le motivazioni di eventuali differenze di giudizio. È stato inoltre ampliato il sistema gestionale relativo ai percorsi professionali, che accanto ai percorsi già da tempo applicati sulla rete filiali, prevede un più ampio sistema di mappe di sviluppo professionale riguardanti i collegamenti tra i differenti mestieri. L'obiettivo è quello di indirizzare e governare la crescita professionale delle persone in coerenza con le esigenze aziendali e di individuare percorsi professionali trasversali finalizzati alla creazione di professionalità e di mestieri ad alto contenuto strategico e innovativo. Sono stati innovati anche i modelli di supporto alle scelte gestionali, che forniscono criteri specifici per le diverse azioni da attivare sulle persone, in particolare per quanto riguarda l'individuazione del bacino di persone con alto potenziale di sviluppo e dei destinatari di possibili interventi di promozione o adeguamento retributivo, le azioni di sviluppo delle competenze e delle capacità professionali e manageriali e infine lo stile di coaching da attivare rispetto alle diverse caratteristiche delle persone. È stato realizzato inoltre un percorso di sviluppo destinato ai responsabili del personale, con l'obiettivo di consolidare un orientamento allo sviluppo delle potenzialità individuali attraverso l'attenta valutazione del ruolo in termini di risorse da investire e azioni da intraprendere, rispondendo ai cambiamenti di contesto e sviluppando azioni affinché si instauri un clima di benessere fra le persone, motivante rispetto al raggiungimento degli obiettivi.

## IL SISTEMA DI VALUTAZIONE DEL CAPITALE UMANO

Il sistema di valutazione del capitale umano realizzato da Sanpaolo IMI è un modello di misurazione e valutazione del patrimonio intangibile e risponde all'obiettivo di comprendere il ruolo del capitale umano nelle dinamiche di generazione del valore aziendale.

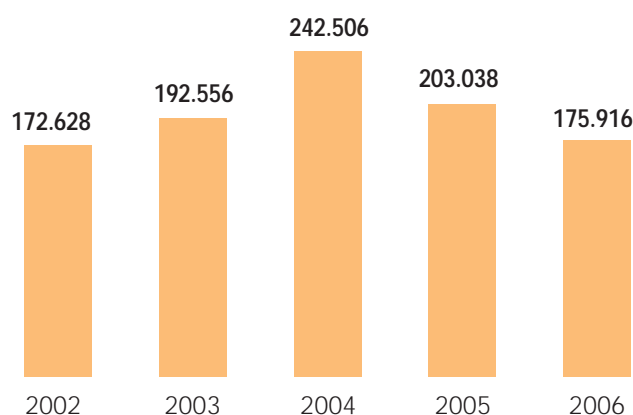
Attraverso il sistema di Valutazione del Capitale Umano sono state realizzate nel corso del 2006 numerose analisi sugli indicatori legati a processi di gestione delle risorse umane (selezione e assunzioni, gestione ed amministrazione, formazione, gestione della prestazione, sviluppo professionale) e sul loro rapporto con gli indicatori di business (asset & liability, prodotti/servizi, clienti) relativi a strutture di rete, al fine di definire con le strutture competenti le più appropriate azioni da attivare. E' stato inoltre messo a disposizione dei diversi responsabili decentrati del personale uno strumento di controllo operativo (HR Tableau de Bord) volto a monitorare l'efficienza e l'efficacia delle azioni rivolte alla gestione delle persone.



## L'investimento nella formazione

Le attività di formazione sono uno dei punti di forza del Gruppo e rappresentano una delle principali leve per supportare la crescita individuale e professionale delle persone, aiutando i singoli a meglio orientarsi nelle fasi di cambiamento e fornendo le competenze necessarie per contribuire efficacemente al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

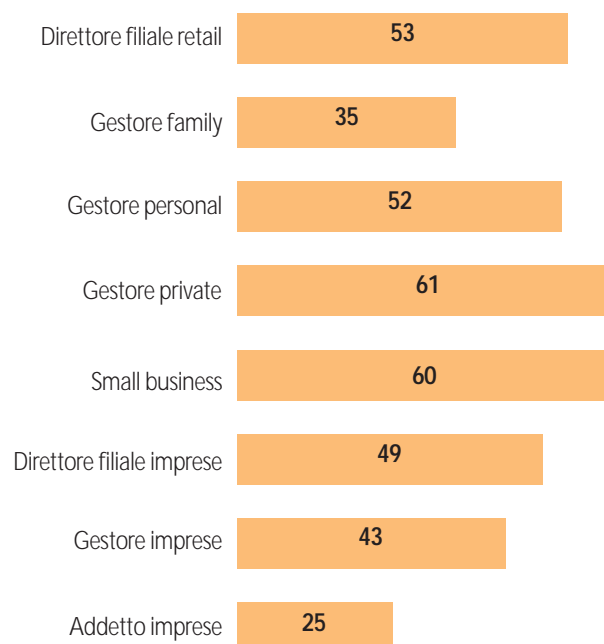
### TOTALE GIORNI DI FORMAZIONE IN ORARIO DI LAVORO\*



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

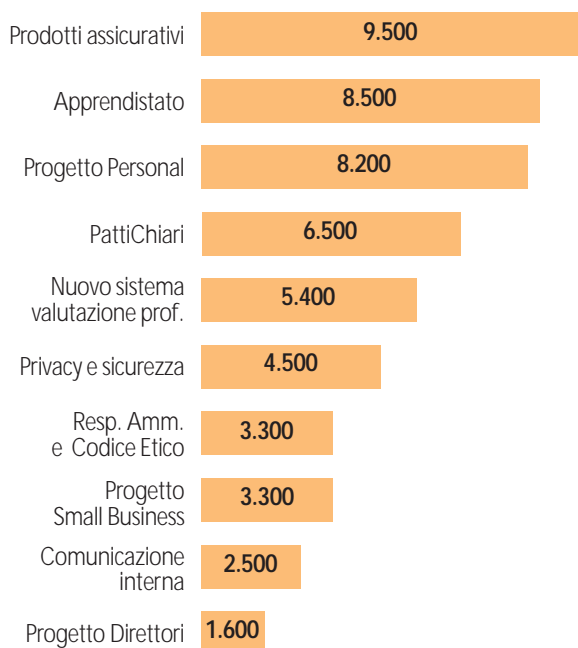
Le persone che hanno fruito di formazione nel corso del 2006 rappresentano oltre il 96% dell'organico, per una media pro-capite di circa 37 ore.

### MEDIA ORE PRO-CAPITE PER ALCUNE FIGURE PROFESSIONALI\*



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

**PRINCIPALI INIZIATIVE PER NUMERO DI GIORNATE\***



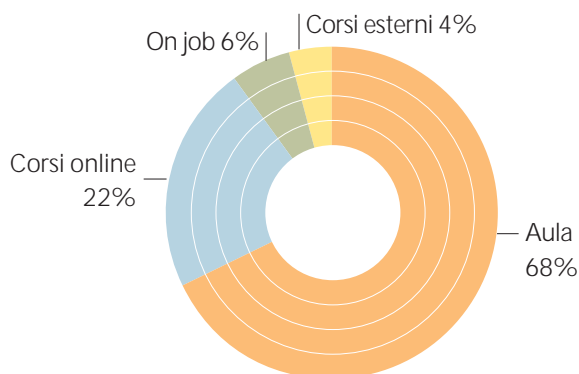
\*Dati riferiti alle Banche commerciali

I dati statistici rappresentano un 2006 caratterizzato dal venir meno dei progetti ad elevato impatto dimensionale che avevano contraddistinto gli anni precedenti (trend che ha avuto il suo apice nel 2004), con particolare riferimento alla formazione a supporto della riconversione professionale e dell'integrazione dei sistemi informativi delle Banche commerciali.

In funzione degli obiettivi da raggiungere sono utilizzati diversi canali:

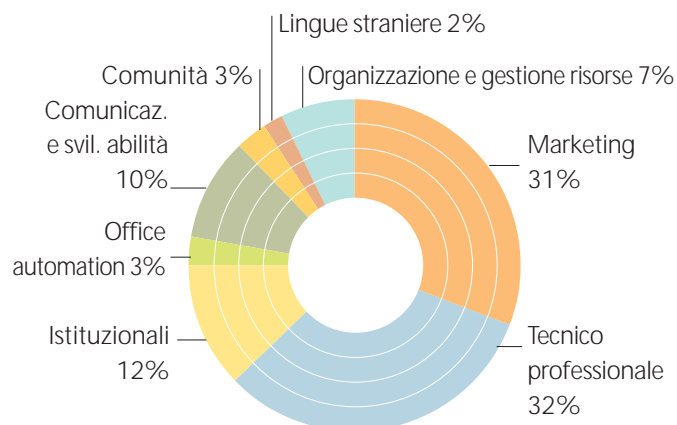
- l'aula tradizionale, gestita in particolare da docenti interni (circa 1.000) per le tematiche tecniche/professionali e docenti esterni in particolare per le iniziative di natura comportamentale/commerciale;
- l'e-learning attraverso la piattaforma di formazione a distanza Campus Sanpaolo, quale strumento integrato con iniziative d'aula e per iniziative di particolare impatto quantitativo quali ad esempio quelle su tematiche istituzionali e procedurali;
- il training on the job quale efficace strumento di trasmissione delle conoscenze, particolarmente utilizzato nei casi di cambiamento o nuovo inserimento in diversa attività lavorativa.

**DISTRIBUZIONE PER CANALE\***



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

**DISTRIBUZIONE PER ARGOMENTO\***



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

Sul fronte dei contenuti, nel 2006 l'attenzione è stata rivolta in particolar modo allo sviluppo delle competenze professionali con un focus specifico sull'area relazionale e comportamentale, determinando un aumento della percentuale di aula rispetto ad altri canali formativi.

Tra le principali iniziative formative che hanno caratterizzato il 2006 vi sono progetti orientati a supportare diverse figure professionali nell'evoluzione del loro ruolo, focalizzati sia sul miglioramento delle competenze necessarie per la gestione commerciale e per l'assistenza e la consulenza finanziaria alla clientela, sia sulle capacità comunicative per migliorare il rapporto di relazione con i clienti.

La nuova tipologia contrattuale dell'apprendistato con la quale a partire dalla fine del 2005 sono state realizzate le assunzioni del personale ha comportato la progettazione di specifici percorsi formativi della durata di 120 ore annue per ciascun profilo di apprendista. Nel corso del 2006 sono proseguite le attività formative legate ad iniziative istituzionali, fra cui quelle a maggiore impatto quantitativo sono state quelle relative a Responsabilità Amministrativa delle Imprese e Codice Etico (D.L.g. 231/2000) e quelle dell'area Privacy e Sicurezza. Sulla base di questionari anonimi raccolti in aula a fine corso (circa 50.000) l'indice di qualità e di gradimento dei corsi è risultato pari a 4 su una scala da 1 a 5.

## Le comunità aziendali

L'esigenza di individuare, accanto e trasversalmente ai mestieri aziendali, segmenti di popolazione rilevanti per l'azienda, ha portato alla definizione di comunità di persone a cui dedicare sistemi e strumenti di gestione differenziati.

La gestione per comunità consente infatti di attivare azioni mirate di sviluppo professionale e manageriale e diventa un fattore di integrazione e aggregazione a livello di Gruppo.

Nel corso del 2006 è stato aggiornato l'impianto delle comunità per renderlo maggiormente coerente con l'evoluzione demografica della popolazione aziendale, cogliendo anche le opportunità derivanti dalle nuove forme contrattuali con cui le assunzioni sono state realizzate.

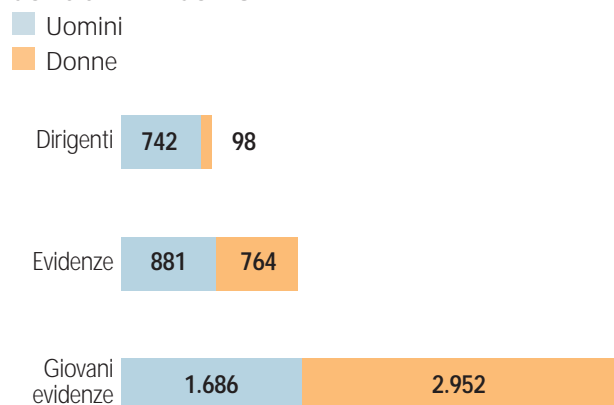
Le comunità aziendali sono attualmente tre:

- Comunità Giovani (comprende tutte le persone inserite in azienda per i primi 4 anni di permanenza), con l'obiettivo di gestire e monitorare il processo di inserimento e sviluppo dei giovani, creare senso di appartenenza, sviluppare motivazione e far emergere le potenzialità presenti orientando i successivi programmi di crescita;

- Comunità Evidenze (comprende le persone con competenze medio-alte, potenziale di sviluppo e motivazione alla crescita), con l'obiettivo di accelerare la crescita e garantire la copertura di ruoli di maggior complessità o di maggior contenuto manageriale;
- Comunità Dirigenti, con l'obiettivo di orientare i comportamenti verso logiche strategiche e organizzative, costruendo un terreno comune attraverso un unico modello di competenze manageriali. Nell'ambito dello sviluppo manageriale dei dirigenti sono stati diffusi nuovi strumenti (portale intranet dedicato alla comunità dei dirigenti) finalizzati ad accompagnare e promuovere lo sviluppo di abilità manageriali e sono stati realizzati piani individuali di autosviluppo di competenze, mediante la scelta autonoma di leve di apprendimento da parte dei singoli dirigenti.

## La gestione per comunità è un fattore di integrazione e aggregazione a livello di Gruppo

### CONSISTENZE COMUNITÀ



### CONSISTENZE ED INIZIATIVE DELLE COMUNITÀ

	Consistenze		Iniziativa realizzate	
	Appartenenti Uomini alla comunità	Donne	persone coinvolte	gg/aula
Giovani*	4.638	1.686	2.232	2.265
Evidenze*	1.645	881	391	1305
Dirigenti	840	742	259	1.044
<b>Totale</b>	<b>7.123</b>	<b>3.309</b>	<b>3.814</b>	

\*Dati riferiti alle Banche commerciali



Emanuela Fava

Accanto a queste comunità ne sta nascendo una quarta, la Comunità delle Esperienze, dedicata a valorizzare l'esperienza degli uomini e delle donne con significativa seniority.

Nel corso dell'anno è stato reso disponibile ai gestori del personale - con il progetto di diffonderlo anche ai responsabili diretti - un sistema informatico per la gestione delle persone inserite nella Comunità, progettato per favorire l'integrazione delle iniziative di sviluppo delle potenzialità individuali.



## Le relazioni industriali

In tutte le società del Gruppo Sanpaolo IMI i diritti garantiti ai lavoratori dai sistemi giuridici dei Paesi occidentali trovano piena e incondizionata attuazione.

### I rapporti con le Organizzazioni Sindacali

L'evento più rilevante avvenuto nel corso del 2006 è la sottoscrizione, nel mese di maggio, presso Sanpaolo IMI, dell'accordo di rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale, cui ha fatto seguito, nell'ambito del processo di omogeneizzazione della disciplina del rapporto di lavoro avviato nel 2005, l'estensione delle principali previsioni (sia di carattere normativo che relative al "welfare aziendale") alle Banche commerciali. Tra le innovazioni più significative si segnalano gli impegni assunti dalle parti al fine di favorire la diffusione della cultura, dei principi e dei valori connessi alla responsabilità sociale d'impresa e, al di là delle previsioni legislative e contrattuali, per individuare modalità concretamente volte a conciliare il rispetto degli interessi delle varie parti interessate, con il comune obiettivo di perseguire una crescita economica sostenibile, anche attraverso la costituzione di un'apposita commissione tecnica mista tra Azienda e Organizzazioni Sindacali. Contestualmente le parti, nel riaffermare la centralità delle risorse umane come elemento strategico dello sviluppo, hanno inteso ribadire in maniera espressa all'interno dei testi sottoscritti che lo sviluppo non deve prescindere dal rispetto di valori etici fondamentali quali i principi di deontologia professionale e di rispetto della professionalità e della dignità delle persone.

In un'ottica di riconoscimento di più ampie garanzie e tutele per tutte le categorie, sono state inoltre delineate previsioni normative di maggior favore rispetto a quelle di legge e di settore per gli assunti con contratto di apprendistato professionalizzante. In occasione dei rinnovi dei contratti integrativi, le parti hanno inoltre stabilito di dare attuazione, per gli anni 2006 e 2007, ad un piano di azionariato diffuso a beneficio del personale delle Banche commerciali. Negli ultimi mesi dell'anno infine gli sforzi si sono concentrati nella direzione di creare le condizioni per poter dare inizio al confronto con le Organizzazioni Sindacali in vista del processo di fusione con Banca Intesa. In particolare nel mese di dicembre, le parti, al fine di prevenire almeno in una prima fase possibili tensioni occupazionali, hanno sottoscritto intese a livello di Gruppo - replicate poi nelle sedi aziendali - in materia di accesso alle prestazioni del Fondo di Solidarietà del settore del credito. Nel frattempo hanno anche siglato

accordi sindacali volti ad individuare la normativa applicabile al personale coinvolto dall'operazione, nelle more degli interventi di omogeneizzazione che saranno realizzati nel corso del 2007.

Nelle Banche commerciali il tasso di sindacalizzazione del personale è di circa il 79%, in linea con le medie nazionali del settore.

	Giornate	
	2005	2006
Sciopero	6	3
Assenza per sciopero	5.109	1.159
Permessi sindacali	49.419	54.017

Dati riferiti alle Banche commerciali

Altre motivazioni di assenza dal lavoro sono:

	Giornate	
	2005	2006
Maternità	376.421	276.442
Motivi familiari	32.102	31.247
Congedo matrimoniale	9.542	9.829
Donazione sangue	3.963	3.998
Malattia	345.269	293.896
Visite mediche	11.674	13.348

Dati riferiti alle Banche commerciali

### Le categorie protette

Nelle Banche commerciali 2.557 persone, pari al 7,1% del totale, appartengono alle categorie protette secondo la legge 68/99 (invalidi, disabili ecc.).



Chiara Toselli

## I contenziosi e le controversie in corso

Il contenzioso lavoristico con dipendenti in servizio permane estremamente modesto e rappresenta una percentuale dello 0,56% in

rapporto al numero complessivo dei dipendenti delle Banche del Gruppo, in linea con il dato 2005 (pari allo 0,53%).

### CONTENZIOSO

	Numero cause	
	2005	2006
Risoluzione rapporto di lavoro	9	7
Costituzione e svolgimento del rapporto di lavoro	43	43
Mansioni e qualifiche	83	78
Previdenza e assistenza	13	16
Trattamento economico	31	46
Comportamenti antisindacali ex art. 28	0	1
Attive (promosse dalle Banche del Gruppo verso i dipendenti)	6	4
Varie	5	5
<b>Totale</b>	<b>190</b>	<b>200</b>

### PROVVEDIMENTI DISCIPLINARI

Tipologia provvedimento	2005	2006				Totale
	Totale	Appropriazione indebita/distrazione fondi amministrativi	Irregolarità erogazione e gestione credito	Irregolarità gestione investimenti	Irregolarità operativa e negligenze varie	
Biasimo scritto e rimprovero verbale o scritto	46		20		39	59
Riduzione retribuzione (fino a 4 ore)	8		8		11	19
Sospensione dal servizio con privazione della retribuzione (da 1 a 10 giorni)	61		17	1	35	53
Licenziamento per causa giusta o giustificato motivo	14	7	3		3	13
<b>Totale</b>	<b>129</b>	<b>7</b>	<b>48</b>	<b>1</b>	<b>88</b>	<b>144</b>



Umberto Vicenzi

## FONDI PENSIONE

A novembre 2005 è stato istituito un nuovo comparto a gestione etica, che arricchisce l'offerta di gestione dei fondi pensione del personale del Gruppo. Il comparto, attivo da gennaio 2006, ha raccolto oltre 260 adesioni, per un patrimonio gestito di oltre 11,4 milioni di euro. Gli investimenti del comparto sono concentrati per il 40% del patrimonio nel Fondo Azionario Internazionale Etico di Sanpaolo IMI e per la restante parte in titoli obbligazionari governativi dell'Area Euro.

## L'assistenza, la previdenza e le agevolazioni per i dipendenti

Presso le diverse società del Gruppo la contrattazione integrativa garantisce tutele e trattamenti sensibilmente migliorativi, in via generalizzata, rispetto a quelli di legge e del contratto collettivo nazionale di settore.

In particolare:

- sono previste molteplici forme di contribuzione aziendale a favore del personale: fondi pensione, alimentati con apporti contributivi minimi pari attualmente al 3% della base retributiva; coperture sanitarie integrative a favore del personale in quiescenza e in servizio (con possibilità di estensione anche al nucleo familiare ed individuazione, nel corso del 2006, di specifiche garanzie economiche in caso di perdita dell'autosufficienza a seguito di malattia od infortunio); polizze assicurative per infortuni professionali ed extraprofessionali; assegni di studio e premi di laurea per dipendenti e figli di dipendenti che frequentino le scuole medie inferiori o superiori o corsi di studio universitari; provvidenze a favore dei familiari in caso di gravi menomazioni fisiche o psichiche;



Ezio Dal Cin

*Presso le diverse società del Gruppo,  
la contrattazione integrativa  
garantisce tutele e trattamenti  
sensibilmente migliorativi rispetto  
a quelli di legge e del contratto  
collettivo nazionale di settore*

- sono istituite una vasta gamma di agevolazioni creditizie a favore del personale (tra cui finanziamenti agevolati per lavoratori disabili), che nel corso del 2006 sono state oggetto di modifiche migliorative in termini di importi massimi concedibili;
- sono attivi vari Circoli Ricreativi Aziendali, che operano direttamente e/o tramite strutture decentrate su tutto il territorio italiano.

	Contratti	
	in essere al 31/12/2005	in essere al 31/12/2006
Mutui	22.891	23.124
Finanziamenti con piano di rientro	15.294	17.217
Aperture di cassa	17.032	17.880

Presso Sanpaolo IMI, le Banche commerciali e le principali aziende del Gruppo, inoltre:

- esistono numerose ed articolate previsioni in materia di permessi per assistenza figli e familiari, gravi infermità e giustificati motivi personali sostitutive, in quanto complessivamente migliorative, delle analoghe previsioni di cui alla legge 53/2000 ed al D.Lgs. 151/2001; ad esempio, viene garantito il rientro della madre lavoratrice o del padre lavoratore, che abbia fruito dei congedi previsti dal D.Lgs. 151/2001, presso lo stesso punto operativo in cui era precedentemente assegnato o in altro ubicato nel medesimo Comune;
- al fine di tutelare in maniera più efficace la maternità, è riconosciuto, a richiesta, un periodo di aspettativa ulteriore rispetto a quanto stabilito dalle disposizioni di legge, per un massimo di tre mesi e sino al compimento del 3° anno di età del figlio; è inoltre prevista la concessione di permessi retribuiti per la partecipazione al corso di preparazione al parto, per la durata del corso medesimo;
- al fine di rispondere alle esigenze personali in materia di flessibilità di orario è contemplata, compatibilmente con le esigenze di servizio, la possibilità di ottenere una elasticità di orario in entrata, sino a 45 minuti, nonché quella di effettuare in via non occasionale un intervallo meridiano della durata di 30 minuti;
- in caso di decesso di dipendente in servizio la normativa aziendale interviene in favore del coniuge e dei figli, prevedendone la possibilità di assunzione.

## La comunicazione interna

Il 2006 è stato un anno particolarmente significativo per le attività di comunicazione interna, il cui ruolo strategico di contributo e servizio alla qualità della vita in azienda del personale è stato sottolineato dagli eventi che hanno caratterizzato l'evoluzione del Gruppo, soprattutto nella seconda metà dell'anno.

Il 2006 ha visto un impegno costante di comunicazione delle attività e dei risultati collegati al Piano Industriale 2006-2008. In quest'ambito, nella prima parte dell'anno è stato realizzato e distribuito a tutto il personale delle Banche del Gruppo un fascicolo intitolato "La Banca nazionale

dei Territori. Il percorso del Piano Industriale", che ha raccolto le testimonianze degli incontri sul Piano tenuti dal Direttore Generale in tutti i territori in cui si articolava la presenza nazionale della Banca. Anche la rivista aziendale *Sanpaolo Magazine* ha accompagnato l'avvio dell'attuazione del Piano con articoli e approfondimenti, ed ha riorganizzato la scansione dei propri contenuti per renderla sempre più coerente al modello della Banca nazionale dei Territori, sottolineando la centralità delle persone impegnate quotidianamente al servizio dei clienti privati, imprese e delle comunità in cui il Gruppo è presente.

*Nel 2006 è stato rafforzato il ruolo strategico dell'attività di comunicazione interna verso un miglioramento del benessere organizzativo, per consentire alle persone di partecipare meglio e più consapevolmente alla vita aziendale*



I primi mesi del 2006 sono stati caratterizzati dall'evento straordinario delle Olimpiadi e delle Paralimpiadi Invernali di Torino, di cui Sanpaolo IMI è stato Sponsor Principale. Gli strumenti di comunicazione interna, in particolare il portale intranet Green Village e lo stesso *Sanpaolo Magazine*, hanno offerto ampia copertura all'evento, sottolineando il ruolo e l'impegno di tutte le persone dell'azienda per la riuscita dell'evento. Il primo numero del 2006 dell'house organ, pubblicato pochi giorni prima dell'inizio dei Giochi, ha dedicato all'evento e al ruolo della Banca in esso un'ampia sezione, ed è stato prodotto in una tiratura straordinaria per la distribuzione anche presso pubblici esterni all'azienda e legati alle Olimpiadi e alle Paralimpiadi, con particolare riferimento agli ospiti della Banca invitati ad assistere alle gare.

Un'attività di comunicazione interna integrata ha caratterizzato tre rilevanti iniziative attivate dall'azienda nel 2006:

- il lancio e l'attuazione di un Piano di Azionariato Diffuso rivolto al Personale;

- la diffusione capillare dei modelli aggiornati per l'attuazione delle disposizioni in materia di responsabilità previste dal D.Lgs 231 e successive norme collegate;
- la presentazione e l'attuazione preliminare del Sistema di Autorilevazione delle Competenze Professionali.

La pianificazione di queste tre iniziative ha sempre compreso azioni di comunicazione, svolte con approccio multimediale: incontri di presentazione a cascata, diffusione on line dell'informazione, predisposizione di sezioni ad hoc del portale intranet Green Village.

Il costante arricchimento dei contenuti informativi e di servizio del portale intranet Green Village e la tempestiva informazione sugli eventi aziendali rilevanti dell'anno si sono tradotti in un ulteriore aumento degli accessi con valori intorno a 35-38.000 e livelli massimi di oltre 50.000, in concomitanza con momenti e iniziative di particolare importanza per la vita dell'azienda. A questo proposito dal 26 agosto - giorno della prima decisione dei Consigli di Amministrazione - il portale ha accompagnato l'evoluzione dell'operazione con articoli e notizie. A fine anno è stata poi creata una sezione dedicata agli Aggiornamenti sulla fusione, contenente le disposizioni e le azioni collegate all'attuazione della fusione.

La intranet aziendale, caratterizzata dalla presenza di una pluralità di siti tematici dedicati ai diversi ambiti professionali, è stata oggetto di un progetto di integrazione con l'obiettivo di migliorare l'efficienza e l'efficacia dei processi di comunicazione di supporto al business e alle attività professionali. Questo progetto, in seguito alla fusione con Banca Intesa, è confluito in un più generale piano di integrazione delle intranet delle due banche, la cui attuazione sarà collegata alla convergenza dei sistemi informativi.

Nel corso del 2007 è inoltre prevista l'estensione al personale proveniente da Sanpaolo IMI del servizio di WebTV già presente in Banca Intesa, con un contestuale adeguamento anche della produzione di contenuti.

Nel corso del 2006 è stato portato a termine, con il coinvolgimento dei Direttori delle filiali imprese e dei capi intermedi di strutture centrali, il progetto formativo, avviato nel 2004, sul "ruolo del capo come interprete di valori aziendali ed individuali" attraverso lo sviluppo delle competenze comunicazionali. Complessivamente,

nel biennio 2005-2006 si sono tenute 9.445 giornate di formazione con il coinvolgimento di un totale di 3.481 persone. Gran parte di esse ha svolto anche una specifica attività progettuale sul campo, finalizzata al miglioramento dei processi di comunicazione interna nel proprio contesto lavorativo.

## LA COMUNICAZIONE COMMERCIALE NELLA RETE RETAIL

Nel corso del 2006 la comunicazione commerciale interna destinata alle filiali retail e private è stata oggetto di una razionalizzazione dei flussi informativi e ha visto un più stretto coinvolgimento di tutti i Territori, nell'ottica di agevolare la condivisione delle best practice e la comunicazione bottom up. L'informativa, canalizzata attraverso un portale intranet dedicato, consente ai dipendenti di avvicinarsi più facilmente alle logiche, agli obiettivi e alle policy commerciali della rete retail, mentre gli spazi riservati ai singoli Territori consentono di valorizzare le specificità locali e di accelerare il processo di condivisione di best practice che costituisce un elemento caratterizzante del modello di Banca nazionale dei Territori.

Quest'ultima finalità è perseguita anche attraverso gli spazi di comunicazione on line a due vie aperti da alcuni anni: i forum di discussione (attualmente sono 26) e i canali mail "Scrivi alla Redazione" e "Scrivi all'esperto". In particolare i forum, oltre a rappresentare uno spazio in cui, senza vaglio preventivo, ognuno può inserirsi per proporre temi di discussione, esprimere opinioni e suggerimenti, raccontare esperienze, sono ormai divenuti strumento quotidiano di dialogo, sia tra persone delle filiali sia fra filiali e responsabili centrali. Nel corso del 2006 alcuni forum sono stati utilizzati da specifici gruppi di progetto per raccogliere, direttamente dall'esperienza delle persone di filiale, indicazioni mirate sui temi concreti (la semplificazione della contrattualistica e il miglioramento degli strumenti commerciali).



## Safety

Nel corso del 2006 è proseguita l'indagine volta a rilevare, nelle strutture di Rete, lavoratori qualificabili come addetti ai videoterminali, che verranno inseriti nel programma di sorveglianza sanitaria curato dai medici competenti (il Gruppo ne annovera 14 su tutto il territorio nazionale). È stato inoltre messo a disposizione per tutti i videoterminalisti un corso di formazione on line con le informazioni sui rischi della prolungata esposizione al video, le indicazioni sulla corretta postura da adottare e sul comportamento da seguire per limitare le conseguenze negative; sono inoltre presentati diversi esercizi da svolgere senza dover abbandonare la postazione di lavoro per evitare l'insorgere di stati dolorosi o di patologie. Il supporto sanitario è stato attivato anche per monitorare l'insorgenza del disturbo post traumatico come possibile conseguenza di eventi rapina caratterizzati da particolare violenza. Nel 2006 sono stati effettuati 72 interventi presso altrettante filiali oggetto di rapina con colloqui individuali ai lavoratori coinvolti.

Per quanto attiene alla valutazione dei rischi relativi all'ambiente di lavoro sono state aggiornate le precedenti valutazioni e ne sono state introdotte di

nuove quali il "rischio rumore" ed il "rischio vibrazioni" con riferimento, rispettivamente, al personale addetto ai centri stampa ed a quello con qualifica di autista.

Inoltre è stata completata la campagna per il rilevamento della concentrazione di gas radon presso i punti operativi e sono stati avviati ove necessario gli approfondimenti chiesti dalle disposizioni normative.



Luciano Pavesio

### INFORTUNI\*

	2004	2005	2006	var. 06/05
Numero infortuni	376	383	420	+9,7%
Frequenza infortuni (numero infortuni/giorni lavoro annui)	1,61	1,64	1,91	+16,5%
Gravità infortuni (numero infortuni/numero giornate di assenza)	0,05	0,04	0,04	-

\*Dati relativi alle Banche commerciali



## Security

L'azione a tutela della sicurezza dei dipendenti, dei clienti e degli asset delle Banche commerciali del Gruppo ha registrato, nel corso del 2006, risultati positivi grazie al consolidamento del presidio del territorio e al potenziamento delle strutture operative periferiche.

In particolare è proseguita la sostituzione delle strutture obsolete e si è proceduto ad estendere l'uso di misure ad elevata efficacia deterrente, quali ad esempio le apparecchiature di cash in / cash out (sistemi temporizzati di custodia del denaro) e i dispositivi per la rilevazione delle impronte digitali. A questo proposito, per salvaguardare il rispetto della privacy dei clienti, è stata emanata una stringente normativa interna ed è stata istituita la figura del vigilatore dei dati al quale è stata affidata la responsabilità della gestione e salvaguardia delle informazioni sensibili.

Nel 2006, attraverso più di 2.000 sopralluoghi, è stata posta particolare attenzione al contatto diretto con le filiali quale momento di verifica e monitoraggio delle condizioni territoriali di rischio, consentendo di sperimentare nuovi e più affidabili dispositivi di gestione del contante e soluzioni evolute per la selezione della clientela

all'ingresso delle dipendenze bancarie.

La collaborazione costante della Banca con le Forze dell'Ordine si è concretizzata inoltre nella sottoscrizione dei Protocolli di Intesa per la Prevenzione della Criminalità in Banca, di cui Sanpaolo IMI è stato promotore: tali accordi prevedono uno scambio permanente di informazioni tra Banche e Forze dell'Ordine sulle potenziali situazioni di rischio, nonché l'adozione di misure minime di sicurezza.

È proseguita l'intensa attività di formazione sulla sicurezza fisica nelle filiali per sensibilizzare il personale sul valore dei corretti comportamenti atti a prevenire gli eventi criminosi e sulla condotta da tenere in caso di rapina: nel 2006 il piano formativo in aula ha coinvolto più di 700 dipendenti delle aree Campania, Puglia e Calabro Lucana.

### RAPINE

	Numero rapine				Numero rapine/100 sportelli		
	2004	2005	2006	var. 06/05	2004	2005	2006
Sanpaolo IMI*	263	225	208	-7,6%	8,7	7,4	6,8
Sistema**	2.684	2.735	2.774	+1,4%	8,7	8,8	8,8

### FURTI BANCOMAT

	Numero furti				Numero furti/100 bancomat		
	2004	2005	2006	var. 06/05	2004	2005	2006
Sanpaolo IMI*	24	32	17	-46,9%	0,6	0,8	0,4
Sistema**	236	211	195	-7,6%	0,6	0,6	0,5

\*Dati relativi alle Banche commerciali

\*\*Fonte: ABI



Azionista

Il 12 ottobre 2006 i Consigli di Amministrazione di Banca Intesa S.p.A. e Sanpaolo IMI S.p.A. hanno approvato il progetto di fusione, dopo averlo reso noto al mercato nelle sue linee guida il 26 agosto.

Il progetto di fusione è stato quindi approvato dalle rispettive Assemblee il 1° dicembre, stipulato il 28 dicembre ed è divenuto efficace il 1° gennaio 2007. A seguito della fusione le azioni in cui era suddiviso il capitale sociale di Sanpaolo IMI (1.590.903.918 ordinarie e 284.184.018 privilegiate) non sono più quotate e sono state concambiate nel rapporto di 3,115 nuove azioni Intesa Sanpaolo per ciascuna azione Sanpaolo IMI.

La fusione ha rappresentato un'occasione unica per costituire un'entità di primo piano a livello internazionale.



Valentina Ferrari

## OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI

### Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2005

### Azioni e risultati raggiunti nel 2006

Consolidare la leadership italiana e l'appartenenza alla top league finanziaria europea secondo le linee individuate nel Piano triennale.

La fusione con Banca Intesa ha portato alla creazione di una realtà bancaria che riveste una posizione di leadership in Italia e si colloca tra i primissimi gruppi in Europa.

Su base stand alone sono stati raggiunti i seguenti risultati economici:

Utile netto: 2.148 milioni di euro (+8,3%)

ROE: 17,6% (+0,4 punti percentuali)

Cost/income: 53,8% (-3 punti percentuali)

Conservare un modello di corporate governance in linea con i migliori standard internazionali, con particolare attenzione a garantire la massima trasparenza.

Il modello duale - Consiglio di Sorveglianza e Consiglio di Gestione - scelto per Intesa Sanpaolo garantisce piena trasparenza sulle decisioni prese e ampia rappresentatività per le minoranze.

Mantenere forte l'impegno sulla trasparenza, tempestività, facilità di accesso e completezza della comunicazione verso la comunità finanziaria.

- Gli investitori istituzionali incontrati sono stati 197 nel corso di 160 meetings: nel 72% degli incontri ha partecipato anche il management e il top management. L'attività di investor targeting ha inoltre consentito di aumentarne l'efficacia.
- Miglioramento del contenuto e fruibilità del sito internet istituzionale, testimoniato dal progresso di 8 posizioni (dal 90° al 82° posto) nel Webranking™ relativo alle 150 principali società europee\*.

\* Classifica gestita dalla società Halvarsson & Halvarsson.

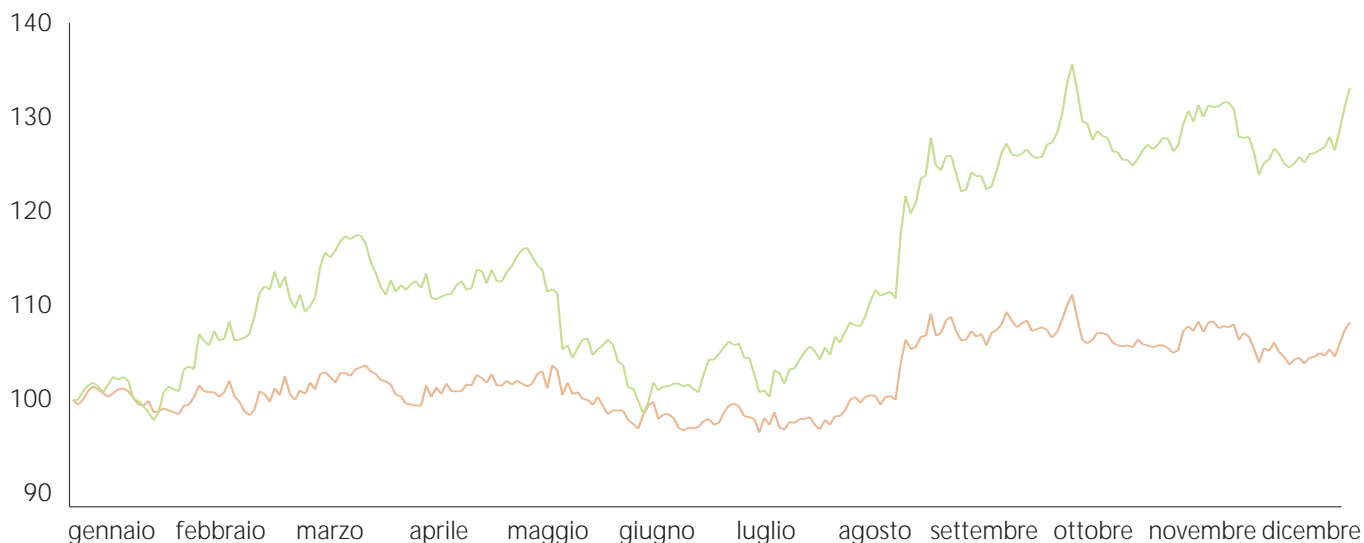
Nel corso del 2006 il titolo Sanpaolo IMI ha registrato un incremento del 33,2% a fronte dell'aumento del 23,4% evidenziato dal MIB bancario.

L'utile per azione nel 2006 è di 1,15 € in crescita dell'8,5% rispetto al 2005.

L'overperformance del titolo rispetto all'indice nazionale di settore è stata pari all'8%.

#### PERFORMANCE

- Performance Sanpaolo IMI 2006
- Performance Sanpaolo IMI vs MIBBANK



## Assemblea degli Azionisti

<b>Funzioni</b>	Organo che esprime la volontà sociale e opportunità privilegiata di dialogo tra soci e Amministratori
<b>Assemblee convocate nel 2006 e punti all'ordine del giorno</b>	<p>28 aprile 2006 (ordinaria):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2005, relazioni del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale; destinazione dell'utile di esercizio; Bilancio consolidato di Gruppo al 31 dicembre 2005;</li> <li>2. Autorizzazione all'acquisto e all'alienazione di azioni proprie;</li> <li>3. Deliberazioni in ordine ai compensi degli Amministratori;</li> <li>4. Modifica del Regolamento Assembleare.</li> </ol> <p>28 aprile 2006 (straordinaria):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumento gratuito del capitale sociale.</li> </ol> <p>1 dicembre 2006 (straordinaria):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proposta di fusione per incorporazione in Banca Intesa S.p.A. di Sanpaolo IMI S.p.A.</li> </ol>
<b>Partecipazione</b>	<p>Assemblea del 28 aprile (ordinaria): 48,5% del capitale ordinario</p> <p>Assemblea del 28 aprile (straordinaria): 56,3% del capitale complessivo</p> <p>Assemblea del 1 dicembre (straordinaria): 58,6% del capitale complessivo</p> <p>Per favorire una più ampia partecipazione, agli azionisti non è stato richiesto alcun deposito preventivo delle azioni. Gli azionisti hanno potuto inoltre indicare un delegato per esercitare il proprio diritto di voto (proxy voting).</p>
<b>Modalità di votazione</b>	Ogni azione dà diritto a un voto. Alle azioni privilegiate non spetta il diritto di voto nelle assemblee ordinarie.

Al 31 dicembre 2006 Sanpaolo IMI era presente in alcuni dei principali indici etici europei (FTSE4Good, Ethibel Sustainable Index, ASPI Eurozone, Ethical Index Euro, Avanzi SRI Index) che si caratterizzano per i criteri di selezione dei titoli che ne fanno parte. La scelta avviene privilegiando, accanto alla performance finanziaria, comportamenti improntati alla responsabilità sociale delle imprese.

Nella tabella sono riportati i rating assegnati dalle principali società di rating a Intesa Sanpaolo dal 1° gennaio 2007, data di decorrenza della fusione tra Banca Intesa e Sanpaolo IMI. Il giudizio delle agenzie di rating si è mantenuto coerente con quello espresso fino alla fine del 2006 relativamente a Sanpaolo IMI.

#### RATING

##### Fitch

Debito a medio-lungo termine	AA-
Debito a breve termine	F1+

##### Moody's

Debito a medio-lungo termine	Aa3
Debito a breve termine	P-1

##### Standard & Poor's

Debito a medio-lungo termine	AA-
Debito a breve termine	A-1+

## Relazioni con gli investitori e con il mercato

La Funzione Investor Relations garantisce la continuità, la correttezza e la trasparenza della comunicazione finanziaria con gli Azionisti. Attraverso l'aggiornamento del sito internet di Gruppo e con costanti contatti diretti, la comunità finanziaria viene tenuta al corrente delle attività, delle strategie e dei risultati del Gruppo, nel pieno rispetto della normativa sulle informazioni price sensitive.

Nel corso del 2006 l'attività della comunicazione verso l'esterno è consistita in:

- 160 incontri con investitori istituzionali con una partecipazione del management e del top management pari al 56%;
- 16 giornate di roadshow in Europa e Stati Uniti;
- 6 conferenze bancarie, organizzate dai principali broker internazionali;
- 5 incontri con le agenzie di rating;
- 5 group meetings con analisti finanziari, con la partecipazione del management nel 60% dei casi.

Nel quadro delle iniziative di comunicazione rivolte ai principali investitori SRI europei, oltre ai questionari provenienti da investitori, società di ricerca ed analisti SRI, nel corso dell'anno è stata organizzata una conference call specifica sui temi di CSR.

Sanpaolo IMI ha continuato a stimolare il confronto con il mercato e con gli stakeholder attraverso gli incarichi a società di rating indipendenti per realizzare analisi e valutazioni sui processi di responsabilità sociale nel Gruppo. In questo ambito la società di rating Avanzi SRI Research ha espresso a marzo 2006 una valutazione complessiva di 7,29 su una scala da 1 a 10.



Rossano Zanin





# Comunità

## Il contributo allo stakeholder Comunità

L'intervento del Gruppo a favore dei territori e della società in cui opera è vasto e composito. I diversi contributi alla comunità sono stati classificati per semplicità secondo quattro tipologie: le attività più caratteristiche dell'impresa, che nel caso di un'istituzione finanziaria sono i finanziamenti ed i servizi di consulenza rivolti alla promozione delle economie locali e al sostegno del territorio; le attività commerciali nella comunità (sponsorizzazioni); le collaborazioni con enti e associazioni non profit e il coinvolgimento a lungo termine in iniziative sociali; le attività occasionali a sostegno di iniziative e progetti in ambito sociale e culturale, sotto forma di erogazioni liberali.



Antonella Bernasconi

## Attività caratteristiche

La promozione delle economie locali, il supporto al territorio e al settore pubblico e, più in generale, la crescita economica del sistema Paese nel lungo periodo, costituiscono impegni prioritari del Gruppo Sanpaolo IMI. Il sostegno al sistema imprenditoriale - tra cui le iniziative a favore dell'innovazione, dell'internazionalizzazione e della crescita delle imprese - è stato ampiamente trattato nella sezione dedicata ai clienti. Nell'ambito del sostegno al settore pubblico opera invece Banca OPI, la società del Gruppo specializzata nel finanziamento e nei servizi di consulenza agli enti pubblici.

*La promozione delle economie locali,  
il supporto al territorio e al settore  
pubblico e la crescita economica  
del sistema Paese nel lungo periodo,  
costituiscono impegni prioritari  
del Gruppo Sanpaolo IMI*

## Le sponsorizzazioni

Nel corso del 2006 le Banche commerciali del Gruppo hanno mantenuto un'intensa attività di sponsorizzazione di eventi e iniziative di carattere sportivo, culturale, scientifico sia a livello locale sia a livello nazionale, per un ammontare di oltre 13 milioni di euro.

Le iniziative di sponsorizzazione seguite da Sanpaolo IMI nel 2006 hanno interessato in primo luogo il completamento delle attività progettuali relative ai XX Giochi Olimpici e ai IX Giochi Paralimpici Invernali di Torino 2006. Nel contempo si sono avviate iniziative di valorizzazione del nostro ruolo di Top Partner della XXIII Universiade Invernale di Torino 2007, in particolare con la partecipazione ad un road show organizzato nei principali centri universitari nazionali. Sempre in ambito sportivo Sanpaolo IMI è intervenuto nelle Olimpiadi degli Scacchi e nei LXXX Mondiali di Scherma, due importanti eventi ospitati dalla Città di Torino, e nella ventesima edizione della Turin Marathon. È stato inoltre accordato un contributo al quinto appuntamento del Paralympic Day, giornata dedicata allo sport della disabilità, dove atleti disabili si misurano in gare e dimostrazioni il cui obiettivo per una volta non è una medaglia, bensì l'avvicinamento della città e dei suoi abitanti allo sport per disabili. Sanpaolo IMI è sponsor del Paralympic Day per il quinto anno consecutivo.

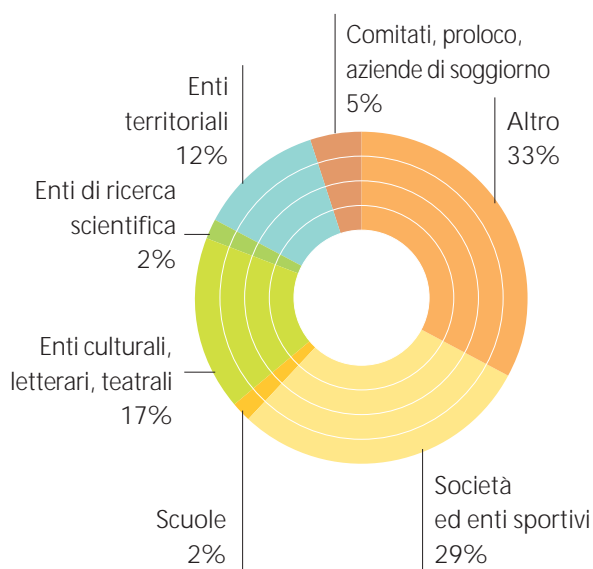
Per quanto attiene all'ambito culturale, nel 2006 Sanpaolo IMI ha sponsorizzato - in collaborazione con la Cassa di Risparmio di Venezia - la tradizionale Regata Storica della Laguna. Sono inoltre da rammentare gli interventi in favore del Teatro Lirico di Trieste per il Festival Internazionale dell'Operetta in collaborazione con Friulcassa, e del Rossini Opera Festival di Pesaro in parallelo con Sanpaolo Banca dell'Adriatico. In ultimo, si ricorda la sponsorizzazione - concordata con l'Istituto di Cultura dell'Ambasciata d'Italia a Pechino - di una tournée del Corpo di Ballo del Teatro alla Scala in Cina.

Nel 2006 Sanpaolo IMI ha poi sostenuto alcune iniziative nel campo del sociale. Fra queste, si inserisce il contributo alla realizzazione di un convegno organizzato dalla Fondazione Pangea in occasione della Giornata Internazionale per l'eliminazione della Violenza contro le Donne (giornata sancita dall'ONU nel 1999). Il convegno, dal titolo "Giornata Internazionale contro la violenza sulle donne. Perché la questione sulla violenza di genere è sempre di attualità? Dal macro al micro, il caso Afghanistan" era diretto ad approfondire il tema della violenza sulle donne in presenza di esperti, associazioni italiane e straniere ed istituzioni.

Per quanto riguarda la ricerca scientifica, nel 2006 Sanpaolo Banca dell'Adriatico ha affiancato la Struttura Complessa di Cardiologia dell'Ospedale San Salvatore di Pesaro sostenendo economicamente il programma di epidemiologia clinica per il biennio 2006-2007. In particolare è stato avviato un progetto di studio che prevede un'analisi delle risorse umane, tecnologiche e farmacologiche impiegate nell'assistenza delle persone colpite da infarto, della tempistica e dei risultati conseguiti.

*Nel corso del 2006 le Banche commerciali del Gruppo hanno mantenuto un'intensa attività di sponsorizzazione di eventi e iniziative di carattere sportivo, culturale, scientifico*

RIPARTIZIONE SPONSORIZZAZIONI 2006 PER SETTORE



## Le collaborazioni con enti non profit e gli investimenti nella collettività

Tra le attività del Gruppo a favore della collettività risultano di particolare interesse il coinvolgimento diretto e le collaborazioni di lungo periodo con enti non profit, enti locali e altri settori della società civile, volti a sviluppare attività a favore di particolari segmenti deboli di popolazione e a affrontare specifiche problematiche sociali, sanitarie, umanitarie.

### Progetti di microcredito

Tra le iniziative più significative che legano direttamente le specifiche caratteristiche della Banca con il suo ruolo positivo nella società, vi sono i progetti di microcredito.

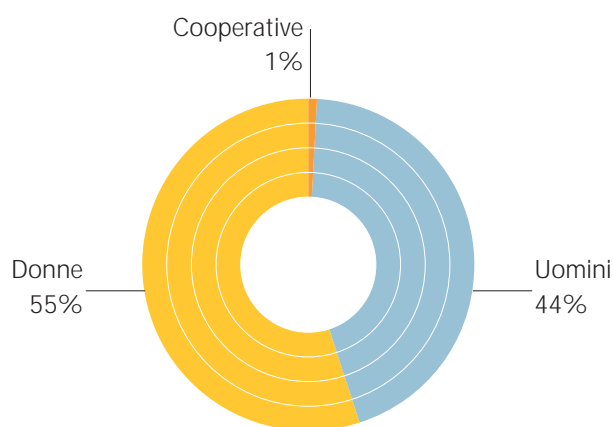
Il microcredito non è solo uno strumento finanziario supplementare rispetto ai classici servizi finanziari, ma rappresenta un modo nuovo di concepire il credito, il creditore e la valutazione del merito creditizio. Consente di creare opportunità di occupazione e l'avvio di iniziative imprenditoriali, facilitando l'accesso al credito anche a chi non può fornire garanzie reali e sarebbe escluso dai canali bancari tradizionali. Sanpaolo IMI ha rivolto già da tempo la propria attenzione verso segmenti di clientela non sempre compresi nei confini della tradizionale attività bancaria. La prima iniziativa di microcredito a cui Sanpaolo IMI ha aderito è il Progetto di Microcredito Sociale della Compagnia di San Paolo lanciato nel 2003. La Fondazione ha messo a disposizione quasi 2,1 milioni di euro ripartiti tra fondi di garanzia – 1,6 milioni di euro – e fondi destinati alla gestione operativa, al monitoraggio e alle azioni di comunicazione. Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli hanno assunto il ruolo di partner operativi con il compito di concludere l'istruttoria ed erogare – a tassi particolarmente vantaggiosi – il credito richiesto. Inoltre le due banche assumono una parte del rischio di credito ed hanno dato disponibilità ad erogare finanziamenti fino al doppio dell'importo dei fondi di garanzia messi a disposizione dalla Compagnia di San Paolo.

Si tratta di una delle più vaste esperienze in Italia e riguarda quattro aree geografiche: le province di Genova, Roma e Napoli, nonché quella di Torino, allargata ad alcuni Comuni del cuneese e dell'astigiano. L'iniziativa vede l'attivo coinvolgimento di quattro Enti non profit quali partner di riferimento sui rispettivi territori: la Fondazione Antiusura Santa Maria del Soccorso di Genova, la Fondazione Risorsa Donna di Roma, la Fondazione San Giuseppe Moscati di Napoli e la Fondazione Don Mario Operti. Gli Enti di riferimento hanno ricevuto in parti uguali i fondi di garanzia e hanno quindi assunto il ruolo di garanti; inoltre raccolgono le richieste, valutano i progetti, seguono l'attività istruttoria ed affiancano i beneficiari nello sviluppo del progetto, con un'attività di verifica e di accompagnamento svolta da volontari che hanno maturato adeguata esperienza nel settore bancario o imprenditoriale.

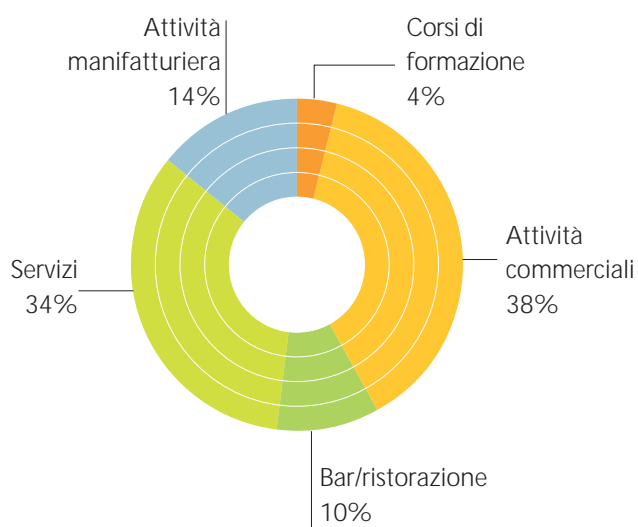
Secondo i dati di fine dicembre 2006, sono state finora presentate oltre 1.000 domande, di cui 191 (49 nel 2006) approvate e finanziate con un importo complessivo di oltre 2 milioni di euro e un importo medio di circa 12.000 euro. Gli ultimi dati disponibili indicano che i beneficiari sono per la maggior parte donne (il 55%), mentre il 51% sono stranieri. Sono soprattutto giovani: oltre il 60% ha meno di 40 anni e solo il 12% supera i 50. I progetti finanziati riguardano in particolare l'avvio di attività in campo commerciale e nei servizi, ma anche la ristorazione

e le attività manifatturiere; il 4% dei fondi erogati sono inoltre stati utilizzati nell'ambito della formazione (corsi per infermiere, corsi per conseguire la patente di guida, ecc.). Altri esempi sono l'avvio di un'attività di export di vino, la realizzazione di un asilo nido, l'inaugurazione di una galleria d'arte, l'apertura di un caffè letterario dove si svolgono attività culturali. Sono 12 i finanziamenti già rimborsati interamente e il cui ammontare è quindi rientrato a far parte del fondo rotativo a disposizione di nuovi progetti.

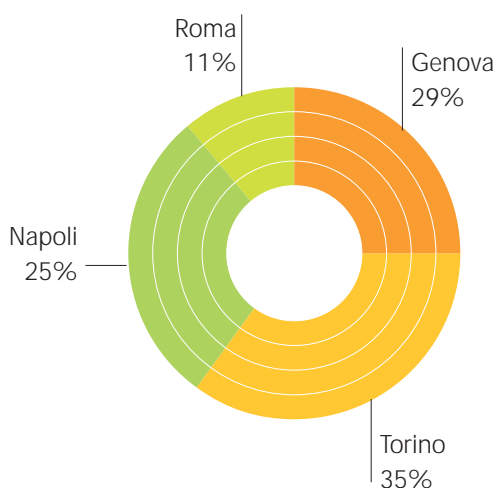
**RIPARTIZIONE DEI PROGETTI PER DESTINATARIO\***



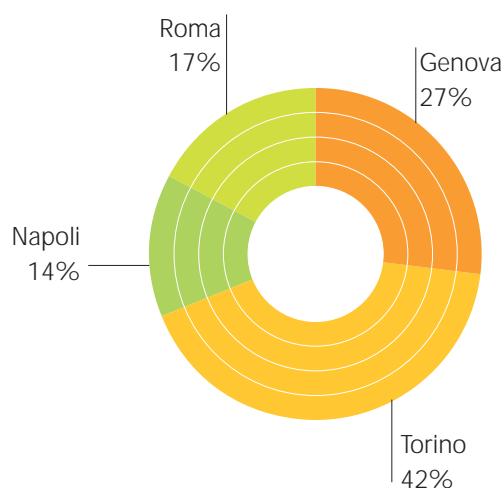
**RIPARTIZIONE PROGETTI PER ATTIVITÀ\***



**RIPARTIZIONE GEOGRAFICA PER IMPORTO\***



**RIPARTIZIONE GEOGRAFICA PER NUMERO DI PROGETTI\***



\* Dati riferiti a tutti i progetti finanziati dal 2004 al 2006 nell'ambito del Progetto di Microcredito della Compagnia di San Paolo.

Nuove iniziative di microcredito sono state inoltre attivate da altre Banche del Gruppo con l'obiettivo di poter disporre di una modalità di intervento adatta ad un'economia sviluppata, come l'Italia, dove tuttavia risiedono persone che per condizione sociale o economica, presentano difficoltà di accesso al credito.

Il primo progetto, avviato nel 2005, relativo alla Provincia di Venezia, è rivolto a donne immigrate per favorire il loro accesso al credito e lo sviluppo di attività lavorative. La Fondazione di Venezia - promotrice del progetto - ha messo a disposizione 200.000 euro come fondi a garanzia ed ha coinvolto la cooperativa Terre in Valigia Servizi onlus. La

Cassa di Risparmio di Venezia svolge il ruolo di partner operativo. Nell'ambito di tale iniziativa sono state finanziate 15 richieste per un importo complessivo di 99.800 euro circa ed un importo medio di 6.700 euro (situazione a fine febbraio 2007). Tra le operazioni finanziate rientrano l'avvio di un'attività di restauro di antichi tappeti persiani, l'acquisto di un'autovettura per consentire ad una richiedente mediatrice culturale di raggiungere le scuole diffuse nel territorio; l'apertura di una copisteria.

Il secondo progetto, lanciato nell'aprile 2006, è stato promosso dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo nel proprio territorio di riferimento ed ha come partner operativo la Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo. Si tratta di un'iniziativa volta a sostenere, mediante un apposito fondo di garanzia, la concessione di prestiti in favore di persone, residenti nelle aree territoriali delle Diocesi di Padova e di Rovigo, in situazione di disagio sociale che possono incontrare difficoltà di accesso al credito. L'intervento della Fondazione si è concretizzato nell'erogazione in favore della Caritas di Padova e della Caritas di Rovigo di un contributo complessivo di 200.000 euro per la costituzione presso la Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo di un fondo di garanzia destinato a garantire integralmente l'importo di ciascun finanziamento erogato. Dall'avvio dell'iniziativa sono stati finanziati 23 progetti per un importo di 84.500 euro: i prestiti sono stati erogati prevalentemente per rispondere a necessità di natura personale e familiare e si ripartiscono in ugual misura tra le diverse categorie di beneficiari (uomini-donne; italiani-stranieri).

Il terzo progetto, lanciato nel settembre 2006, promosso dalla Cassa di Risparmio di Venezia in collaborazione con la Caritas-Diocesi di Venezia, è relativo al territorio della Diocesi di Venezia. Attraverso l'istituzione di un Fondo di garanzia di 50.000 euro da parte della Caritas, si intende introdurre un nuovo modello di microcredito, destinato a persone fisiche, finalizzato al credito al consumo. In questi primi mesi di operatività Cassa di Risparmio di Venezia ha erogato 19 finanziamenti per un importo totale di 49.000.

Al fine di comprendere nell'originario target di riferimento individuato per il progetto Microcredito Sociale soggetti considerati a rischio usura, sono stati avviati due specifici progetti.

Il primo, avviato nel 2005 nella regione Abruzzo, vede coinvolti l'Area Adriatica di Sanpaolo e la Fondazione Antiusura Jubilaeum. La Fondazione accompagna al credito i potenziali beneficiari dei finanziamenti e presta la garanzia per la concessione del prestito a valere sul Fondo Statale Antiusura, mentre Sanpaolo è partner operativo con le 38 filiali presenti nella Regione Abruzzo. L'obiettivo è prevenire e combattere l'usura attraverso la possibilità di concedere finanziamenti a singole persone ed a famiglie.

Il secondo progetto, avviato nel 2006, vede coinvolti il Sanpaolo Banco di Napoli, in qualità di partner operativo e FINETICA Onlus quale Ente di riferimento che ha costituito un fondo di garanzia a valere sul Fondo Statale Antiusura.

FINETICA Onlus svolge l'opera di pre-istruttoria oltre che un'azione di informazione, consulenza e accompagnamento al credito nei confronti dei soggetti richiedenti (persone fisiche e piccole imprese).

Si ricorda infine un'iniziativa resa operativa nel 2006 che ha come protagonisti la Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo e Fondazione La Casa onlus ed è finalizzato a supportare le persone che si trovano in situazione di disagio abitativo, nell'acquisto della loro prima casa. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di offrire l'opportunità ai cittadini in situazione di disagio sociale, che possono incontrare difficoltà nell'accesso al credito bancario, di accedere a mutui per l'acquisto o la ristrutturazione della prima casa (con erogazioni sino al 100% del valore dell'immobile) agevolandone, conseguentemente, l'integrazione nel tessuto sociale ed economico locale. Ne è risultato l'avvio di un fondo a rotazione, istituito dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo per 1 milione di euro ed assegnato in gestione alla Banca per consentire l'applicazione di tassi agevolati. L'iniziativa consentirà di attivare mutui per un importo complessivo di oltre 12 milioni di euro per l'acquisto di 100 abitazioni.

## Le collaborazioni con enti non profit

Le iniziative di collaborazione con enti e associazioni non profit impegnate nell'ambito socio-assistenziale, culturale, artistico, scientifico e sportivo rappresentano un aspetto importante del rapporto di Sanpaolo IMI con la società e il territorio. Alcune iniziative nascono dalla vicinanza ai problemi e alle necessità degli ambiti locali, altre hanno una rilevanza nazionale o internazionale. In diversi casi Sanpaolo IMI ha messo a disposizione le proprie filiali a livello locale per la raccolta di fondi, tramite conti correnti esenti da spese e con il supporto di apposito materiale informativo apposto in filiale e veicolato tramite il sito internet. Come gli scorsi anni





Sanpaolo IMI ha rinnovato l'invito ai propri clienti a sostenere i progetti UNICEF per l'infanzia, acquistando cartoncini augurali e piccoli oggetti regalo durante il periodo di Natale. L'iniziativa ha portato alla raccolta di oltre 161.000 euro (+5% rispetto all'anno precedente). Nel 2006 è continuata la collaborazione con Piera Cutino Onlus, Associazione per la ricerca volta a promuovere, migliorare e sostenere l'assistenza sanitaria ai pazienti affetti da talassemia e emoglobinopatie e a sensibilizzare l'opinione pubblica rispetto a queste patologie. In prossimità delle festività natalizie sono stati acquistati 30.000 cd musicali "Il dono di Natale" promossi dalla Piera Cutino Onlus e destinati ad iniziative locali di contatto nei confronti dei giovani clienti. Il corrispettivo pagato per questi beni (quasi 100.000 euro) è destinato al sostegno delle attività della Piera Cutino Onlus, ed in particolare alla costruzione di un padiglione a Palermo in cui poter svolgere attività di ricerca scientifica all'avanguardia sulla talassemia e curare i piccoli degenti affetti da questa malattia, garantendo altresì dei posti letto ai loro familiari.

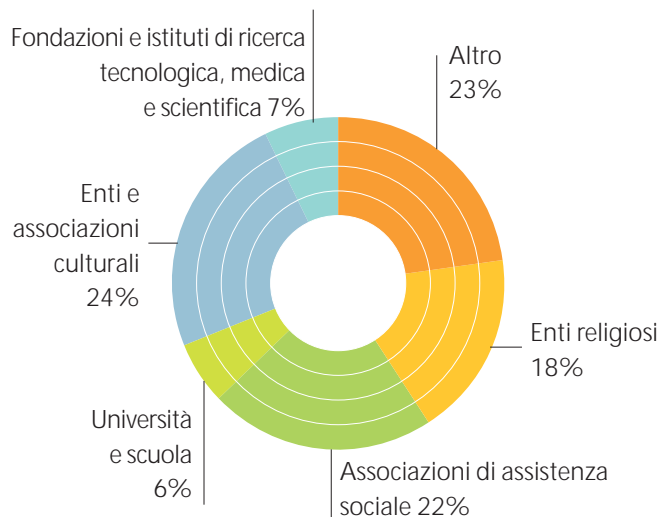
## Le devoluzioni a enti non profit legate ai prodotti

Continua il programma di devoluzioni legato ai conti correnti della linea giovani. Terminata la collaborazione con Magis sul progetto umanitario "Acqua a Dissin", si è avviata una nuova partnership con Telefono Azzurro, ente che da circa vent'anni fornisce gratuitamente assistenza alle richieste di aiuto che arrivano da bambini e adolescenti su situazioni di disagio e abuso. All'accensione del conto, la Banca devolve un euro a favore di un'iniziativa di Telefono Azzurro volta a sostenere le attività svolte presso i Centri Polivalenti esistenti ed in fase di apertura. I Centri Polivalenti di Telefono Azzurro nascono con l'obiettivo di garantire una presenza capillare sul territorio affinché le risposte di intervento siano più efficaci; in modo particolare gli ambiti di intervento sono la consulenza telefonica e di pronta accoglienza a bambini e ragazzi che hanno subito maltrattamenti, la creazione di ludoteche e spazi nido all'interno delle carceri e, infine, la realizzazione di corsi all'interno delle scuole per informare e sensibilizzare i ragazzi su tematiche particolari. Il programma ha consentito di versare nel 2006 a Telefono Azzurro circa 31.000 euro. Tale iniziativa umanitaria è presentata sul sito internet del Gruppo e permette a chiunque di seguire lo stato avanzamento dei lavori sulla costruzione dei centri polivalenti o di altre attività svolte nelle strutture già esistenti.

## Le donazioni

Nel 2006 le erogazioni liberali effettuate dalle Banche commerciali del Gruppo a favore dei territori di riferimento ammontano a circa 2,4 milioni di euro, frazionati in importi unitariamente contenuti. Per rispondere meglio alle esigenze di sostegno che si manifestano localmente, è prevista l'autonomia delle aree territoriali e delle diverse Banche commerciali di intervenire direttamente sul territorio. Per quanto riguarda Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli i plafond vengono assegnati annualmente alle aree e si mantengono a livello centrale i necessari meccanismi di supervisione e controllo, utilizzando un sistema informatico comune. La selezione dei progetti e degli enti destinatari delle erogazioni avviene secondo una policy che prevede tra l'altro il rispetto da parte delle onlus beneficiarie dei canoni di legalità, correttezza, onestà e buona fede dettagliati nel Codice Etico ed un principio di rotazione.

### RIPARTIZIONE EROGAZIONI 2006 PER TIPOLOGIA DESTINATARIO







Piero Fogar

## Ricerca e scambio con la collettività

L'attività di scambio e confronto con il territorio consente di adattare l'attività del Gruppo alle diverse esigenze delle realtà locali. Essa viene in primo luogo svolta dalle persone che lavorano nel Gruppo nel corso delle loro relazioni ed interscambi quotidiani. Inoltre, sono stati attivati organismi specifici di consultazione dei territori e di ricerca (le Consulte sulle economie locali e l'Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno) che, per la loro localizzazione e l'oggetto della loro attività, testimoniano l'attenzione del Gruppo verso il Sud Italia. Nel processo di scambio e di comunicazione con la collettività svolgono poi un ruolo importante i media.

### L'Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno

L'Associazione "Studi e Ricerche per il Mezzogiorno" ([www.srmezzogiorno.it](http://www.srmezzogiorno.it)), costituita da Società del Gruppo Sanpaolo IMI e Fondazioni ad esso collegate, è un consolidato centro di ricerca economica e di promozione culturale per le tematiche relative allo sviluppo del Sud Italia, in particolare quelle attinenti il sistema produttivo, le politiche di sviluppo, il ruolo delle amministrazioni locali, gli investimenti infrastrutturali e il terzo settore. L'Associazione svolge inoltre attività di informazione e di comunicazione attraverso la redazione delle pubblicazioni periodiche (la Rassegna Economica, il Focus sull'economia del Mezzogiorno e il Dossier Unione Europea in cui sono contenute le risultanze dell'Osservatorio sul Project Financing) e l'organizzazione di convegni e seminari.

Nel 2006 oltre alla pubblicazione di quattro volumi (L'industria idrica italiana; Il mondo del volontariato; L'internazionalizzazione delle imprese; Le filiere

## DONATORI DI SANGUE

Nel 2006 i Donatori di Sangue del Gruppo Sanpaolo IMI hanno festeggiato i 40 anni dalla costituzione del Gruppo. È ormai tradizione consolidata per la Banca accogliere ogni tre mesi nelle proprie sedi di Torino, Moncalieri, Roma, Napoli e Milano i prelievi collettivi e sostenere direttamente questo importante servizio alla comunità, che coinvolge ogni anno migliaia di colleghi in servizio ed in quiescenza e loro familiari. Per l'anno 2006, i dipendenti delle Banche del Gruppo hanno usufruito di oltre 4.000 giornate di permesso retribuito per effettuare le donazioni.



Fabio Rocca

produttive meridionali) l'Associazione ha curato, insieme ad altri importanti istituti di ricerca, la realizzazione del rapporto annuale "La Finanza Locale in Italia". Nel corso delle attività di studio, SRM attiva inoltre stages e contratti per giovani laureati per contribuire ulteriormente alla crescita della cultura economica dei giovani nel territorio meridionale; gli stages sono diretti a coinvolgere i giovani negli argomenti più sensibili per lo sviluppo infrastrutturale e imprenditoriale del Sud. Nel 2006 il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti ha incluso l'Associazione nella speciale Commissione che dovrà elaborare il Piano di Sviluppo dei Porti Italiani. Sempre nel 2006, l'Associazione ha ottenuto la certificazione di qualità UNI EN ISO 9001:2000 relativamente alla progettazione e realizzazione di studi, ricerche, convegni e seminari, allo sviluppo editoriale e alla gestione della produzione di periodici.

## I rapporti con i media

I rapporti con i media nel corso del 2006 sono stati mantenuti dalla Funzione Relazioni Esterne, che ha operato sulla base di criteri di trasparenza, chiarezza e tempestività, nel pieno rispetto della normativa in vigore per la divulgazione ai mercati delle informazioni price-sensitive e in stretta collaborazione con la Direzione Affari Generali e Legale e con la Funzione Investor Relations, in modo da fornire la migliore informazione possibile sia ai media, sia alla comunità finanziaria e agli investitori. Nel corso del 2006, dopo l'entrata in vigore della normativa sul Market Abuse, si è perfezionato il processo finalizzato all'informazione continua rivolta alle Autorità di Vigilanza competenti in materia, agli organi di stampa e, tramite essi, al mercato, con un coordinamento dei flussi informativi e della predisposizione e presentazione al Consiglio di Amministrazione dei comunicati stampa concernenti la Società e le Controllate del Gruppo.

Il sito Internet del Gruppo ([www.grupposanpaoloimi.com](http://www.grupposanpaoloimi.com)) ha continuato a costituire un altro efficace strumento di comunicazione verso l'esterno. È proseguita nel corso di tutto il 2006 l'attività di restyling della sezione "Ufficio Stampa", con l'introduzione di una serie di approfondimenti e link, con lo scopo di rendere più agevole la ricerca e la consultazione delle principali informazioni riguardanti il Gruppo.

Il sito internet è stato costantemente aggiornato in tutte le sue sezioni:

- Press-kit, contenente tutte le informazioni utili sul Gruppo (dati finanziari e di bilancio, azionisti, organigramma, corporate governance);
- Conferenze Stampa, in cui i giornalisti possono trovare il materiale distribuito durante le conferenze stampa;

- Rassegna Stampa, che contiene le principali interviste con il Top Management;
- Campagna Pubblicitaria;
- Fotografie del Top Management;
- Curricula del Top Management.

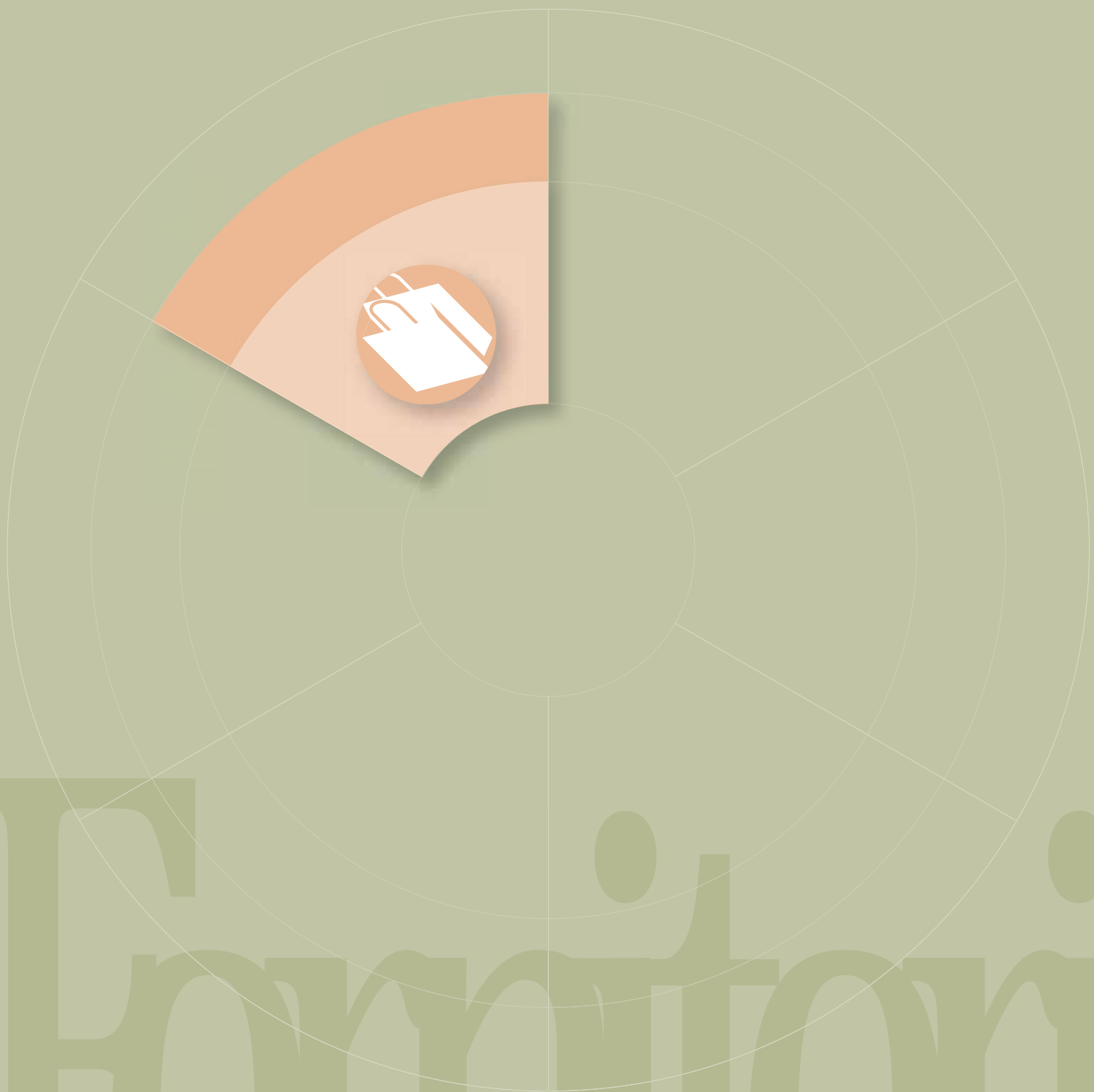
Nel sito è inoltre possibile ricercare tutti i comunicati stampa a partire dal 2000, classificati sia per anno, sia per argomento. È possibile iscriversi ad una mailing-list per ricevere i comunicati stampa in tempo reale e scaricare direttamente sul proprio computer le fotografie del Top Management del Gruppo e delle sedi.



Anna Iandolino

Nel corso del 2006 l'attività di comunicazione ufficiale di Relazioni Esterne si è espressa attraverso i seguenti interventi:

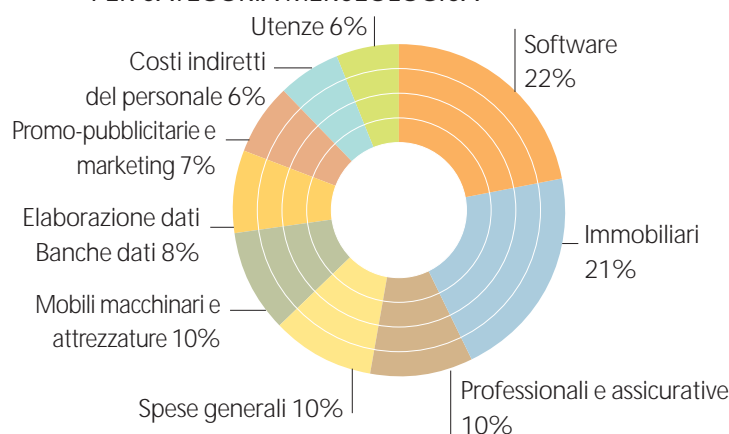
<b>Comunicati stampa</b>	<b>276</b>
- di cui relativi ai risultati periodici del Gruppo	4
- di cui relativi alla fusione con Banca Intesa	12
<b>Conferenze e incontri con la stampa</b> (al di fuori dell'impegno olimpico)	<b>88</b>
Incontri quotidiani dal 10 al 26 febbraio, durante le Olimpiadi invernali a Torino, con un incontro conclusivo a Palazzo Madama di Torino fra il Top Management del Gruppo e i rappresentanti della stampa	
<b>Interviste</b>	<b>93</b>
<b>Dichiarazioni ufficiali</b>	<b>104</b>



Formazioni

Nel corso del 2006 Sanpaolo IMI ha intrattenuto rapporti commerciali con circa 15.000 fornitori per un fatturato complessivo di circa 1 miliardo di euro. Gli acquisti sono gestiti in forma accentrata per le Banche commerciali del Gruppo secondo una logica di accesso alle migliori condizioni praticate nei diversi mercati di riferimento, salvo specifiche autonomie di spesa per acquisizioni minori per gli Enti di Sede Centrale e per le Banche commerciali. I processi di selezione dei fornitori, il confronto di mercato e l'assegnazione delle forniture avvengono secondo precisi e definiti criteri che garantiscono oggettività, trasparenza, efficienza ed efficacia delle scelte. Gli accordi definiti con i fornitori prevedono l'estensione delle condizioni contrattuali a tutte le restanti società del Gruppo, in particolare per quanto riguarda gli acquisti di beni e servizi ove sono realizzabili economie di scala.

#### RIPARTIZIONE DEL FATTURATO 2006 PER CATEGORIA MERCEOLOGICA\*



\*Dati riferiti alla Banche commerciali

## L'Albo Fornitori di Gruppo

Nel corso del 2006 è stato ulteriormente alimentato e rafforzato l'Albo Fornitori di Gruppo in cui sono confluiti i fornitori provenienti dalle diverse realtà bancarie oggetto di integrazione oltre a nuovi nominativi di potenziale interesse, secondo una logica di razionalizzazione ed omogeneizzazione dei rapporti con le aziende, dei criteri di valutazione e selezione delle stesse, dei rapporti contrattuali in essere. È stato consolidato l'utilizzo del questionario standard da inviare alle aziende potenziali fornitrici, mirato ad acquisire informazioni significative, omogenee e strutturate, ed esteso anche a società già presenti in Albo ai fini di un aggiornamento della loro posizione. Ciò in ottica di semplificare e facilitare le comunicazioni da parte dei fornitori, consentendo loro di portare a conoscenza della banca con maggiore celerità eventuali variazioni, sviluppi, evoluzioni societarie, nuove attività, ecc.. Tra le informazioni previste vi sono notizie relative al possesso di certificazioni di qualità ed ambientali, allo svolgimento di attività di ricerca e sviluppo, all'esecuzione di controlli sui prodotti e servizi forniti, all'espletamento di verifiche di trasparenza sui processi operativi ed amministrativi, all'esistenza di piani di formazione ed aggiornamento del personale, alle attività subappaltate. In materia di subappalto, nel corso del 2006 sono stati rafforzati gli obblighi del fornitore relativi alla verifica del rispetto, da parte del subappaltatore, di tutti gli obblighi contributivi, fiscali e di sicurezza.

Nelle condizioni generali di fornitura è stato inoltre ribadito il divieto di subappalto, se non dietro espressa autorizzazione scritta rilasciata dalla struttura del Gruppo indicata in contratto. L'individuazione di un'unica struttura accentrata a cui tutti i fornitori inviano le fatture, avviata nel 2005 e consolidata nel corso del 2006, ha consentito il miglioramento della gestione delle fatture emesse dai fornitori. Nel 2006 si sono registrati tempi medi di liquidazione, per oltre il 65% dei casi, entro 60 giorni dalla data di emissione della fattura e per oltre l'85% entro i 90 giorni, nel sostanziale rispetto degli accordi tra le parti. Tale statistica include le verifiche di regolarità e congruità della fornitura ricevuta effettuate dalla Banca, oltre ai casi di sospensione del pagamento per motivi non dipendenti dalla Banca, bensì in conseguenza di inadempimenti (irregolarità, incompletezza o altro) del fornitore. La predetta struttura ha il presidio e il costante monitoraggio delle fatture pervenute, dei ritardi, dei sospesi, di eventuali disguidi, ecc. ed opera quale referente nei confronti dei fornitori, interessando ed attivando di volta in volta le funzioni interne competenti al fine di dare opportuno riscontro ai fornitori. I regolamenti interni ribadiscono la necessità - in caso di contestazioni riguardanti le forniture - di comunicare formalmente al fornitore gli inadempimenti rilevati, opportunamente documentati e dettagliati, informando dei provvedimenti intrapresi, fino alla sospensione del pagamento per i casi più gravi.

## La condivisione del Codice Etico

L'informativa ai fornitori relativa alla necessità di condividere i contenuti del Codice Etico di Gruppo, all'obbligo - nell'esecuzione delle attività contrattuali - del rispetto dei principi contenuti ed alle conseguenze che si determinano qualora vengano disattesi, avviata nel 2004, è stata consolidata nel 2005 e nel 2006, riguardando la totalità dei nuovi contratti e di quelli oggetto di rinnovo stipulati dagli Acquisti. Le clausole contrattuali ribadiscono inoltre l'obbligo per il fornitore di verificare la condivisione e conoscenza da parte di eventuali subappaltatori dei principi del Codice Etico. Il fornitore è inoltre tenuto ad adeguare le modalità di svolgimento delle prestazioni contrattuali ai modelli organizzativi e gestionali adottati dal Gruppo in coerenza con i principi di trasparenza e responsabilità sociale espressi nel Codice.

## Contenzioso

Il contenzioso con i fornitori si attesta, come negli anni precedenti, su livelli estremamente contenuti. Nel 2006 infatti è stato instaurato un solo nuovo contenzioso giudiziale e sono stati viceversa positivamente definiti i precedenti principali precontenziosi pendenti.

Tale risultato viene perseguito attraverso una particolare attenzione ai presupposti che consentono una costruttiva impostazione dei rapporti commerciali: la selezione dei fornitori in base alla qualità, la stipula di accordi con clausole chiare ed efficaci che prevedano al loro interno strumenti contrattuali per la gestione amichevole delle eventuali criticità, l'esecuzione del contratto secondo principi di correttezza e buona fede e, comunque, con l'obiettivo di evitare per quanto possibile l'insorgere di controversie.



A close-up photograph of a tulip field. The background is filled with numerous yellow tulips in various stages of bloom, set against a backdrop of green leaves. In the lower right foreground, a single, vibrant red tulip is in full bloom, its petals clearly defined. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the middle of the image, containing the text 'La Relazione Ambientale' in a white serif font.

La Relazione Ambientale







# Ambiente

## OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI

Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2005	Azioni e risultati raggiunti nel 2006
<p>Perseguire una riduzione dell'impatto diretto dell'attività sull'ambiente, in particolare delle emissioni in atmosfera, attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un progressivo miglioramento dell'efficienza energetica, avendo cura di garantire un adeguato livello di confort per le persone e ispirandosi a qualificati standard di best practice esistenti;</li> <li>• un incremento, ove possibile, dell'utilizzo di fonti di energia rinnovabile.</li> </ul>	<p>Le emissioni sono diminuite del 28 % nel 2006 grazie ad una serie di azioni volta a migliorare l'efficienza energetica e grazie all'incremento dell'utilizzo di fonti di energia rinnovabile (circa 70% dell'energia elettrica complessiva)</p> <p>Azioni intraprese per migliorare l'efficienza energetica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sono state adottate le soluzioni di maggiore efficienza energetica in occasione di ristrutturazioni e nuovi allestimenti. Gli interventi più significativi hanno interessato una superficie complessiva di circa 43.000 mq. Si segnala in particolare che, in occasione di sostituzioni di impianti termici, sono state installate a titolo sperimentale sei caldaie a condensazione, soluzione tecnologica che massimizza i rendimenti energetici.</li> <li>• Sono stati effettuati interventi di miglioramento dell'efficienza degli impianti di illuminazione in ulteriori 59 punti operativi che verranno inseriti nel programma GreenLight. Inoltre in una delle sedi piemontesi (il centro contabile di Moncalieri) è stato sperimentato, per l'area del parcheggio esterno, un sistema di illuminazione che consente una riduzione di circa il 22% dei consumi di energia elettrica corrispondente ad una riduzione annua di circa 12 tonnellate di emissioni di CO<sub>2</sub>.</li> <li>• Nel corso dell'anno sono state dotate di monitor a cristalli liquidi le nuove filiali e quelle oggetto di ristrutturazione. Nuove dotazioni sono state messe a disposizione presso alcuni palazzi di sede centrale e in varie filiali. L'intervento, che ha riguardato nell'anno più di 10.000 postazioni di lavoro, consente una riduzione dei consumi energetici elettrici delle apparecchiature ed una conseguente riduzione di emissioni di CO<sub>2</sub> pari a 500 tonnellate (senza considerare le emissioni evitate grazie alla minore necessità di condizionamento dell'aria). I posti di lavoro dotati di monitor a cristalli liquidi ammontano a fine 2006 a circa 17.700.</li> </ul>

*Nel 2002 Sanpaolo IMI ha aderito alla Dichiarazione UNEP degli istituti finanziari sull'ambiente e sullo sviluppo sostenibile, affermando così il proprio impegno ad adottare pratiche sostenibili e rispettose dell'ambiente a tutti i livelli di operatività*

## L'impegno di Sanpaolo IMI per l'ambiente

La dimensione ambientale interessa il nostro Gruppo in relazione a due tipi di aspetti ambientali, quelli diretti e quelli indiretti. Fra gli aspetti ambientali diretti, quelli su cui il Gruppo esercita influenza e controllo diretto, risultano significativi i consumi di energia con le relative emissioni e i consumi di carta, mentre la produzione di rifiuti conseguenti all'utilizzo dei beni di consumo ed il consumo di acqua generano effetti minori.

Gli aspetti ambientali indiretti sono quelli legati ad attività di organizzazioni terze con cui il Gruppo si relaziona (clienti e fornitori). Nello svolgimento delle nostre attività e tramite i servizi e prodotti offerti possiamo infatti influire sul comportamento dei nostri interlocutori nei confronti dell'ambiente.

Nel 2002 Sanpaolo IMI ha aderito alla Dichiarazione UNEP degli istituti finanziari sull'ambiente e sullo sviluppo sostenibile, affermando così il proprio impegno ad adottare pratiche sostenibili e rispettose dell'ambiente a tutti i livelli di operatività. Gli impegni presi hanno trovato realizzazione in una serie di progetti ed iniziative.

## DICHIARAZIONE UNEP

### 1. Impegno allo sviluppo sostenibile

“ Consideriamo lo sviluppo sostenibile una componente essenziale per condurre le aziende con successo.”

### 2. Management ambientale e istituti finanziari

“ Miriamo ad usare i metodi migliori del management ambientale.”

“ Miriamo a tener conto delle esigenze ambientali in tutte le nostre attività, nella gestione patrimoniale e nelle altre decisioni d'affari su tutti i mercati.”

“ Incoraggiamo l'industria dei servizi finanziari a sviluppare prodotti e servizi favorevoli alla protezione dell'ambiente.”

### 3. Opinione pubblica e comunicazione

“ Auspichiamo che gli istituti finanziari elaborino e pubblichino una dichiarazione sulla loro politica ambientale e informino regolarmente sulle misure adottate per promuovere l'integrazione delle esigenze ambientali nell'ambito delle loro attività.”

“ Nel campo delle questioni ambientali, ci impegneremo per l'apertura e il dialogo.”

## L'IMPEGNO DI SANPAOLO IMI

L'impegno allo sviluppo sostenibile è parte del sistema valoriale di Sanpaolo IMI ed è riaffermato nella politica ambientale.

- È stato implementato un Sistema di Gestione Ambientale certificato ISO 14001.
- Per quanto riguarda gli aspetti ambientali diretti, la politica del Gruppo è volta al monitoraggio e, ove possibile, alla riduzione dei consumi energetici, al progressivo incremento dell'approvvigionamento energetico da fonti rinnovabili, alla riduzione delle emissioni in atmosfera, ed alla corretta gestione dei rifiuti prodotti dalle unità operative diffuse sul territorio e alla riduzione dell'utilizzo di carta.
- I Fondi Etici prevedono criteri ambientali nella selezione degli investimenti.
- Applichiamo gli Equator Principles, linee guida sociali e ambientali per la finanza di progetto.
- Effettuiamo finanziamenti per interventi di tutela e sviluppo del territorio e consulenza finanziaria nel settore dei servizi ambientali (Banca OPI) e analisi e sviluppo di progetti in campo ambientale (FIN.OPI).
- Nel Bilancio Sociale vengono pubblicate le politiche, le procedure e le misure adottate dal Gruppo per promuovere l'integrazione delle esigenze ambientali nell'ambito delle proprie attività.
- L'expertise del Gruppo è resa accessibile sia tramite le relazioni e gli scambi quotidiani con i clienti, sia tramite il sito internet di Gruppo e il portale intranet.
- Il Gruppo partecipa a iniziative multistakeholder su problematiche ambientali (UNEP FI e Carbon Disclosure Project) e sviluppa un'azione propositiva nell'ambito di ABIENERGIA, con riflessi su tutto il settore bancario nazionale. Tramite il Carbon Disclosure Project il Gruppo comunica annualmente le implicazioni finanziarie, i rischi e le opportunità e le strategie in merito al cambiamento climatico ([www.cdproject.net](http://www.cdproject.net)).
- A tutti i nuovi assunti è stata distribuita una guida con indicazioni per un uso più consapevole delle risorse energetiche sul posto di lavoro, già diffusa a tutto il personale nel 2005.

## Aspetti ambientali diretti

### La certificazione ambientale

Nel 2005 Sanpaolo IMI si è dotato di una Politica Ambientale e di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato secondo la norma internazionale ISO 14001. Il SGA è un sistema che consente di gestire gli aspetti ambientali diretti che sono stati individuati come rilevanti per il Gruppo: i consumi energetici e le relative emissioni inquinanti, la produzione di rifiuti, i consumi di carta, la limitazione della presenza di sostanze nocive, le attività di manutenzione degli impianti tecnologici. Il Sistema prevede anche obiettivi di miglioramento della prestazione ambientale e specifici processi per conseguirli. Il rispetto delle procedure (nella gran parte applicate a tutto il Gruppo) e dei programmi è assicurato da periodici audit interni. Inoltre il personale coinvolto è stato formato sia mediante corsi in aula sia direttamente in filiale per gli aspetti applicativi. Il SGA si estende al sistema delle forniture e dunque i fornitori e gli appaltatori sono tenuti al rispetto delle procedure del SGA che interessano lo svolgimento delle proprie attività con significativi impatti sull'ambiente. Il SGA ha ottenuto nel mese di maggio del 2006 la conferma della certificazione sui 72 siti pilota.

*Nel 2005 Sanpaolo IMI si è dotato di una Politica Ambientale e di un Sistema di Gestione Ambientale certificato secondo la norma internazionale ISO 14001*



### Sustenergy

Il Gruppo dal gennaio 2007 è partner di "Sustenergy – Energia sostenibile per l'Europa", campagna di sensibilizzazione pubblica per l'energia sostenibile in Europa prevista per il periodo 2005 – 2008 e promossa dalla Commissione Europea. La partnership consiste in una rete di cooperazione fra attori, pubblici e privati, impegnati nel campo dell'energia sostenibile per raggiungere gli obiettivi della politica energetica comunitaria, che mira ad un aumento della quota delle energie rinnovabili utile a conseguire nei 27 Paesi membri dell'UE una percentuale del 21,1% entro il 2010.



A Sustenergy possono aderire in qualità di partner organismi pubblici o privati che siano impegnati nella realizzazione di un progetto o un programma che, secondo una valutazione della Commissione Europea, avrà importanti conseguenze per il panorama energetico dell'Europa. Il Gruppo Sanpaolo IMI ha ottenuto tale riconoscimento - unica banca in Europa - grazie a due progetti. Il primo riguarda l'offerta di prodotti di finanziamento nel comparto energetico a sostegno dell'energia pulita, dell'efficienza energetica e della bioedilizia, oltre che l'attività di supporto nella valutazione tecnica ed economica dei progetti più complessi o innovativi nel settore energetico sviluppati dal settore pubblico od in partenariato pubblico privato. Il secondo progetto riguarda le attività di risparmio energetico attuate dal Gruppo stesso con interventi specifici: l'utilizzo di energia elettrica rinnovabile, interventi impiantistici e dotazione di macchine ad elevata efficienza energetica e una campagna di sensibilizzazione ai dipendenti per il contenimento dei consumi energetici.



Roberto Ferrero

## PRINCIPALI INDICATORI AMBIENTALI

(I dati si riferiscono al Gruppo a livello nazionale, con esclusione di Eurizon Financial Group per i dati su energia elettrica ed emissioni e con esclusione della sola Banca Fideuram per i dati su rifiuti e carta)

Consumi	2004	2005	2006	var. 06/05
Energia elettrica <sup>1</sup> (milioni di kWh)	261,2	262,5	260,2	-0,9%
Energia termica <sup>2</sup> (milioni kWh)	160,5	140,6	116,3	-17,3%
da gas metano (milioni di mc)	13,9	11,8	9,9	-16,1%
da gasolio e altri combustibili liquidi (milioni di litri)	2,72	2,67	2,10	-21,3%
Energia totale <sup>2</sup> (milioni kWh)	421,7	403,2	376,5	-6,6%
Carta (kg)	5.088.000	5.325.000	5.081.000	-4,6%
bobine per grandi stampanti <sup>3</sup>	1.207.000	1.397.000	1.225.000	-12,3%
carta per fotocopia, lettere	3.400.000	3.369.000	3.362.000	-0,2%
altra carta	481.000	559.000	494.000	-11,6%
<b>Rifiuti ed emissioni in atmosfera</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>var. 06/05</b>
Rifiuti prodotti <sup>4</sup> (Kg)	5.139.000	5.120.000	4.106.000	-19,8%
carta e cartoni	3.512.000	3.630.000	2.613.000	-28,0%
imballaggi	874.000	1.026.000	1.111.000	+8,2%
cartucce nastri e pellicole	104.000	99.000	1.119.000	+20,2%
rifiuti pericolosi	104.000	76.000	39.000	-48,7%
macchine da ufficio	246.000	195.000	235.000	+20,5%
altri rifiuti	299.000	94.000	70.000	-25,5%
Recupero rifiuti <sup>4</sup> (%)				
recupero carta e cartoni	99	99	99	
recupero imballaggi	60	60	60	
recupero cartucce nastri e pellicole	40	50	50	
recupero rifiuti pericolosi	0	90	90	
recupero macchine da ufficio	15	60	60	
recupero di altri rifiuti	0	0	0	
Emissioni <sup>5</sup> (milioni Kg di CO <sub>2</sub> )	104,3	90,9	65,4	-28,1%
da energia elettrica	66,8	57,7	40,5	-29,8%
da gas metano e gasolio	37,5	33,2	24,9	-25,0%

1) Secondo una stima di ABIENERGIA il dato 2006 è pari al 12% del consumo elettrico del sistema bancario nazionale.

2) Per alcune Società del Gruppo il valore è stimato sulla base della spesa sostenuta.

3) La forte riduzione del dato relativo all'utilizzo di bobine è dovuta all'affidamento all'esterno di parte delle stampe per la clientela.

4) Non sono ricompresi i servizi di raccolta rifiuti effettuati dalle amministrazioni comunali.

5) Valori ottenuti utilizzando i nuovi coefficienti di trasformazione per il calcolo delle emissioni proposti per il 2006 da ABIENERGIA. Il calcolo delle emissioni correlate alla produzione di energia elettrica di rete (emissioni indirette), in considerazione del progressivo ammodernamento delle centrali, è stato effettuato utilizzando un coefficiente di trasformazione pari a 0,501 anziché 0,6.

INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE<sup>1</sup>

Consumi, rifiuti ed emissioni	2004	2005	2006	var. 06/05
Energia elettrica per posto di lavoro (kWh/ posti di lavoro)	6.589	6.547	6.567	+0,3%
Energia elettrica per superficie (kWh/mq)	140,0	134,2	139,3	+3,8%
Energia termica per superficie (kWh/mq)	86,0	71,9	62,3	-13,4%
Energia totale per superficie (kWh/mq)	225,5	206,1	201,6	-2,2%
Acqua <sup>2</sup> (mc/anno per addetto)	23,1	24,5	30,2	+23,3%
Carta per dipendente (kg/ organico effettivo)	127	141	132	-6,4%
Numero fogli consumati al giorno per dipendente	79	85	81	-4,7%
Rifiuti prodotti per dipendente (kg/organico effettivo)	139	136	109	-19,9%
Emissioni per superficie (kg di CO <sub>2</sub> al mq)	56,0	46,5	35,1	-24,5%
da energia elettrica	36,0	29,5	21,8	-26,1%
da gas metano e gasolio	20,0	17,0	13,3	-21,8%
Emissioni per dipendente (kg di CO <sub>2</sub> /organico effettivo)	2.632	2.267	1.651	-27,2%

1) Per il calcolo si fa riferimento ai seguenti parametri:

- superficie netta calpestabile: 1.872.198 mq (-4,4 % rispetto al 2005)

- posti di lavoro (considerando la presenza di altri operatori/società esterne operanti nel perimetro in esame): 39.965

- organico effettivo (al netto del personale assente con continuità): 39.622

2) Consumi stimati sulla base delle spese sostenute per consumi idrici (nel 2006 attraverso un'individuazione più puntuale per ciascuna Società del Gruppo).

## Consumi energetici

I consumi di energia si possono ricondurre, in ordine di importanza, a:

- Energia elettrica utilizzata per alimentare le macchine da ufficio e gli elaboratori centrali, i sistemi di climatizzazione e di refrigerazione e, ove il clima esterno invernale è più mite, i sistemi di riscaldamento a pompa di calore, alternativi ai sistemi tradizionali a combustibile;
- Combustibili utilizzati per il riscaldamento degli ambienti e dell'aria di rinnovo nel periodo invernale (in qualche punto operativo il riscaldamento avviene attraverso reti di teleriscaldamento).

Il presidio di questo aspetto ambientale è affidato all'Energy Manager. Le politiche e le procedure del Gruppo in materia di energy management prevedono:

- la progressiva applicazione su tutto il territorio nazionale di soluzioni impiantistiche standardizzate e l'installazione di macchine di ufficio di elevata efficienza energetica;
- l'assenza di prodotti nocivi per le persone e, ove possibile, la sostituzione di prodotti lesivi per l'ambiente con altri a minore impatto ambientale;
- la manutenzione di tutti gli impianti per assicurare il mantenimento della massima efficienza energetica;
- il progressivo incremento dell'approvvigionamento da fonti energetiche rinnovabili (che nel 2006 ha raggiunto circa il 70% dell'energia elettrica complessiva);



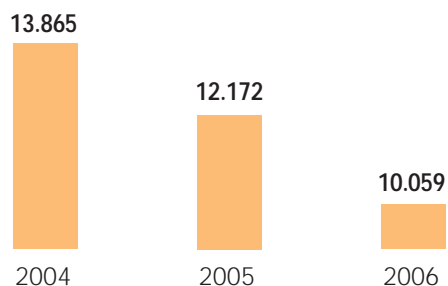
Alberto Capettini

- il monitoraggio dei consumi energetici, reso sempre più efficace anche grazie ad un progressivo miglioramento di procedure informatiche dedicate. Per quanto riguarda l'attività di monitoraggio, è stato recentemente acquisito un database dei Gradi Giorno (parametro empirico utilizzato per il calcolo del fabbisogno termico di un edificio) dei vari comuni italiani per consentire la parametrizzazione dei consumi oltre che riferita all'unità di superficie anche alle condizioni climatiche del sito. Inoltre, per gli immobili di maggiori dimensioni, si è effettuata un'analisi giornaliera ed oraria degli assorbimenti di energia elettrica che ha consentito di individuare in qualche caso periodi della giornata con picchi di assorbimento o utilizzo di impianti in periodi extralavorativi. Tali informazioni saranno utilizzate nel 2007 per eventuali ottimizzazioni.



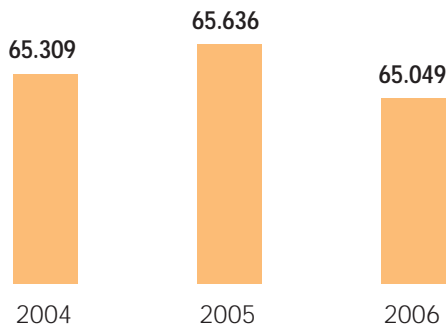
### CONSUMI DI ENERGIA TERMICA

(tep)



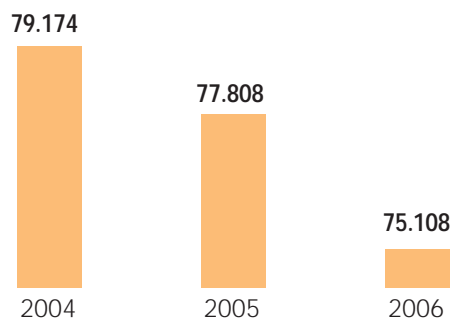
### CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA

(tep)



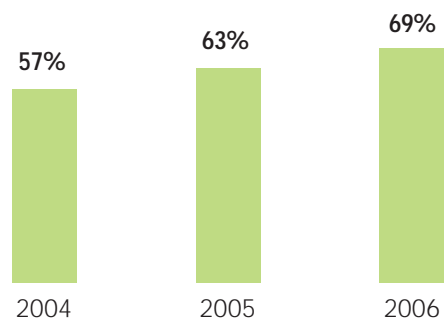
### CONSUMI TOTALI DI ENERGIA

(tep)



### CONSUMI DI ENERGIA IDROELETTRICA

(% su consumi totali di energia elettrica)



Nel 2006 si sono registrati i seguenti andamenti:

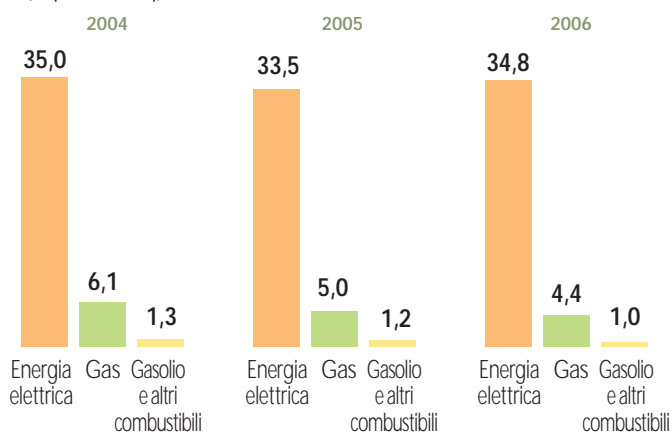
- i consumi complessivi di energia elettrica sono rimasti sostanzialmente stabili (-0,9% rispetto al 2005) nonostante il netto incremento dei consumi nei Centri di Elaborazione Dati (CED) dovuto allo sviluppo dell'attività informatica a supporto della crescita del Gruppo;
- i consumi totali di energia termica hanno registrato un'evidente diminuzione (-17,3%) dovuta essenzialmente a condizioni climatiche più favorevoli ed a interventi impiantistici (sostituzione di caldaie con pompe di calore e utilizzo di caldaie a maggiore efficienza).



Stefania Lusona

### CONSUMI DI ENERGIA PER SUPERFICIE

(tep\*10<sup>-3</sup>/mq)

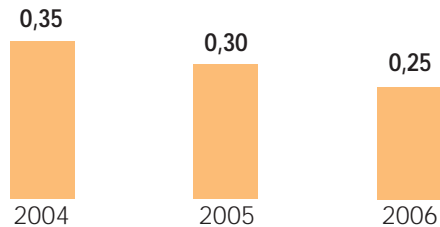


### Dati di confronto sui consumi complessivi di energia

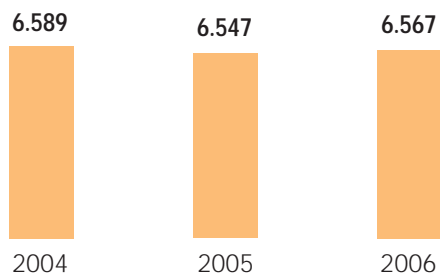
Uno studio del Politecnico di Torino indica, per la zona climatica del Nord Italia, i seguenti parametri di consumo energetico medio negli uffici:

- Gas Metano = 8 - 9 tep\*10<sup>-3</sup>/mq
- Energia elettrica = 42,5 - 45 tep\*10<sup>-3</sup>/mq

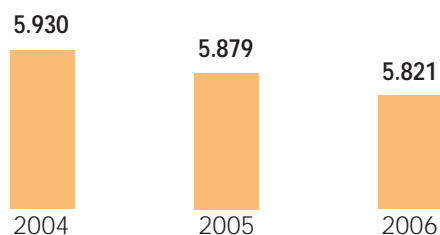
### CONSUMI DI ENERGIA PER ADDETTO, ESCLUSI I CED (tep/addetto)



### ENERGIA ELETTRICA PER POSTO DI LAVORO (CON CED) (kWh/posti di lavoro)



### ENERGIA ELETTRICA PER POSTO DI LAVORO (SENZA CED) (kWh/posti di lavoro)



Ogni persona che lavora per il Gruppo collabora nell'azione di riduzione dei consumi. Per questo motivo al personale neoassunto è stata distribuita una guida pratica (già consegnata nel 2005 a tutti i dipendenti) che contiene una serie di indicazioni utili per aiutare a utilizzare gli strumenti di lavoro e gli impianti disponibili in modo più consapevole. La brochure, "Salva l'ambiente con un click", è stata realizzata da ABIENERGIA con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Federazione Italiana per l'uso razionale dell'Energia e in collaborazione con gli Energy Manager di alcune delle banche associate, tra le quali Sanpaolo IMI. Tale guida è anche disponibile sul sito

### Dati di confronto sui consumi per il riscaldamento

Un'analisi di ABIENERGIA effettuata nel 2006 su un campione di 17 banche stima i seguenti parametri di consumo per addetto (esclusi i CED):

0,34 tep/addetto (gas)

0,30 tep/addetto (gasolio)

Per il Gruppo Sanpaolo IMI il parametro corrispondente è pari a circa 0,25 tep/addetto.

### Dati di confronto sui consumi di energia elettrica

Riferendosi ai più aggiornati dati forniti dal GRTN - Gestore della Rete di Trasmissione Nazionale - (anno 2003), il consumo del settore del credito rapportato al numero degli addetti del settore, consente di stimare un consumo medio annuo di 6.800 kWh per dipendente bancario.

Un'analisi di ABIENERGIA effettuata nel 2006 su un campione di 17 banche stima in circa 6.300 kWh il consumo annuo di energia elettrica per dipendente (senza considerare i consumi dei CED). Per il Gruppo Sanpaolo IMI il parametro corrispondente è pari a circa 5.820 kWh per addetto, valore che indica una elevata efficienza energetica del Gruppo se si considera che per i grandi gruppi bancari come Sanpaolo IMI i valori medi sono superiori, a causa della maggiore incidenza di macchine da ufficio (PC, stampanti, fotocopiatrici, ecc.) e della maggiore dotazione impiantistica degli sportelli. Inoltre la presenza di siti nel centro sud Italia comporta una maggior richiesta di raffrescamento, prevalentemente soddisfatta con impianti alimentati da energia elettrica.

intranet aziendale.

Il Gruppo ha proseguito nella fattiva collaborazione nell'ambito di ABIENERGIA, con la realizzazione di iniziative quali la stipula di convenzioni per l'acquisto di energia sul mercato libero, interventi in convegni e corsi di formazione per Energy Manager del settore bancario, approfondimenti su temi diversi fra cui le problematiche di business continuity.

### Emissioni atmosferiche

L'utilizzo di energia per la gestione delle attività nelle sedi del Gruppo è all'origine di emissioni di anidride carbonica, il gas ritenuto principale responsabile del progressivo riscaldamento del pianeta.

Le emissioni in atmosfera sono minimizzate grazie alle seguenti azioni:

- utilizzo di energia idroelettrica, che non genera emissioni di gas serra;
- utilizzo prevalente di gas naturale, che genera minori emissioni in atmosfera rispetto ad altri combustibili;
- impiego, presso i centri di calcolo, di impianti di recupero del calore prodotto dagli elaboratori elettronici;
- utilizzo nei punti operativi, ove possibile per le condizioni climatiche, di pompe di calore;
- utilizzo di auto aziendali di recente produzione e quindi meno inquinanti.

Vengono quantificate le emissioni di CO<sub>2</sub> generate dagli impianti degli immobili del Gruppo (combustione per il

funzionamento di impianti di riscaldamento) e le emissioni derivanti dall'utilizzo di energia elettrica prodotta da centrali termoelettriche.

Le emissioni atmosferiche hanno registrato una riduzione attribuibile principalmente al maggiore uso di energia idroelettrica e al contenimento di consumi energetici registrati.

Le emissioni per dipendente risultano pari a 1.651 kg di CO<sub>2</sub> in un anno, a fronte di un valore medio del settore bancario stimato pari a 3.633 kg di CO<sub>2</sub> per addetto in un anno (la stima è stata effettuata da ABIENERGIA su un campione di 17 banche).

Dal 2006 vengono calcolate anche le emissioni di CO<sub>2</sub> legate agli spostamenti dei dipendenti durante l'attività di lavoro con auto di servizio aziendale.

Considerate le tipologie di auto in uso presso il Gruppo le emissioni legate agli spostamenti in auto aziendale si possono stimare pari a 2.354 ton/anno, di cui 895 tonnellate per l'uso di benzina e 1.459 tonnellate per l'uso di gasolio.

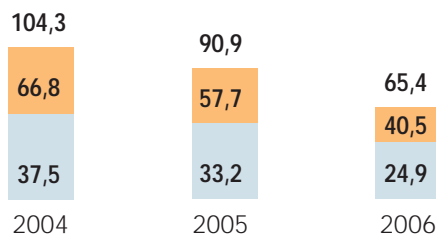
*Le emissioni hanno registrato una riduzione attribuibile al maggiore uso di energia idroelettrica (69% del totale di energia utilizzata) e al contenimento di consumi energetici*

### Programma GreenLight

In tema di efficienza energetica sta conquistando un ruolo sempre più decisivo l'illuminazione. Il miglioramento dei sistemi di illuminazione può contribuire significativamente al risparmio di energia ed alla conseguente riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra, oltre che all'ottimizzazione della qualità della illuminazione artificiale a beneficio del personale. Dal 2003 Sanpaolo IMI aderisce al Programma GreenLight, che si basa su accordi volontari che i grandi utenti di illuminazione del terziario, della pubblica amministrazione e industriali stipulano con la Commissione Europea, impegnandosi a realizzare interventi di miglioramento delle tecnologie e delle modalità di gestione dell'illuminazione dei propri edifici. Nel 2006 le nuove realizzazioni di impianti di illuminazione prevedono l'installazione di apparecchi dotati di reattore elettronico, che consentono un risparmio di almeno il 15% rispetto ad apparecchi di qualità elevata con reattori tradizionali. A fine 2006 sono stati inseriti nel Programma GreenLight altri 59 punti operativi (il numero complessivo risulta pari a 255).

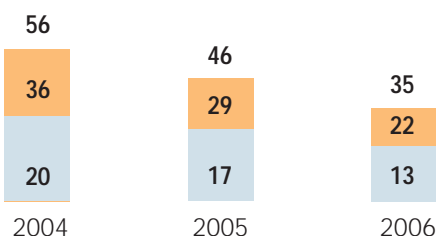
#### EMISSIONI (milioni kg di CO<sub>2</sub>)

- da energia elettrica
- da gas metano e gasolio



#### EMISSIONI PER SUPERFICIE (kg di CO<sub>2</sub>/mq)

- da energia elettrica
- da gas metano e gasolio



### Spese ed investimenti per l'ambiente

La determinazione delle spese e degli investimenti complessivi effettuati per la protezione dell'ambiente e per mitigare gli impatti del Gruppo dovrebbe consentire, nel tempo, di valutare l'efficacia con cui il Gruppo utilizza le proprie risorse per migliorare la performance ambientale.

Nel 2006 sono stati spesi 17,5 milioni di euro circa per l'ambiente. Tale dato comprende i costi relativi alla gestione dei rifiuti speciali, le spese di manutenzione degli impianti (solo spese correnti e non spese progettuali), le spese per il Sistema di Gestione Ambientale, per la certificazione e per la sensibilizzazione dei dipendenti verso il risparmio energetico. Nel 2006 sono inoltre state comminate a Sanpaolo IMI tre sanzioni amministrative per non compliance a norme ambientali per un totale di circa 46.000 euro.

### Mobility management

Una migliore organizzazione della mobilità può contribuire a ridurre i livelli di congestione del traffico urbano e di inquinamento atmosferico, con conseguenti vantaggi a livello ambientale, sociale ed economico. In tale ambito, sia le aziende sia i singoli lavoratori giocano un ruolo importante. Per questo motivo il Mobility Manager di Sanpaolo IMI, con un approccio basato sull'informazione, il coinvolgimento, il coordinamento e l'organizzazione del lavoro, persegue l'obiettivo di incoraggiare gli individui e le organizzazioni all'uso efficiente ed integrato di tutti gli strumenti a disposizione (mezzi di trasporto, tecnologie, modelli organizzativi), orientandoli alla scelta di modalità sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale.

Nelle città italiane ove per il Gruppo operano almeno 800 dipendenti è stato nominato un responsabile della mobilità per ognuna delle aziende con presenza di dimensioni significative: Sanpaolo IMI, Banca IMI, Eurizon Capital SGR e Leasint a Milano; Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo a Padova; Cassa di Risparmio di Venezia a Venezia Mestre, Cassa di Risparmio in Bologna e Neos Banca a Bologna; Sanpaolo IMI a Roma, Sanpaolo Banco di Napoli a Napoli. Tali figure si affiancano al Mobility Manager della Capogruppo che cura le logiche organizzative generali e coordina l'azione delle singole realtà, oltre a mantenere il presidio diretto sulle attività per la città di Torino.

Nel 2006 a Torino è stato varato il Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro per il Palazzo Uffici di Via Lugaresi: si tratta di un documento programmatico di progettazione e di attuazione di iniziative per la mobilità sostenibile, finalizzato alla riduzione dell'uso dei mezzi

di trasporto privato individuale. Partendo da una fase informativa e di analisi, svolta anche attraverso questionari rivolti ai circa 630 dipendenti che operano nel palazzo in oggetto, sono state individuate cinque proposte programmatiche: promozione dell'uso delle biciclette, incentivazioni al car pooling, interventi sulle autovetture di servizio, collaborazione con il Comune di Torino ed il Gruppo Torinese Trasporti (GTT), rafforzamento degli strumenti di divulgazione delle informazioni.

Processi analoghi sono stati avviati - coordinandosi con gli Enti Locali competenti - in tutte le altre sopra citate realtà del Gruppo; in particolare, a Milano (in tre delle quattro società prese in esame) e a Mestre sono state svolte indagini attraverso questionari rivolti alle rispettive popolazioni aziendali per un totale di oltre 1.300 dipendenti.

Va inoltre ricordato il successo di un progetto che ha permesso ad Eurizon Capital SGR di ottenere una menzione speciale nell'ambito del Premio Città Amiche della Bicicletta organizzato da Euromobility, la cui premiazione si è tenuta a novembre a Rimini nel corso della decima edizione di Ecomondo. L'intervento ha riguardato la realizzazione di un parcheggio per un numero complessivo di oltre 70 biciclette o motocicli nella sede di Milano. L'obiettivo è quello di diffondere ed incentivare l'abitudine all'utilizzo della bicicletta, rimuovendo alcuni tra i principali ostacoli alla scelta di tale modalità di trasporto, grazie all'utilizzo di un parcheggio privato che protegge sia dal rischio di furto sia dagli agenti atmosferici.

*Il Mobility Manager  
di Sanpaolo IMI, con un approccio  
basato sull'informazione,  
il coinvolgimento, il coordinamento  
e l'organizzazione del lavoro, persegue  
l'obiettivo di incoraggiare gli individui  
e le organizzazioni all'uso efficiente  
ed integrato di tutti gli strumenti  
a disposizione orientandoli alla scelta  
di modalità sostenibili dal punto  
di vista ambientale e sociale*

## Aspetti ambientali indiretti

### Il sostegno alle energie rinnovabili

Il Gruppo è orientato a sostenere l'efficienza energetica e lo sviluppo del variegato settore delle energie da fonti rinnovabili con iniziative nelle diverse aree di attività.

Tale orientamento si concretizza sia nella creazione di appositi strumenti di finanziamento per imprese e per privati sia tramite l'attività di supporto nella valutazione tecnica ed economica dei progetti più complessi e innovativi da parte di FIN.OPI, la Finanziaria per le Opere Pubbliche e le Infrastrutture del Gruppo.

Nel 2006 sono state lanciate diverse linee di prodotto a supporto degli investimenti per la razionalizzazione dei consumi, la diversificazione delle fonti e la produzione di energie rinnovabili ed alternative. In particolare è stato lanciato un nuovo prodotto dedicato al sostegno di investimenti delle imprese che intendono realizzare interventi aventi per scopo il risparmio energetico o lo sfruttamento delle fonti rinnovabili. A questo si affiancano altri finanziamenti dedicati alle piccole imprese che intendono realizzare impianti per la produzione ed eventuale vendita di energia ottenuta da fonti rinnovabili (collettori solari termici, impianti fotovoltaici, impianti di



Daniela Gagliardi

*Nel 2006 sono state lanciate diverse linee di prodotto a supporto degli investimenti per la razionalizzazione dei consumi, la diversificazione delle fonti e la produzione di energie rinnovabili ed alternative*

produzione di energia da biomassa, impianti di cogenerazione, impianti distributivi) ed un prodotto rivolto in particolare alle imprese agricole e agrituristiche. Per quanto riguarda i clienti privati, Sanpaolo IMI offre un prestito personale per progettare ed installare presso l'abitazione pannelli solari fotovoltaici.

Ancora nell'ambito delle iniziative per sostenere il risparmio energetico, Sanpaolo IMI offre un finanziamento alle imprese del settore edilizio che costruiscono con i criteri dell'edilizia sostenibile. In particolare, vengono offerti tassi e condizioni di favore per le costruzioni che già nella fase progettuale rispondono ai criteri di sostenibilità previsti dal Protocollo Itaca per la valutazione della qualità energetica ed ambientale di un edificio (certificazione sviluppata da un gruppo di lavoro interregionale in materia di bioedilizia). Le particolari condizioni sono riservate sia all'impresa, nella fase di cantiere sulle erogazioni retail, sia agli acquirenti privati nella fase di accollo del mutuo. Tramite FIN.OPI, società del Gruppo con funzioni di equity investor nell'ambito del settore pubblico e del partenariato pubblico-privato, vengono monitorate costantemente le opportunità di investimento nel comparto delle energie rinnovabili, sia nei più tradizionali settori eolico e mini-idroelettrico, sia in quelli della produzione di energia da fonte fotovoltaica, da biomasse e biogas. Il Nucleo Utilities e Ambiente è l'unità specialistica dedicata allo scopo. FIN.OPI si propone in particolare di svolgere un ruolo di partner finanziario di operatori industriali nello sviluppo di progetti per la produzione di energia da fonti rinnovabili. A tal riguardo nel corso del 2006 sono state avviate alcune iniziative per la strutturazione di società-veicolo a ciò dedicate, con lo scopo di acquisirne partecipazioni di minoranza. Tali iniziative sono state condotte a fianco di primari operatori nazionali nei relativi settori d'intervento.

FIN.OPI si propone altresì di partecipare al mercato dei diritti di emissione nato a seguito dell'entrata in vigore del Protocollo di Kyoto e della Direttiva dell'Unione Europea Emission Trading Scheme (ETS), che ne ha anticipato gli effetti all'interno degli Stati Membri in termini di impegno alla riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra. A tal fine è stata avviata, in partnership con un primario operatore energetico nazionale, un'attività di monitoraggio di progetti per la riduzione delle emissioni in Marocco, Tunisia e Brasile (rientranti nel Clean Development



Mechanism), con lo scopo di strutturare un veicolo per l'ottenimento di Certified Emission Reduction (CER). Inoltre, è stata avviata nel corso del 2006 un'attività di consulenza per la valutazione economico-finanziaria dei progetti nel settore dell'energia rinnovabile, a supporto delle delibere di finanziamento di alcune business unit del Gruppo. A completamento del servizio specialistico offerto è stata anche svolta un'attività di formazione a beneficio delle unità del Gruppo interessate. FIN.OPI ha infine proceduto a dicembre 2006, unica società appartenente a un network bancario, all'affiliazione all'Associazione Produttori Energia da Fonti Rinnovabili (APER), che con oltre 300 operatori associati rappresenta un punto di riferimento nazionale di orientamento normativo e di mercato per gli operatori nelle fonti rinnovabili, nonché un centro di discussione d'eccellenza sul tema energetico.

#### Equator Principles

All'inizio del 2006 il Gruppo ha aderito agli Equator Principles, un insieme di linee guida internazionali ad adesione volontaria per l'attività di project financing, sviluppate da un gruppo di banche internazionali sulla base dei criteri dell'IFC (International Finance Corporation), sussidiaria della Banca Mondiale. Gli Equator Principles sono diretti a riconoscere e gestire i profili di rischio sociale e ambientale al fine di assicurare che i prodotti finanziati, con particolare riferimento alle operazioni di grande impatto ambientale quali gasdotti, dighe o centrali energetiche, vengano realizzati in un'ottica di responsabilità sociale e nel rispetto delle migliori pratiche per quanto riguarda, per esempio, la protezione della salute e della sicurezza umana, il rispetto dei diritti umani, gli aspetti relativi al lavoro nei cantieri, la protezione del patrimonio culturale e della biodiversità, gli impatti socio-economici sulle comunità locali. Gli Equator Principles vengono applicati a tutte le operazioni internazionali di project financing per un importo pari o superiore ai 10 milioni di dollari. In particolare Sanpaolo IMI partecipa a progetti di significativo impatto socio-ambientale solo quando sono coinvolti nell'operazione diversi istituti internazionali che aderiscono agli Equator Principles ed enti internazionali come la stessa IFC. Ciò garantisce l'esigenza comune a tutti i finanziatori di rispettare tali principi. La verifica della rispondenza del progetto agli standard richiesti dagli Equator Principles è demandata ad un consulente terzo indipendente. Tali indagini sono preliminari alla stipula del finanziamento e definiscono una condizione senza la quale il progetto non può procedere. Il monitoraggio è inoltre mantenuto anche in

fase di realizzazione del progetto: qualora si rilevassero difformità rispetto agli Equator Principles, i finanziatori chiederebbero allo stesso consulente di indicare possibili soluzioni, obbligando quindi il prestatore ad adeguarsi immediatamente.

#### Rischio ambientale

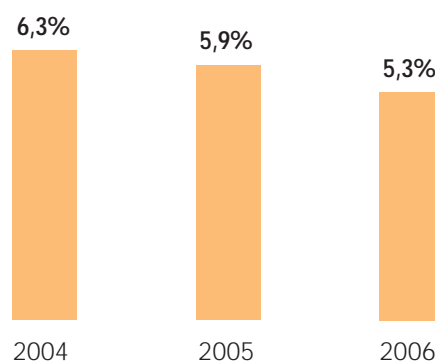
Ogni anno viene rilevato un indicatore di rischio ambientale che indica la percentuale di impieghi utilizzati da imprese classificate come appartenenti a determinati settori di attività produttiva ad alto rischio ambientale. Tale classificazione segue le indicazioni fornite dalla Banca Europea per la Ricostruzione e lo Sviluppo (BERS) nel suo manuale per la gestione del rischio ambientale in cui vengono individuate 24 categorie di attività produttiva (Environmental screening categories) ad alto impatto ambientale. Per l'individuazione degli impieghi da considerare a rischio ambientale le categorie di attività produttiva individuate dalla BERS sono state "mappate" nei rami e sotto-rami di attività economica utilizzati nelle classificazioni interne per associare un settore produttivo alle diverse controparti. È stato considerato l'intero portafoglio impieghi delle Banche commerciali del Gruppo escludendo solo le esposizioni che non superano una soglia di materialità individuata, in maniera estremamente conservativa, in un'utilizzato pari a mille euro.

I rami di attività economica individuati in tal modo sono 29 (ad esempio il settore Edilizie e Opere Pubbliche, gli articoli di carta, i prodotti della petrolchimica, l'energia elettrica, le conchiglie, le fibre artificiali e sintetiche, ecc.).

L'indicatore ambientale rappresenta dunque la percentuale di impieghi utilizzati in settori di attività economica ad elevato rischio ambientale sul totale degli impieghi delle Banche commerciali.

#### IMPIEGHI AD ALTO RISCHIO AMBIENTALE

(% del totale portafoglio impieghi delle Banche commerciali)







Obiettivi di miglioramento



## OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Gli obiettivi di miglioramento che presentiamo, distinti per ciascuno stakeholder, verranno attuati nell'ambito del Piano d'Impresa 2007-2009. Il livello di attuazione degli stessi sarà modulato sulle diverse realtà territoriali, sia in Italia che all'estero, nel rispetto del valore delle specificità locali e del principio di autoresponsabilizzazione di tutte le strutture dichiarati nel Codice Etico del Gruppo Intesa Sanpaolo. Per far sì che i valori espressi nel Codice Etico si concretizzino sempre più nei progetti aziendali e nei comportamenti di ciascuno, utilizzeremo tutti i canali formativi e informativi per ottenere un massimo livello di conoscenza e condivisione degli stessi, sia presso i

collaboratori sia presso tutti gli altri stakeholder. Rendiconteremo anno per anno il livello di attuazione dei progetti nell'ambito di questo quadro organico, consolidando la pratica di engagement per coinvolgere nella definizione delle priorità d'azione i nostri interlocutori impegnandoci a dare ampia diffusione al bilancio sociale. Infine, nell'ambito della rendicontazione del prossimo bilancio sociale, ci poniamo quale obiettivo l'estensione e l'affinamento dei processi per la raccolta dei dati all'interno del Gruppo Intesa Sanpaolo e una più ampia copertura delle informazioni sulle attività che presentano margini di miglioramento.



### CLIENTI



**Rafforzare modalità di ascolto e dialogo efficaci che consentano di mantenere vivo con la clientela un rapporto duraturo basato sulla reciproca fiducia**

- Istituire momenti di assessment e di ascolto sul territorio, per recepire le aspettative dei clienti sia in termini di offerta che di qualità del servizio e approfondire i temi sensibili e rilevanti per orientare la strategia di sostenibilità della Banca: rafforzamento delle indagini di customer satisfaction (estendendole anche alle banche estere), sistematizzazione di focus group sul raggiungimento degli obiettivi aziendali, coinvolgimento delle associazioni dei consumatori nella fase di progettazione di nuovi prodotti/servizi, estensione delle relazioni a livello locale con tali associazioni, rafforzamento del rapporto banca/impresa attraverso incontri mirati sul territorio con associazioni locali e imprenditoriali.
- Migliorare la gestione delle controversie e dei reclami: ampliamento a livello nazionale dell'accordo sulla conciliazione e dei tavoli permanenti con le associazioni dei consumatori, diffusione alle diverse strutture aziendali di report periodici sulle principali tematiche di reclamo.
- Garantire semplicità e trasparenza nella comunicazione: rielaborazione e semplificazione delle comunicazioni inviate, miglioramento del contenuto e della fruibilità del sito Internet di Gruppo, sviluppo di un piano di comunicazione sui valori aziendali, sulle policy adottate e sulle realizzazioni.



**Promuovere il ruolo di Banca dell'innovazione e dell'eccellenza del servizio ponendo al centro degli obiettivi aziendali la qualità della relazione con il cliente in una prospettiva di lungo periodo**



- Assicurare ai nostri clienti una consulenza finanziaria di qualità per assisterli nelle loro scelte di investimento e favorirne la consapevolezza d'acquisto: per la clientela retail questo significa arricchire le attività di profilazione per determinarne il corretto profilo di rischio e promuovere iniziative di acculturazione in partnership con le associazioni dei consumatori; per le imprese, aumentare i momenti di incontro sul territorio e lo sviluppo di canali divulgativi.
- Estendere all'intero Gruppo specifiche policy e linee guida operative interne per orientare i comportamenti aziendali al mantenimento di relazioni di lungo periodo e per rispondere in maniera coerente ai nostri valori: Linee Guida nel collocamento di prodotti finanziari ai clienti retail, Commercial Policy Imprese, Linee Guida per l'internazionalizzazione delle imprese e i progetti di delocalizzazione secondo criteri di sostenibilità, Policy sui derivati, Policy sulla limitazione delle attività nel settore degli armamenti.
- Favorire l'accessibilità ai servizi: investimenti tecnologici e immobiliari per rendere più efficienti le procedure e più efficaci ed efficienti i canali diretti e fisici, agevolando i portatori di diverse abilità (estensione del nuovo layout di filiale), piano di apertura filiali nelle province a minore copertura.





### **Diversificare l'offerta commerciale puntando a prodotti/servizi di qualità e mantenendo una particolare attenzione al contenimento dei costi**

- Perseguire un continuo miglioramento della qualità del servizio offerto, sia in termini di prodotti disponibili sia nell'ambito della relazione con i clienti, mantenendo una particolare attenzione al contenimento dei costi: rinnovo dell'offerta nell'ottica di offrire i migliori prodotti e servizi disponibili sul mercato alle condizioni più favorevoli; aumento significativo delle persone dedicate alla relazione con il cliente; adozione di un sistema di gestione PattiChiari per determinare processi stabili e monitorabili attraverso indicatori oggettivi.
- Modulare l'offerta commerciale con riferimento alle specificità delle realtà locali, dei segmenti di clientela e all'inclusione finanziaria dei soggetti deboli: adozione per l'intero Gruppo del modello "Banca dei Territori" che prevede tra i suoi obiettivi un forte radicamento locale e la valorizzazione della specializzazione del servizio; definizione di proposte commerciali a condizioni economiche vantaggiose e trasparenti sia per la gestione del risparmio (es. fondi garantiti, gestione investimenti per la terza età) che per l'offerta delle migliori soluzioni di finanziamento per la famiglia e per nuove fasce sociali (es. pensionati, studenti universitari, lavoratori atipici, lavoratori cassaintegrati, anziani disabili, immigrati).



### **Promuovere l'interesse generale del Paese in collaborazione con gli attori dei territori nei quali operiamo**

- Promuovere il ruolo della Banca come punto di riferimento del sistema imprenditoriale, a sostegno dell'innovazione, internazionalizzazione e della competitività delle imprese: progetti volti a favorire l'innovazione tecnologica delle imprese in partnership con centri di ricerca applicata per la valutazione delle iniziative sia in Italia che presso le Banche estere del Gruppo; sostegno alle imprese nel reperimento di capitali per lo sviluppo mediante il collocamento al MAC (mercato dei capitali dedicato alla piccola e media impresa); sviluppo di fondi di private equity nei settori a rilevante impatto socio-ambientale.
- Contribuire all'ammodernamento dello Stato e della Pubblica Amministrazione: progetti a supporto dello sviluppo delle infrastrutture del Paese; promozione dell'innovazione della Pubblica Amministrazione.



## COLLABORATORI

### **Promuovere la coesione aziendale e garantire trasparenza nelle relazioni con i collaboratori attraverso tutti gli strumenti di comunicazione interna e le occasioni di ascolto e dialogo**

- Realizzare iniziative di integrazione culturale attraverso specifici programmi di formazione manageriale per consolidare l'identità, il patrimonio di valori, la cultura e i comportamenti aziendali.
- Migliorare la qualità della leadership dei capi, perchè siano capaci di una vicinanza autentica che supporti le persone nel cambiamento e favorisca l'interiorizzazione dei valori del Gruppo.
- Incrementare le iniziative di comunicazione per coinvolgere le persone, migliorando i livelli di comunicazione sulle strategie della Banca e integrando gli strumenti di comunicazione interna (nuovo giornale aziendale, intranet, WEB-TV).
- Perfezionare i meccanismi utilizzati per l'ascolto e l'assessment dei collaboratori e delle organizzazioni sindacali (focus group, indagini mirate, contact center multimediale, nuovi forum tematici) programmando anche meccanismi di feed-back.



### **Valorizzare le professionalità di tutti i collaboratori e promuovere il loro sviluppo personale e professionale tenendo in considerazione le specificità individuali e il contesto territoriale di riferimento**

- Improntare l'azione formativa quale leva strategica a sostegno del cambiamento finalizzata a favorire l'innovazione e la crescita anche verso una dimensione internazionale.
- Sostenere l'evoluzione e la crescita delle competenze professionali e manageriali attraverso un articolato piano formativo specializzato per professionalità ed esigenze del business (percorsi formativi al ruolo, nuovi orientamenti professionali, piani formativi mirati).
- Supportare la riconversione professionale e la valorizzazione dell'esperienza attraverso azioni specifiche finalizzate a diffondere una cultura di impresa basata sull'apprendimento continuo e sul riallineamento costante delle competenze.
- Estendere e diffondere lo strumento del "job posting" per agevolare la diffusione delle politiche di mobilità interna.

- Definire iniziative di valorizzazione verso specifiche comunità aziendali (giovani, risorse chiave, talenti) accompagnando la crescita personale e professionale delle persone.
- Identificare le criticità nei percorsi di sviluppo femminili, promuovere soluzioni innovative per creare una cultura della valorizzazione delle donne anche attraverso l'attivazione della Commissione paritetica "Pari opportunità" e la collaborazione di esperti esterni.
- Progettare e realizzare un sistema di misurazione dell'efficacia degli investimenti nella formazione per adeguare costantemente l'offerta formativa alle esigenze rilevate, far evolvere le metodologie, i canali e i processi formativi verso nuove tecnologie per supportare l'apprendimento e l'efficacia degli interventi.
- Attivare con le organizzazioni sindacali l'Organismo paritetico sulla formazione per coinvolgere i rappresentanti dei lavoratori nello studio, nell'analisi e nella ricerca su formazione e riqualificazione professionale.



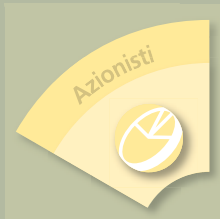
**Adottare sistemi di valutazione delle posizioni, delle prestazioni e del potenziale equi e trasparenti, introdurre sistemi di incentivazione che valorizzino il merito individuale e di squadra**

- Implementare una piattaforma per la gestione integrata dei sistemi che supportano le diverse iniziative di gestione e sviluppo professionale delle persone fondate sulla cultura del merito e sul rafforzamento della motivazione.
- Sviluppare iniziative formative per accrescere il significato del processo di valutazione e motivare i responsabili alla cultura del feed back verso i collaboratori per cogliere le opportunità rappresentate dal dialogo e dall'ascolto.
- Definire un nuovo modello di competenze manageriali ispirato ai valori del Gruppo e prevedere nei sistemi di valutazione manageriale elementi che valorizzino le componenti del capitale intellettuale.
- Definire i trattamenti retributivi in un'ottica di equità interna, di competitività con il mercato e di razionalizzazione dei costi del personale.
- Adottare sistemi incentivanti differenziati per aree di business in grado di valorizzare i contributi di ciascuno, prevedendo l'assegnazione di obiettivi possibili e raggiungibili anche di tipo qualitativo (quali, ad esempio, la soddisfazione del cliente), per orientare verso il raggiungimento di risultati d'eccellenza.

- Raccogliere e analizzare i bisogni qualitativi delle unità organizzative per valutare l'attivazione di processi interni di job rotation e presidiare la corretta allocazione delle risorse.

**Adottare politiche e offrire condizioni per sviluppare un ambiente lavorativo di qualità per tutti i collaboratori**

- Sviluppare e implementare applicazioni in grado di migliorare sempre più e semplificare l'accessibilità delle informazioni da parte delle persone.
- Armonizzare le principali normative con l'obiettivo di creare regole di riferimento comuni e favorire una rapida integrazione delle strutture anche in un'ottica di semplificazione dei processi di gestione delle persone.
- Attivare con le organizzazioni sindacali l'Osservatorio in materia di Sviluppo Sostenibile e Sicurezza per prevenire e superare possibili criticità nello svolgimento dell'attività commerciale e in materia di sicurezza fisica.
- Adottare politiche/pratiche che favoriscano il bilanciamento delle esigenze della vita lavorativa e di quella privata attraverso iniziative di formazione finalizzate a sensibilizzare il management sull'uso consapevole degli strumenti disponibili (part time, congedi parentali, flessibilità).
- Mantenere sempre alta l'attenzione verso la tutela della salute e della sicurezza elaborando processi e sviluppando strumenti informatici e buone prassi per la gestione ottimale del sistema integrato ambiente, salute e sicurezza.
- Realizzare progetti per la promozione della salute dei collaboratori.
- Migliorare l'integrazione del personale diversamente abile individuando soluzioni ottimali negli ambienti di lavoro, nella gestione degli spazi e negli strumenti di relazione.



## AZIONISTI

### Attenzione alla crescita del ritorno dell'investimento dei nostri azionisti

- Gli azionisti (dagli istituzionali ai singoli privati) potranno contare su una Banca solida, con livelli di efficienza al vertice europeo, ambiziosi programmi di crescita in tutti i settori e una visione lungimirante che non trascurerà nessuna occasione né interna né esterna di sviluppo e di creazione di valore.
- Il Piano d'Impresa 2007-2009 prevede obiettivi di rendimento per gli azionisti molto ambiziosi (18 miliardi di euro di dividendi complessivi e un rendimento complessivo delle azioni Intesa Sanpaolo nel periodo pari ad almeno il 52%).
- Garantire la massima trasparenza e tempestività nella comunicazione al mercato, impegnandosi in un continuo miglioramento del contenuto e della fruibilità del sito internet istituzionale.



## FORNITORI

### Assicurare trasparenza e correttezza nel processo di selezione dei fornitori e improntare il rapporto di collaborazione al dialogo e alla fiducia reciproca

- Implementare ed estendere al Gruppo il Portale Acquisti e l'utilizzo di gare on line; sviluppare e integrare l'Albo dei fornitori; attivare azioni per migliorare i tempi di pagamento stabiliti dai contratti.
- Definire piani di Supplier Satisfaction affinché la relazione Banca/Fornitore porti benefici reciproci. Temi di indagine possono essere: rispetto dei termini di pagamento definiti dal contratto, grado di trasparenza nella relazione, comunicazione efficace.



### Promuovere la sostenibilità ambientale dei fornitori per ridurre l'impatto lungo la catena di fornitura

- Qualificare i fornitori in base a requisiti ambientali e sociali, definiti anche sulla base di standard internazionali e certificazioni.
- Migliorare l'approccio al processo di approvvigionamento al fine di ridurre gli impatti ambientali (mezzi/sistemi di consegna che riducano il consumo di energia, preferenza per i fornitori locali, ecc.).





## AMBIENTE

### **Promuovere l'uso responsabile delle risorse ambientali: efficiente utilizzo dell'energia, ottimizzazione dell'impiego di carta e corretta gestione dei rifiuti**

- Estendere il sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001 a nuovi siti.
- Adottare soluzioni di maggiore efficienza energetica in occasione di ristrutturazioni e nuovi allestimenti ed effettuare costanti manutenzioni di tutti gli impianti, prevedendo anche specifiche contrattuali volte a coinvolgere le ditte appaltatrici nel raggiungimento degli obiettivi di efficienza energetica: migliorare le tecnologie e le modalità di gestione dell'illuminazione degli edifici ed estendere progressivamente l'adesione al programma europeo GreenLight; diffondere la modalità di spegnimento notturno delle postazioni di lavoro informatizzate (PC), con concentrazione del flusso dati in determinati e limitati orari notturni; completare la sostituzione dei monitor a tubo catodico con monitor a schermo piatto.
- Ridurre progressivamente le emissioni di anidride carbonica: estendere il numero di punti operativi alimentati con energia elettrica da fonte rinnovabile (energia idroelettrica); utilizzare prevalentemente gas naturale per il riscaldamento; impiegare presso i centri di calcolo impianti di recupero del calore prodotto dagli elaboratori elettronici e impianti di cogenerazione/trigenerazione (produzione contemporanea di elettricità, calore e freddo utilizzando un solo combustibile); utilizzare nei punti operativi pompe di calore in sostituzione di caldaie tradizionali o caldaie a condensazione; estendere l'iniziativa del Mobility Management ad altre province e acquistare automezzi a basso impatto ambientale.
- Ridurre i consumi di carta ed estendere l'uso di carta ecologica (intesa sia come riciclata sia come ottenuta da lavorazioni a basso impatto ambientale), anche per la pubblicazione della reportistica periodica obbligatoria.



**Acquisti verdi:** applicare standard di acquisto in linea con il principio di eco-compatibilità anche allo scopo di una conseguente minor produzione di rifiuti.

- Rifiuti: introdurre azioni di verifica per individuare interventi di miglioramento; ottimizzare le procedure di smaltimento.
- Acqua: adottare soluzioni tecnologiche che limitino l'utilizzo di risorse idriche.



### **Tenere in considerazione il rischio ambientale nella valutazione del merito creditizio**

- Integrare modalità di valutazione del rischio socio-ambientale all'interno della complessiva valutazione del merito creditizio.
- Implementare gli Equator Principles nelle operazioni di Project Finance internazionale: sviluppare strumenti e procedure per la classificazione dei progetti in categorie di rischio e per il loro monitoraggio.

### **Promuovere la sostenibilità ambientale attraverso l'offerta di prodotti e servizi specifici e la partecipazione a iniziative nel campo della sostenibilità ambientale**

- Ampliare l'offerta di prodotti di finanziamento nel comparto energetico a sostegno dell'energia pulita, dell'efficienza energetica e della bioedilizia; continuare l'attività di supporto nella valutazione tecnica ed economica dei progetti più complessi o innovativi nel settore energetico sviluppati dal settore pubblico o in partenariato pubblico/privato; lanciare nuovi prodotti per il finanziamento di centrali per la produzione di energia da fonti rinnovabili (centrali idroelettriche, parchi eolici, produzione di energia da biomasse, pannelli fotovoltaici).
- Partecipare a iniziative legate alla tutela dell'ambiente (es. fondi della Carbon Finance, partnership promosse dal Ministero dell'Ambiente, quali ad es. il Kyoto Club).



### **Ampliare formazione, informazione e sensibilizzazione del personale su temi ambientali**

- Sensibilizzare i collaboratori su specifici ambiti: utilizzo responsabile delle risorse (es. distribuzione della guida "Salva l'ambiente con un click" di ABI Energia); Equator Principles e considerazione del rischio ambientale nella concessione del credito; cambiamento climatico (corsi di formazione per le figure coinvolte).



## COMUNITÀ



### **Sostenere il terzo settore e l'inclusione finanziaria dei soggetti deboli**

- Avviare le attività di una banca specializzata per il settore delle imprese sociali che operi unendo la focalizzazione e il livello di servizio di una struttura dedicata, la forza e il radicamento del nostro gruppo bancario e le caratteristiche di una non profit al fine di sostenere il terzo settore in interventi di utilità comune.



### **Supportare iniziative di solidarietà sociale nazionale e internazionale**

- Sostenere progetti in partnership con il terzo settore per interventi di solidarietà internazionale.
- Erogare donazioni a sostegno delle comunità sociali bisognose sulla base di un'apposita policy a livello di Gruppo; sviluppare sistemi di coinvolgimento degli stakeholder nei principali progetti sostenuti (es. volontariato aziendale).

### **Sostenere iniziative in campo culturale, musicale, sportivo e della salvaguardia del patrimonio artistico**

- Implementare una policy di Gruppo che fissi le linee guida delle attività di sponsorizzazione; promuovere la salvaguardia e la pubblica fruizione del patrimonio d'arte del Gruppo; intervenire in partnership con istituzioni di eccellenza a favore della valorizzazione dei beni culturali del Paese.

# Attestazione di conformità da parte di PricewaterhouseCoopers



PricewaterhouseCoopers SpA

## ATTESTAZIONE DI CONFORMITA'

Agli Azionisti di  
Intesa Sanpaolo S.p.A.

- 1 Abbiamo svolto alcune verifiche ed analisi di conformità sul Bilancio Sociale 2006 (di seguito il "Bilancio") del Gruppo Sanpaolo IMI (di seguito il "Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2006 effettuando le procedure di verifica sinteticamente descritte al paragrafo 3 della presente relazione.
- 2 Il nostro esame è stato condotto secondo i principi e le indicazioni contenute nell'"International Standard on Assurance Engagements 3000" (ISAE3000) dell'International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB), applicabili nella fattispecie. L'attività è stata svolta al fine di valutare, secondo i principi di un *limited assurance engagement*, l'affermazione riportata nel paragrafo "Introduzione e nota metodologica", secondo cui il Bilancio è stato predisposto con riferimento alle Sustainability Reporting Guidelines – GRI (Global Reporting Initiative, version 3.0 Application level B+) e considerando le linee guida di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito ("Il rendiconto agli stakeholder: una guida per le banche") elaborato dall'ABI. La responsabilità dell'approvazione del Bilancio in accordo con le menzionate linee guida compete ai Consiglieri di Intesa Sanpaolo S.p.A. mentre è nostra la responsabilità di attestarne la conformità a detti principi.
- 3 Allo scopo di poter valutare l'affermazione richiamata nel paragrafo 2, sono state svolte le procedure di verifica così sinteticamente descritte:
  - verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati ed alle informazioni riportate nel Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2006;
  - analisi delle modalità di rilevazione e gestione dei dati quantitativi e qualitativi tramite:
    - incontri con i delegati delle Direzioni di Intesa Sanpaolo S.p.A.,
    - interviste con i delegati delle Direzioni di Banca OPI S.p.A. e di Eurizon Capital SGR S.p.A., per ottenere una generale comprensione delle procedure che supportano la raccolta e la

Sede legale e amministrativa: Milano 20149 Via Morillo Rosa 91 Tel. 0277851 Fax 027785240 Cap. Soc. 3.754.400,00 Euro i.v., C.F. e P. IVA e Reg. Imp. Milano 12979880155 Iscritta al n. 43 dell'Albo Consob – Altri Uffici: Bari 70125 Viale della Repubblica 110 Tel. 0805429863 – Bologna 40122 Via delle Lame 111 Tel. 051520011 – Brescia 25124 Via Celadonna 20 Tel. 0302219811 – Firenze 50129 Viale Milton 65 Tel. 0554627100 – Genova 16121 Piazza Dante 7 Tel. 01029041 – Napoli 80121 Piazza del Martiri 30 Tel. 0817644441 – Padova 35137 Largo Europa 18 Tel. 0498762677 – Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091349737 – Parma 43100 Viale Tassara 20/A Tel. 0521242848 – Roma 00154 Largo Fochetti 28 Tel. 06570251 – Torino 10129 Corso Montevaccini 37 Tel. 011556771 – Trento 38100 Via Grazioli 73 Tel. 0461237004 – Treviso 31100 Viale Feltrinesi 80 Tel. 0422689011 – Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 – Udine 33100 Via Poppoli 43 Tel. 043225789 – Verona 37122 Corso Porta Nuova 125 Tel. 0458002561



- successiva gestione dei dati trasmessi alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;
  - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, per ottenere conferma sull'attendibilità dei dati e delle informazioni acquisite attraverso gli incontri e le interviste e conferma del loro corretto trattamento;
  - analisi della completezza e della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida di riferimento sopra evidenziate;
  - ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Intesa Sanpaolo S.p.A., sull'attendibilità e completezza del Bilancio e delle informazioni e dati in esso contenuti.
- 4 Per i risultati relativi alle analisi e verifiche di conformità effettuate sui dati e sulle informazioni dell'esercizio 2005 presenti nel Bilancio a fini comparativi, si rimanda all'attestazione di conformità da noi emessa in data 11 aprile 2006 sul Bilancio Sociale 2005.
- 5 Sulla base di quanto svolto, non siamo venuti a conoscenza di aspetti che ci facciano ritenere che il Bilancio al 31 dicembre 2006 del Gruppo non sia conforme ai principi di redazione così come riportati nel paragrafo "Introduzione e nota metodologica" dello stesso. Inoltre, i dati di carattere economico-finanziario del Bilancio corrispondono a quelli del Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2006, gli altri dati ed informazioni sono coerenti con la documentazione interna disponibile e il livello di applicazione adottato corrisponde al "B+".

Torino, 2 luglio 2007

PricewaterhouseCoopers SpA

Giovanni Ferraioli  
(Partner)

A photograph of a volcanic eruption. A large, billowing plume of ash and smoke rises from a dark, conical volcano into a clear blue sky. The eruption is characterized by a massive, bright orange and red fireball at the base of the plume, with numerous smaller, glowing lava spatters falling from the sky. The foreground is dark, suggesting the shadow of the volcano or the surrounding landscape.

Allegati





## Livello di applicazione delle linee guida G3 del GRI

Livello di applicazione	C	C+	B	B+	A	A+
<b>INFORMATIVA STANDARD</b>						
Profilo	Rendicontazione su i seguenti indicatori: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1-4.4, 4.14-4.15	RENDICONTAZIONE SOTTOPOSTA A REVISIONE ESTERNA	Rendicontazione su tutti gli indicatori previsti per il livello C e su: 1.2 3.9, 3.13 4.5-4.13, 4.16-4.17	RENDICONTAZIONE SOTTOPOSTA A REVISIONE ESTERNA	Rendicontazione come richiesta per il livello B.	RENDICONTAZIONE SOTTOPOSTA A REVISIONE ESTERNA
Modalità di gestione	Non richiesta		Rendicontazione sulle modalità di gestione per ciascuna categoria di indicatori.		Rendicontazione sulle modalità di gestione per ciascuna categoria di indicatori.	
Indicatori di performance e indicatori di performance dei supplementi di settore	Rendicontazione su un minimo di 10 Indicatori di Performance, comprendenti almeno un indicatore per ciascuna delle seguenti categorie: sociale, economica, ambientale.		Rendicontazione su un minimo di 20 Indicatori di Performance, comprendenti almeno un indicatore per ciascuna delle seguenti categorie: economica, ambientale, lavoro, diritti umani, società, responsabilità di prodotto.		Nell'ambito di una attenta applicazione del principio della materialità, è fornita informativa su tutti gli Indicatori core G3, e gli Indicatori dei Supplementi di Settore*, alternativamente: a) rendicontando sull'indicatore, b) illustrando le ragioni dell'omissione.	

\* Versione finale dei Supplementi di Settore



# Prospetto degli indicatori e dei contenuti

Indicatore GRI coperto	●
Indicatore GRI parzialmente coperto	◐
Indicatore non GRI	▲
GRI sector supplements	SS


## PROFILO

Descrizione	Indicatore GRI	Copertura indicatore	Pagina	Commenti
<b>STRATEGIA E ANALISI</b>				
Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	1.1	●	8-9	
Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità	1.2	●	20; 33; 88-91; 116-123	
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>				
Nome dell'organizzazione	2.1	●	Copertina	
Principali marchi, prodotti e/o servizi	2.2	●	18-19; 21-27	
Struttura operativa dell'organizzazione, considerando anche principali divisioni, aziende operative, controllate e joint-venture	2.3	●	18-35	
Luogo dove ha sede il quartier generale dell'organizzazione	2.4	●	Frontespizio	
Numero di paesi nei quali opera l'organizzazione, nome dei paesi nei quali l'organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report	2.5	●	21-27	
Assetto proprietario e forma legale	2.6	●	28; 32	
Mercati serviti (includendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)	2.7	●	21-27	
Quote di mercato operatività Italia: - sportelli (dettaglio per Regione) - raccolta (quota di mercato nazionale) - impieghi (dettaglio per Regione)	2.7	▲	21	
Dimensione dell'organizzazione	2.8	●		
Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione.	2.9	●	21	
Premi/riconoscimenti ricevuti nel periodo di rendicontazione	2.10	●	18-19; 21-33; 72-73	
<b>PARAMETRI DEL REPORT</b>				
Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	3.1	●	107	
Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	3.2	●	10-11	Il Bilancio Sociale 2005 è stato pubblicato ad aprile 2006
Periodicità di rendicontazione	3.3	●	10-11	
Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	3.4	●	Seconda di copertina	
Processo per la definizione dei contenuti o del report inclusi: - determinazione della rilevanza - priorità degli argomenti all'interno del report - individuazione degli stakeholder a cui è rivolto il report	3.5	●	10-11	

## PROFILO

Descrizione	Indicatore GRI	Copertura indicatore	Pagina	Commenti
Perimetro del report (Paesi, strutture, joint venture, fornitori ecc.)	3.6	●	10-11	
Dichiarazione di qualsiasi specifica limitazione dell'obiettivo o del perimetro del report	3.7	●	10-11	
Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o organizzazioni	3.8	●	10-11; 22-27	
Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo, incluse assunzioni e tecniche sottostanti di stima applicate al calcolo degli indicatori e alla compilazione delle altre informazioni del report	3.9	●	53; 108-109	
Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	3.10	●	10-11; 72-73	
Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	3.11	●	10-11	
Tabella esplicativa dei contenuti del report che riporti il numero di pagina o del sito internet di ogni sezione	3.12	●	129-137	
Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report.	3.13	●	10-13	
<b>GOVERNANCE, IMPEGNI, COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>				
Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo, responsabili di specifici compiti come la definizione della strategia o il controllo organizzativo	4.1	●	28-32	
Indicare se il presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo	4.2	●	29; 31	
Numero dei componenti che sono indipendenti e non esecutivi negli organi di governo	4.3	●	28; 30; 31	
Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	4.4	●	32	Non ci sono forme rappresentative dei dipendenti negli organi sociali
Legame tra compensi degli Amministratori, Senior manager ed Executives (inclusa la buona uscita) e performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale)	4.5	●	29; 31	
Attività in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interessi	4.6	●	30	
Processi per la determinazione delle qualifiche e competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia dell'organizzazione in funzione degli aspetti economici, ambientali e sociali	4.7	●	28-32	

## PROFILO

Descrizione	Indicatore GRI	Copertura indicatore	Pagina	Commenti
Mission, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, sociali e ambientali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	4.8		16-17; Codice Etico	
Procedure del più alto organo di governo per controllare le modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti e la conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati (includere la frequenza con cui il più alto organo di governo verifica le performance di sostenibilità)	4.9		34	
Processi per valutare le performance dei componenti del più alto organo di governo, in particolare in funzione delle performance economiche, ambientali e sociali	4.10			Il Piano industriale 2007-2009, contenente gli obiettivi di performance economica ambientale e sociale, è stato approvato dal Consiglio di Gestione e dal Consiglio di Sorveglianza, che dunque verranno valutati in base al raggiungimento degli obiettivi medesimi
Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	4.11		65; Codice Etico	
Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	4.12		34-35	
Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e internazionali	4.13		35	
Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	4.14		12	
Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	4.15		12-13	
Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	4.16		52-55; 85	
Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse	4.17		52-55; 85	
Politiche di CSR	CSR1	SS	33; 47; 76-80; 93-101; 105-106	
Struttura organizzativa relativa alla CSR e principali responsabilità e procedure adottate	CSR2	SS	33	
CSR Audit - n. di visite ispettive e ore/uomo per attività di verifica di: compliance con policy di CSR, gestione delle procedure, gestione indicatori (attività sia interna che di certificatori)	CSR3	SS	34	Con il nuovo Codice Etico di Gruppo è stato istituito il processo di audit etico
Gestione di casi sensibili descrizione delle procedure per fornire risposte agli stakeholder	CSR4	SS	Codice Etico	



## INFORMATIVA SULLE MODALITÀ DI GESTIONE

Descrizione	Pagina
<b>DIMENSIONE ECONOMICA</b>	
Performance economica	16-17; 20; 36-41; 78; 89-91; 116-123
Presenza di mercato	16-17; 20; 116-123
Impatti economici indiretti	16-17; 63-65; 68-69; 94-96; 98
<b>DIMENSIONE AMBIENTALE</b>	
Materiali	122
Energia	109; 122
Biodiversità	115
Emissioni e rifiuti	112; 122
Prodotti e Servizi	114-115; 122
Compliance	107; 113
Trasporti	113; 122
Aspetti generali	34; 105-115; 122
<b>DIMENSIONE SOCIALE: PRATICHE LAVORATIVE</b>	
Occupazione	74; 119
Relazioni industriali	81
Salute e sicurezza	86-87
Formazione	78-79; 119
Diversità e pari opportunità	76-77; 120
<b>DIMENSIONE SOCIALE: DIRITTI UMANI</b>	
Pratiche negli investimenti e negli acquisti	115; 121
Non discriminazione	17- 76; 81
Libertà di associazione e contrattazione collettiva	81
Gestione delle controversie	56-57; 82; 100
Sicurezza	87
Diritti dei nativi	115
<b>DIMENSIONE SOCIALE: SOCIETÀ</b>	
Comunità	92; 123
Corruzione	30
Politiche pubbliche	65-66; 94-96; 114
Comportamento anti-competitivo	16-17
<b>DIMENSIONE SOCIALE: RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO</b>	
Salute e sicurezza del cliente	49-51; 57-58; 65
Informazione su prodotti e servizi	34; 118
Comunicazioni di Marketing	123
Privacy del cliente	49-51
Compliance	34

## INDICATORI DI PERFORMANCE

Descrizione	Indicatore GRI	Copertura indicatore	Pagina	Commenti
<b>INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA</b>				
Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla pubblica amministrazione	EC1	●	39	
Implicazioni finanziarie e altri rischi/opportunità per le attività dell'organizzazione dovute ai cambiamenti climatici	EC2	●		Tramite il Carbon Disclosure Project il Gruppo comunica le implicazioni finanziarie, i rischi e le opportunità e le strategie in merito al cambiamento climatico ( <a href="http://www.cdproject.net">www.cdproject.net</a> )
Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative	EC5	●	74	
Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità" attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti e servizi, attività pro bono	EC8	●	68-69	
Analisi e definizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate	EC9	●	64; 68-69; 94-96	
<b>INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE</b>				
Materie prime utilizzate per peso e volume	EN1	●	108	
Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	EN3	●	108	
Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	EN4	●	108	
Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	EN5	●	105; 109-110	
Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato di queste iniziative	EN6	●	105; 112	
Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	EN7	●	109	
Prelievo totale di acqua per fonte	EN8	◐	109	
Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	EN16	●	108	
Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	EN17	◐	113	
Iniziative per ridurre l'emissione di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	EN18	●	112	
Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	EN22	●	108	
Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla convenzione di Basilea che sono trasportati, importati, esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero	EN24	●	108	
Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	EN28	●	113	
Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	EN29	●	112	

## INDICATORI DI PERFORMANCE

Descrizione	Indicatore GRI	Copertura indicatore	Pagina	Commenti
Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipologia	EN30	●	113	
<b>INDICATORI DI PERFORMANCE SULLE PRATICHE DI LAVORO E SULLE CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE</b>				
Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo contratto e distribuzione territoriale	LA1	●	72	
Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età sesso e area geografica	LA2	●	72; 74	
Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno, ma non per i lavoratori part-time e a termine	LA3	◐	83	
Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	LA4	●	81	
Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato per la salute e la sicurezza, composto da rappresentanti della direzione e dei lavoratori, istituito al fine di controllare e fornire consigli sui programmi per la tutela della salute e della sicurezza del lavoratore	LA6	◐		La Commissione Tecnica Mista in materia di sicurezza fisica era composta rispettivamente: per le Organizzazioni Sindacali da 2 componenti designati da ognuna delle Organizzazioni firmatarie del Protocollo delle Relazioni Sindacali; per l'Azienda, da esponenti delle funzioni aziendali competenti in materia
Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornata di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica	LA7	●	86	
Programmi di educazione, formazione, consulenza prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità relativamente a disturbi o malattie gravi	LA8	●	86	
Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e sicurezza	LA9	●		Non vi sono stati accordi formali
Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categorie di lavoratori	LA10	●	78-79	
Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle proprie carriere	LA11	●	80	
Percentuale dei dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	LA12	●	71	
Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	LA13	●	30; 31; 72	
Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria	LA14	●	74	
<b>INDICATORI DI PERFORMANCE SUI DIRITTI UMANI</b>				
Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione	HR1	◐	115	

## INDICATORI DI PERFORMANCE

Descrizione	Indicatore GRI	Copertura indicatore	Pagina	Commenti
Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	HR4	●		Non vi sono episodi da segnalare
Identificazione delle attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	HR5	●		Non vi sono attività da segnalare, nella piena adempimento degli accordi sottoscritti per il contratto nazionale di lavoro di settore e per il contratto integrativo
Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese	HR9	●		Non vi sono episodi da segnalare
<b>INDICATORI DI PERFORMANCE SULLA SOCIETÀ</b>				
Natura, obiettivo ed efficacia di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni su una determinata comunità, incluse le fasi di inizio attività, di operatività e di dismissione	SO1	◐	115	
Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	SO2	●	30	
Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione dell'organizzazione	SO3	●	79	
Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese	SO6	●		La policy sulle erogazioni liberali vieta l'erogazione di contributi finanziari a partiti politici e relative istituzioni
Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, anti-trust e pratiche monopolistiche e relative sentenze	SO7	●		Cfr. Bilancio d'esercizio Parte E, informazioni sui rischi e sulle relative politiche di copertura, Pendenze legali
Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	SO8	●		Cfr. Bilancio d'esercizio Parte E, informazioni sui rischi e sulle relative politiche di copertura, Pendenze legali
<b>INDICATORI SULLA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO</b>				
Fasi del ciclo di vita dei prodotti/servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza dei consumatori sono valutati per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure	PR1	●	50-51; 87	
Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richieste dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	PR3	●	34; 57	
Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	PR5	●	52-55	
Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	PR8	●		I reclami relativi a privacy a livello di Gruppo sono 49
Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	PR9	●		Cfr. Bilancio d'esercizio Parte E, informazioni sui rischi e sulle relative politiche di copertura, Pendenze legali
Policy di CSR interna (descrizione dei temi di responsabilità sociale coperti nelle policy sulle risorse umane)	INT 1	SS	76;77-79; 81; 86	

## INDICATORI DI PERFORMANCE

Descrizione	Indicatore GRI	Copertura indicatore	Pagina	Commenti
Bonus per incentivare il successo finanziario sostenibile	INT 5	SS	75	
Erogazioni liberali, investimenti nella comunità e sponsorizzazioni	SOC1	SS	93; 97-98	
Politiche di Retail Banking (elementi socialmente rilevanti)	RB1	SS	62; 94-96; 114	
Portafoglio impieghi	RB2	SS	45	
Impieghi per settori innovativi e ad alto valore sociale e ambientale	RB3	SS	64	
Politiche di Investment Banking (descrizione dei criteri sociali applicati nell'attività di investment banking)	IB1	SS	115	
Fondi Etici	AM2	SS	59-61	
Descrizione della politiche ambientali sulle principali linee di business	F1	SS		La Policy Ambientale è disponibile sul sito Internet di Gruppo
Descrizione dei processi di valutazione e screening del rischio ambientale nelle diverse linee di business	F2	SS	115	
Soglie per l'applicazione della valutazione di rischio ambientale per ciascuna linea di business	F3	SS	115	
Descrizione dei processi per monitorare l'implementazione e la compliance da parte dei clienti degli aspetti ambientali individuati nei processi di valutazione del rischio	F4	SS	115	
Percentuale degli asset soggetti a screening positivo, negativo, best in class	F9	SS	59-61	
Caratteristiche e analisi della clientela			45	
Sistema di qualità (eventuali certificazioni, codici di condotta adottati)			34	
Canali diretti			49-51	
Contenzioso (reclami della clientela per tipologia)			56-57	
Capitale sociale			32	
Remunerazione del capitale investito			89-90	
Descrizione delle attività di investor relations			91	
Descrizione delle attività di comunicazione e qualificazione dei media utilizzati			99	
Trasparenza chiarezza e fruibilità della comunicazione			99	
Sistemi di gestione ambientale e gestione del rischio			107; 115	
Qualificazione e analisi dei fornitori			101	
Fornitori: politiche di comunicazione e informazione			101	
Rapporti con associazioni e Fondazioni non bancarie			92-97	

## TAVOLA DI RIFERIMENTO INCROCIATO FRA I PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT E GLI INDICATORI GRI

Aree tematiche del Global Compact	Principi del Global Compact	Indicatori GRI rilevanti
<b>DIRITTI UMANI</b>	1. Promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza	HR1; HR4; HR5; HR9 LA4; LA13; LA14; SO1
	2. Assicurarsi di non essere, seppur indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani	HR1
<b>LAVORO</b>	3. Sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva	HR5; LA4
	4. Sostenere l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio	HR1
	5. Sostenere l'effettiva eliminazione del lavoro minorile	HR1
	6. Sostenere l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione	HR4; LA2; LA13; LA14; HR1; EC5; LA3
<b>AMBIENTE</b>	7. Sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali	Informativa sulle modalità di gestione ambientale
	8. Intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale	EN5-7; EN18; EN22; EN1; EN3-4; EN8; EN28-29; PR3
	9. Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente	EN5-7; EN18
<b>LOTTA ALLA CORRUZIONE</b>	10. Impegnarsi a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse le estorsioni e le tangenti	SO2; SO3; SO6



# Il Codice Etico

## I nostri valori

### La responsabilità sociale e ambientale di Intesa Sanpaolo

Oggi le imprese sono chiamate ad assumere una responsabilità più ampia, che non si esaurisce con gli effetti economici dell'attività che compiono. Esse, infatti, svolgono funzioni sempre più estese e articolate.

Nel fornire risposte efficienti a una gamma sempre più ampia di bisogni, le imprese devono dimostrare la piena consapevolezza del fatto che nei loro cicli produttivi e nei prodotti che ne sono l'esito sono inglobati interessi che toccano non solo il "consumatore" - il quale deve certamente trovare l'adeguata risposta in termini di convenienza economica - ma riguardano il "cittadino".

Sono interessi che concernono la conservazione dell'ambiente naturale, la salute, il lavoro, il futuro, il benessere dell'intera collettività e la salvaguardia del sistema di relazioni sociali. Insieme e parallelamente alla gamma di interessi toccati dall'attività dell'impresa, aumenta anche il numero degli interlocutori con i quali essa deve entrare in relazione.

Occorre che siano riconosciuti come interlocutori - o stakeholder - tutti i soggetti, interni ed esterni, che hanno una posta in gioco nello svolgimento dell'attività aziendale, sia perchè contribuiscono - anche se in maniera diversa e specifica - alla realizzazione della missione, sia perchè di tale attività subiscono gli effetti, positivi o negativi, in modo rilevante per il loro benessere, condividendo - in un caso e nell'altro - parte del rischio d'impresa. Questi soggetti sono i clienti, gli azionisti, i collaboratori, ma anche i fornitori, l'ambiente - o meglio i diritti che le generazioni future hanno rispetto ad esso - e, in ultima analisi, l'intera collettività.

Inoltre, sempre più spesso, le aziende si trovano a operare in contesti territoriali differenti, con diversi livelli normativi cui fare riferimento. Per questo la disciplina volontaria diviene rilevante quando, nel ribadire il rispetto della normativa vigente, fissa standard più elevati, che l'impresa si propone di rispettare in tutti i territori in cui opera.

Intesa Sanpaolo ha perciò deciso di dotarsi di questo Codice Etico, costruito come una vera e propria "carta delle relazioni" della Banca con tutti i suoi stakeholder.

Esso esplicita i valori in cui Intesa Sanpaolo crede e sui quali vuole impegnarsi, declina i principi di condotta che ne discendono nel contesto della relazione con ciascuno stakeholder e innalza necessariamente il livello di coerenza che ciascuno, all'interno dell'Azienda, dovrà tenere per meritare la fiducia di tutti gli interlocutori.

I valori dichiarati in questo Codice sono espressione delle culture aziendali da cui Intesa Sanpaolo proviene e rappresentano da un lato le "lenti" attraverso le quali osservare e interpretare le varie situazioni, dall'altro un obiettivo cui tendere, la meta di un percorso intrapreso che caratterizzerà la nostra attività nei prossimi anni.

Questo Codice, strumento di governance, è parte di una visione ampia della nostra responsabilità sociale e ambientale, che pone al centro il rapporto con i nostri stakeholder. Dal dialogo costruttivo con essi deriva un processo che, attraverso l'ascolto delle istanze e il bilanciamento di queste rispetto alle strategie aziendali, si propone di attivare un circolo virtuoso verso un miglioramento continuo.

Col Bilancio sociale e ambientale, che di anno in anno pubblicheremo, accanto alla rendicontazione trasparente di ciò che avremo fatto, comunicheremo le richieste che emergeranno dal dialogo continuo con i nostri stakeholder e dichiareremo gli obiettivi cui tendere. La verifica costante della nostra capacità di fornire risposte agli stakeholder ci aiuterà a mantenere vivi e concretamente operanti nella vita aziendale i valori che questo Codice afferma.

### La missione aziendale

Lavoriamo insieme per fornire servizi bancari e finanziari di eccellenza ai nostri clienti, attivando leve di sviluppo per tutte le realtà territoriali nelle quali operiamo.

Consapevoli del valore della nostra attività in Italia e all'estero, promuoviamo uno stile di crescita attento alla sostenibilità nel tempo dei risultati e alla creazione di un circolo virtuoso basato sulla fiducia che nasce dalla soddisfazione dei clienti e degli azionisti, dal senso di appartenenza dei collaboratori e dalla vicinanza ai bisogni della collettività e dei territori. Competiamo lealmente nel mercato, pronti a cooperare con gli altri soggetti economici, privati e pubblici, ogniquale volta sia necessario per rafforzare la capacità complessiva di crescita dei sistemi Paese in cui operiamo.

Ci assumiamo la responsabilità della gestione prudente dei risparmi, ci impegniamo per l'ampliamento dell'accesso al credito e agli strumenti finanziari per tutti i cittadini, nonché per lo sviluppo

sostenibile del sistema imprenditoriale, consci che le nostre decisioni hanno importanti effetti, diretti e indiretti, sull'ambiente naturale e sulla collettività, al cui benessere non solo materiale vogliamo contribuire, sostenendo o realizzando iniziative culturali e di utilità comune.

### **I valori di riferimento**

La nostra strategia di crescita mira alla creazione di valore solido e sostenibile sotto il profilo economico e finanziario, sociale e ambientale, costruito sulla fiducia di tutti i nostri interlocutori e basato sui seguenti valori:

#### **Integrità**

Perseguiamo i nostri obiettivi con onestà, correttezza e responsabilità, nel pieno e sostanziale rispetto delle regole, dell'etica professionale e dello spirito degli accordi sottoscritti.

#### **Eccellenza**

Ci poniamo l'obiettivo di migliorare continuamente, guardando lontano, anticipando le sfide, coltivando la creatività diffusa e finalizzata all'innovazione, valorizzando il merito.

#### **Trasparenza**

Poniamo la trasparenza alla base delle nostre azioni, della nostra comunicazione e dei nostri contratti per consentire a tutti i nostri interlocutori di fare scelte autonome e consapevoli.

#### **Rispetto delle specificità**

Vogliamo coniugare la grande dimensione con il radicamento territoriale, essere una banca che riesce a pensare in grande e non perdere di vista l'individuo.

#### **Equità**

Siamo impegnati a eliminare ogni discriminazione dalle nostre condotte e a rispettare le differenze di genere, età, razza, religione, appartenenza politica e sindacale, lingua o diversa abilità.

#### **Valore della persona**

Il valore della persona in quanto tale guida il nostro modo di agire: adottiamo l'ascolto e il dialogo come leve di miglioramento continuo nelle relazioni con tutti i nostri interlocutori.

#### **Responsabilità nell'utilizzo delle risorse**

Miriamo a utilizzare in modo attento tutte le risorse, promuovendo comportamenti improntati all'ottimizzazione e a evitare spreco e ostentazione, privilegiando le scelte rivolte alla sostenibilità nel tempo.

## Principi di condotta nelle relazioni con gli stakeholder

### Principi di condotta nelle relazioni con tutti gli stakeholder

Intesa Sanpaolo mediante questo Codice esplicita i suoi valori e mira ad orientare a essi i comportamenti individuali, anche nella consapevolezza che la considerazione delle istanze sociali e ambientali contribuisce a minimizzare l'esposizione a rischi di credito e di compliance e a rafforzare la reputazione aziendale. Pertanto, anche in linea con i principi del Global Compact promosso dall'Onu, cui aderisce:

- si impegna a sostenere la protezione e la tutela dei diritti umani secondo i principi affermati nella Dichiarazione Universale del 1948
- riconosce i principi stabiliti dalle Convenzioni fondamentali dell'ILO (International Labour Organization) e in particolare il diritto di associazione e di negoziazione collettiva, il divieto di lavoro forzato e minorile, la non discriminazione nell'occupazione
- contribuisce alla lotta contro la corruzione, sostenendo le linee guida dell'OECD (the Organization for Economic Cooperation and Development) e i principi anticorruzione statuiti dalle Nazioni Unite nel 2003

Intesa Sanpaolo si impegna a promuovere in tutte le società del Gruppo e in tutti i Paesi in cui opera comportamenti coerenti con tali principi nei confronti di tutti i suoi stakeholder. Si sente altresì impegnata a diffondere i valori e i principi di questo Codice anche all'interno delle società in cui detiene partecipazioni di minoranza.

### Principi di condotta nelle relazioni con i clienti

#### Ascolto e dialogo

Crediamo che il cliente debba essere sempre al centro della nostra attenzione e che solo un costante dialogo possa consentirci di recepirne le reali aspettative e mantenere la nostra relazione ad un livello di eccellenza:

- nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi ci adoperiamo per attivare strumenti sistematici di dialogo così da cogliere i suggerimenti dei clienti stessi, delle associazioni dei consumatori e delle associazioni rappresentative di specifiche categorie di clientela
- attraverso il dialogo con i nostri clienti identifichiamo con accuratezza il loro profilo di rischio, punto di partenza fondamentale per offrire consulenza e prodotti finanziari coerenti con le loro esigenze, nella consapevolezza di svolgere un ruolo fondamentale nell'assistenza agli investimenti e nella gestione prudente dei risparmi
- diamo tempestivo riscontro ai quesiti e ai reclami, mirando a una risoluzione sostanziale e non formale delle controversie

#### Trasparenza

Crediamo che alla base di un rapporto duraturo e improntato alla fiducia vi sia una comunicazione che mette il cliente in grado di comprendere sempre le caratteristiche e il valore di tutti i prodotti e servizi disponibili che acquista o che gli vengono offerti:

- semplifichiamo i prodotti, facilitiamo la comprensibilità dei contratti, riduciamo i possibili equivoci e le ambiguità con un'informativa chiara ed esaustiva. Segnaliamo tempestivamente qualsiasi modifica al contratto e alle sue condizioni
- predisponiamo una comunicazione chiara su tutti i canali disponibili, dando valore al tempo del cliente

#### Equità

Crediamo che i nostri servizi debbano essere accessibili a chiunque:

- non discriminiamo i nostri clienti in base alla loro nazionalità, religione o genere
- moduliamo la nostra offerta affinché tutte le fasce sociali possano trovare una risposta alle proprie esigenze
- ci adoperiamo per applicare una politica dei prezzi in linea con la qualità del servizio offerto
- ci impegniamo a rendere le nostre filiali accessibili alle persone disabili, eliminando eventuali barriere architettoniche

#### Accesso al credito

Crediamo che l'estensione dell'accesso al credito alle fasce sociali più deboli rappresenti una leva fondamentale di inclusione sociale, consentendo alle persone di migliorare la propria condizione e di poter esercitare appieno i propri diritti di cittadinanza. Pur tenendo nella dovuta considerazione principi di prudenza nella valutazione del merito creditizio che tutelano non solo il nostro interesse ma anche quello dei clienti stessi:

- individuiamo le possibili aree di intervento e ampliamo di conseguenza la nostra offerta con prodotti e servizi che assecondino le dinamiche sociali in continua evoluzione
- sosteniamo lo sviluppo di nuova imprenditoria per favorire attività che hanno un potenziale di creazione di valore economico e sociale ancora inespresso
- poniamo particolare attenzione alle imprese sociali, non profit e del terzo settore riconoscendo che la loro attività rappresenta un importante fattore di coesione sociale e promozione della persona

#### Sostegno allo sviluppo del Paese

Crediamo che una grande banca abbia responsabilità specifiche nel promuovere la crescita economica e sociale del Paese in cui opera:

- assistiamo le aziende nello sviluppo, nel miglioramento della competitività, nell'innovazione e nell'internazionalizzazione del business

- sosteniamo le imprese meritevoli e dotate di validi progetti anche nei momenti di difficoltà, accompagnandole nella realizzazione di soluzioni innovative di ristrutturazione e rilancio
- supportiamo il settore pubblico e gli enti locali, secondo criteri di collaborazione e chiara distinzione dei ruoli, promuovendo soluzioni finanziarie che garantiscano un equilibrio di lungo periodo, in una visione di crescita e modernizzazione che concorra al miglioramento della qualità di vita dei cittadini
- nelle attività di project finance e in particolare per progetti infrastrutturali, applichiamo i migliori standard e le linee guida internazionalmente riconosciute per la valutazione degli impatti ambientali e sociali
- sviluppiamo meccanismi innovativi di finanziamento a medio termine per favorire l'innovazione e l'imprenditorialità di coloro che, pur privi di capitali, hanno idee e progetti vincenti
- non ci limitiamo a fornire credito, ma partecipiamo al capitale di rischio delle imprese per sostenere progetti con forte potenzialità di crescita in settori innovativi

#### **Promozione delle economie locali e radicamento nei territori in Italia e all'estero**

Crediamo che un efficace sostegno al territorio che coniughi risultati economici con il rispetto dei valori fondamentali delle comunità locali possa attivare tutte le potenzialità inespresse del tessuto imprenditoriale costituito dalle piccole e medie aziende:

- riteniamo fondamentali il valore della relazione con le comunità locali e la vicinanza alle esigenze dei territori in cui operiamo. Per questo definiamo strumenti e processi organizzativi interni volti alla semplificazione e allo sviluppo di un'offerta adeguata, volendo essere banca di relazione e non solo rete di vendita
- studiamo l'evoluzione dei sistemi economici locali per supportare le imprese nelle proprie scelte strategiche e indirizzare le politiche di offerta del Gruppo a sostegno delle esigenze finanziarie specifiche dei soggetti economici operanti in ciascun territorio o distretto
- ci proponiamo non solo come fornitori di credito o di capitale, ma anche come partner per la promozione e lo sviluppo
- siamo vicini alle persone e alle collettività nell'ottica di sviluppare centri di eccellenza anche nelle aree che necessitano di rilancio economico
- promuoviamo iniziative ad alto valore sociale, anche in partnership con operatori che hanno specifica competenza in tali campi di intervento
- sviluppiamo la multicanalità per favorire l'accessibilità dei nostri servizi

#### **Investimenti socialmente responsabili**

Crediamo che gli investimenti debbano dare sempre maggior peso a criteri sociali, e ambientali e di buon governo delle imprese al fine di promuovere uno sviluppo equilibrato e sostenibile. Offriamo ai nostri clienti l'opportunità di scegliere prodotti gestiti secondo criteri etici, sociali e ambientali sia in un'ottica di miglioramento del profilo rischio/rendimento, sia con l'obiettivo di attivare un circolo virtuoso tra progressiva sensibilizzazione dei clienti stessi e impegno delle aziende verso comportamenti sostenibili:

- ampliamo la nostra offerta con strumenti di investimento etico
- ci impegniamo, nell'ambito della nostra attività di gestione di fondi etici, ad esprimere la nostra posizione rispetto alle scelte delle aziende in cui investiamo i nostri asset (azionariato attivo)

#### **Tutela della sicurezza**

Crediamo che la tutela della sicurezza dei nostri clienti, dei loro beni e delle loro informazioni non rappresenti soltanto un dovere primario, ma sia anche alla base del rapporto fiduciario che con loro vogliamo mantenere:

- ci adoperiamo per la protezione delle persone, dei valori e dei beni, del patrimonio informativo e dei processi organizzativi interni in modo da fornire un servizio che soddisfi al massimo grado i requisiti di affidabilità, continuità e riservatezza
- assicuriamo la costante aderenza alle disposizioni di legge
- osserviamo criteri di assoluta trasparenza nell'informare i clienti sui loro diritti alla privacy e sulle modalità con cui trattiamo le loro informazioni personali

#### **Valutazione del rischio socio-ambientale**

Crediamo che le nostre decisioni di investimento e la nostra politica creditizia debbano tenere conto anche dei rischi socio-ambientali secondo il principio per cui una attività che produce valore economico può essere sostenibile solo se non distrugge contemporaneamente valore sociale o ambientale:

- aderiamo a protocolli nazionali e internazionali per il rispetto delle norme di tutela socio-ambientale
- escludiamo rapporti finanziari a supporto di attività economiche che contribuiscano anche indirettamente a violare i diritti fondamentali della persona, a ostacolarne lo sviluppo, a ledere gravemente la salute e l'ambiente
- promuoviamo la convivenza pacifica anche evitando il supporto finanziario ad attività economiche che possano metterla a rischio
- privilegiamo i progetti ad alto valore ambientale e sociale

### Principi di condotta nelle relazioni con gli azionisti

Intesa Sanpaolo ha adottato il " sistema dualistico " nel quale sono separate le funzioni di controllo e indirizzo strategico, esercitate dal Consiglio di Sorveglianza, e quelle di gestione dell'impresa, esercitate dal Consiglio di Gestione.

Nel delineare la nuova governance si è tenuto conto delle indicazioni contenute nel Codice di Autodisciplina delle società quotate promosso da Borsa Italiana S.p.A., cui Intesa Sanpaolo ha aderito volontariamente.

Questo modello determina una migliore demarcazione tra proprietà e gestione, in quanto il Consiglio di Sorveglianza si pone quale filtro tra gli azionisti e l'organo di gestione - il Consiglio di Gestione - e può quindi rispondere più efficacemente del modello tradizionale alle esigenze di maggior trasparenza e riduzione dei potenziali rischi di conflitto di interessi.

Il ruolo poliedrico attribuito dalla legge e dallo Statuto al Consiglio di Sorveglianza enfatizza il distacco tra la funzione del controllo e degli indirizzi strategici, da un lato, e la funzione della gestione dall'altro, consentendo di delineare al meglio ruoli e responsabilità degli organi sociali, anche a garanzia di una sana e prudente gestione della banca.

Per rafforzare la rappresentatività del Consiglio di Sorveglianza, quest'ultimo viene eletto con il meccanismo del voto di lista. Le liste possono essere presentate dagli azionisti secondo le modalità previste dall'art. 23 dello Statuto ed i Consiglieri vengono eletti sulla base di un sistema proporzionale " puro " .

Al Consiglio di Gestione è affidata la gestione dell'impresa, nell'ambito degli indirizzi formulati dal Consiglio di Sorveglianza, che provvede alla nomina dei suoi componenti.

Nella Relazione annuale sul governo societario, disponibile sul sito [www.intesasanpaolo.com](http://www.intesasanpaolo.com), viene illustrato il sistema di Corporate Governance, ivi comprese indicazioni in merito ai requisiti dei membri del Consiglio di Gestione e del Consiglio di Sorveglianza e in particolare, con riferimento a quest'ultimo, ai requisiti di indipendenza.

### Equità

- ci adoperiamo affinché per tutti gli azionisti il valore dei capitali investiti in Intesa Sanpaolo sia salvaguardato e accresciuto in modo sostenibile nel tempo
- assicuriamo la parità di informazione e la migliore e costante attenzione a tutti gli azionisti, senza discriminazione e senza comportamenti preferenziali
- riteniamo che le Assemblee rappresentino un'opportunità privilegiata per instaurare un dialogo proficuo, nel rispetto del principio della parità informativa e della disciplina sulle informazioni price sensitive. Alla luce di ciò la Banca incoraggia e facilita la più ampia partecipazione degli azionisti alle Assemblee e si adopera per consentire agli stessi un consapevole esercizio del diritto di voto

- il Presidente del Consiglio di Sorveglianza presiede e guida le Assemblee con funzione di garanzia nei confronti di tutti gli azionisti

### Trasparenza verso il mercato

Tutta la comunicazione finanziaria di Intesa Sanpaolo così come quella verso le Autorità di Vigilanza e Controllo, nazionali ed estere, è improntata a trasparenza, esaustività e tempestività, oltre che al pieno rispetto della normativa vigente e dei codici di autodisciplina adottati:

- garantiamo agli azionisti e alla comunità finanziaria una comunicazione tempestiva e trasparente nell'intento di fornire una chiara, completa e tempestiva informazione sullo stato di attuazione delle strategie e sui risultati della banca.

Per garantire la parità di informazione a tutti gli azionisti e gli interlocutori a vario titolo interessati all'andamento del Gruppo, questa viene resa disponibile attraverso una pluralità di canali, ivi compreso il sito web ove vengono in particolare pubblicati:

- il bilancio e le relazioni periodiche obbligatorie
- la relazione annuale sul governo societario
- l'informativa ai soci sui termini e le modalità di esercizio dei loro diritti, quali partecipazioni alle assemblee, incasso dividendi, operazioni sul capitale, ecc
- i comunicati stampa e le presentazioni al mercato dei risultati e delle strategie aziendali
- i principali documenti societari
- i dati sull'andamento dei titoli in Borsa e sull'azionariato
- i rating assegnati dalle agenzie specializzate
- conformemente alle migliori prassi internazionali, svolgiamo periodicamente incontri e conferenze sia telefoniche sia via web con la comunità finanziaria, italiana ed estera, al fine di rafforzare rapporti duraturi e continui che contribuiscano alla creazione di valore sostenibile nel tempo

### Principi di condotta nelle relazioni con i collaboratori

#### Il rispetto delle persone

Crediamo che il rispetto della personalità e della dignità di ciascun collaboratore sia il fondamento per lo sviluppo di un ambiente di lavoro permeato dalla reciproca fiducia, dalla lealtà e arricchito dall'apporto di ciascuno:

- adottiamo modalità di reclutamento e gestione dei collaboratori improntate a comportamenti equi e coerenti, prevenendo favoritismi, abusi e discriminazioni basate su genere, etnia, religione, appartenenza politica e sindacale, lingua, età o diversa abilità
- garantiamo pari opportunità di sviluppo e di crescita professionale, di accesso ai percorsi formativi e alle iniziative di aggiornamento e di attribuzione dei ruoli
- riconosciamo a tutti i collaboratori la possibilità di esprimere la propria individualità e creatività nel lavoro e

valorizziamo la diversità e le specificità di ciascuno, come spinta all'innovazione e contributo essenziale alla crescita del Gruppo

- perseguiamo l'eccellenza dei risultati sotto il profilo sia quantitativo sia qualitativo, attraverso azioni commerciali e politiche di budget indirizzate, pianificate e monitorate in coerenza con i principi etici del presente Codice e nel rispetto della professionalità e della dignità di ciascun collaboratore, nonché delle specificità del contesto territoriale in cui opera
- poniamo la massima attenzione nella definizione degli obiettivi favorendone la comprensione e la condivisione, al fine di promuovere comportamenti corretti e trasparenti nella relazione con la clientela
- istituamo sistemi incentivanti oggettivi e trasparenti, prevedendo obiettivi possibili e raggiungibili
- rendiamo più agevole il lavoro semplificando prodotti, procedure e forme di comunicazione e garantiamo la salute e la sicurezza con misure sempre più efficaci
- promuoviamo politiche che agevolino l'equilibrio fra vita personale e professionale, favorendo forme di flessibilità e realizzando iniziative per la conciliazione tra impegni lavorativi e privati, nella consapevolezza che la sfera privata rappresenta una parte fondamentale della vita di ciascuno

### Valorizzazione e motivazione

Vogliamo porre equità e merito alla base della valutazione, valorizzazione, motivazione e sviluppo di carriera delle nostre persone:

- riconosciamo che il complesso delle competenze relazionali, intellettuali, organizzative e tecniche di ogni collaboratore è la nostra principale risorsa strategica, che ci impegniamo a tutelare e a valorizzare perché fattore chiave di vantaggi competitivi sostenibili
- adottiamo sistemi di valutazione dei comportamenti, delle competenze, delle conoscenze e del potenziale secondo criteri di trasparenza e di valorizzazione del merito al fine di rafforzare la motivazione, premiare con equità e favorire il conseguimento di risultati di eccellenza
- sviluppiamo una formazione attenta anche alle esigenze individuali, convinti che l'ascolto dei bisogni espressi dai collaboratori sia fondamentale per la definizione dei percorsi formativi
- mettiamo ciascuno in condizione di interpretare al meglio il proprio ruolo, favorendo il miglioramento costante del livello di competenza e sviluppando la capacità di lavorare in squadra per contribuire al raggiungimento degli obiettivi d'impresa
- promuoviamo la partecipazione responsabile delle persone e richiediamo loro di impegnarsi sempre in modo attivo affinché si sentano coinvolte nel progetto di crescita del Gruppo, attraverso il quale raggiungere anche la propria realizzazione professionale

- chiediamo alle persone di concorrere a un utilizzo responsabile di tutte le risorse che impiegano per svolgere il loro lavoro

### Ascolto e dialogo

Riteniamo che ascolto e dialogo siano alla base di relazioni che generano fiducia:

- promuoviamo il ruolo strategico della comunicazione interna per consentire alle persone di partecipare meglio e più consapevolmente alla vita aziendale
- improntiamo la comunicazione a criteri di correttezza, completezza, semplicità e trasparenza
- sviluppiamo strumenti di condivisione di informazioni e favoriamo lo scambio di esperienze, che facilitino anche il confronto e l'integrazione fra le differenti entità territoriali del Gruppo
- ci adoperiamo per sviluppare, in chi ha compiti di responsabilità, una specifica sensibilità nel cogliere i bisogni dei collaboratori, nonché di valorizzare i loro suggerimenti e le differenze di opinione, quale opportunità di miglioramento e crescita aziendale

### Coesione

La coesione è l'elemento distintivo di una comunità di persone che lavorano bene insieme con l'orgoglio di far parte di una grande impresa.

Per far crescere e consolidare, attorno a un'identità aziendale forte e condivisa, lo spirito di appartenenza di tutti i collaboratori:

- esplicitiamo e diffondiamo i nostri valori, verificandone continuamente l'attualità in modo che ciascuno possa riconoscersi in essi
- mettiamo a disposizione di tutti le informazioni sulle strategie e gli obiettivi del Gruppo, con lo scopo di condividere gli elementi che caratterizzano la nostra identità
- facciamo crescere in chi ha funzioni di responsabilità la capacità di proporsi come guida e punto di riferimento per adottare azioni sempre coerenti con i principi etici aziendali
- adottiamo politiche gestionali e premianti in grado di riconoscere e valorizzare il contributo individuale e di gruppo al raggiungimento degli obiettivi
- prevediamo forme di compartecipazione anche economica ai successi dell'impresa
- promuoviamo iniziative di solidarietà per sostenere i colleghi in difficoltà e per finalità socialmente rilevanti



## Principi di condotta nelle relazioni con i fornitori

### Ascolto e dialogo

Crediamo che un comportamento improntato all'ascolto e al confronto con i nostri fornitori favorisca un continuo miglioramento della relazione, la rafforzi e generi valore reciproco attraverso:

- un atteggiamento basato sulla fiducia che coinvolga i fornitori in un ruolo pro-attivo
- la rilevazione del livello di soddisfazione dei fornitori, individuando le aree di miglioramento, in modo particolare per ciò che riguarda la trasparenza, la comunicazione e il rispetto dei termini di pagamento

### Trasparenza

Crediamo che un atteggiamento chiaro e trasparente contribuisca a mantenere nel tempo il rapporto con i fornitori. Siamo convinti che l'integrità debba costituire irrinunciabile presupposto della relazione, e pertanto:

- scegliamo i nostri fornitori sulla base di criteri chiari e documentabili, attraverso una procedura oggettiva e trasparente
- teniamo fede a politiche aziendali che improntino i rapporti alla massima correttezza, soprattutto nella gestione e conclusione dei contratti, evitando situazioni di conflitto di interesse, anche potenziali
- nel caso specifico delle consulenze professionali, ispiriamo le nostre scelte a criteri di professionalità e competenza, evitando conflitti di interesse, anche potenziali
- ci adoperiamo per comunicare all'esterno le nostre politiche in tema di relazione con i fornitori

### Equità

Crediamo che una grande banca debba saper gestire in maniera responsabile la posizione di forza contrattuale che occupa:

- garantiamo pari opportunità nella selezione dei fornitori e dei partner commerciali, tenendo conto della loro compatibilità e adeguatezza alle dimensioni e alle necessità della nostra azienda
- ci adoperiamo affinché i contratti stipulati con i nostri interlocutori siano improntati all'equità, soprattutto con riferimento ai termini di pagamento e all'onerosità degli adempimenti amministrativi

## Principi di condotta nei confronti dell'ambiente

La tutela dell'ambiente è una delle dimensioni chiave del nostro impegno di responsabilità.

Una delle dimensioni della nostra politica di responsabilità sociale è il rifiuto dello spreco e l'attenzione alle conseguenze ambientali delle nostre scelte. Crediamo che un grande Gruppo bancario come Intesa Sanpaolo possa esercitare un significativo impatto in termini di sostenibilità ambientale, in particolare nel contesto sociale e

ambientale in cui è presente con la sua operatività, sia nel breve sia nel lungo periodo. Tale impatto è riconducibile sia al consumo di risorse e alla generazione di emissioni e rifiuti direttamente legati alla propria attività (impatti diretti), sia ad attività e comportamenti che non controlla direttamente, in quanto posti in essere da soggetti terzi con i quali si relaziona, clienti e fornitori (impatti indiretti).

In tale ottica:

- garantiamo il pieno e sostanziale rispetto delle prescrizioni legislative in materia ambientale
- ricerchiamo continuamente soluzioni innovative ed efficaci in campo ambientale, anche tramite l'offerta di prodotti e servizi specifici alla clientela e di soluzioni per i nostri fornitori
- ci adoperiamo per diffondere buone pratiche di responsabilità ambientale anche attraverso l'attuazione dei principi internazionali sottoscritti, quali la Dichiarazione UNEP, il Global Compact dell'ONU e gli Equator Principles, ai quali abbiamo aderito
- siamo aperti al dialogo e al confronto con tutti quegli interlocutori che rappresentano la "voce" dell'ambiente
- è nostra cura rendere sempre accessibili al pubblico i nostri dati ambientali tramite i diversi canali di comunicazione disponibili

### Utilizzo responsabile ed efficiente delle risorse

- perseguiamo un consumo consapevole delle risorse necessarie per svolgere la nostra attività, anche attraverso l'implementazione di un sistema di gestione ambientale e il progressivo miglioramento dell'efficienza energetica delle nostre attività
- anche attraverso il monitoraggio dei dati ambientali e la sensibilizzazione delle persone che lavorano nel Gruppo, puntiamo ad un miglioramento continuo del nostro comportamento nei confronti dell'ambiente

### Responsabilità ambientale e sociale lungo

#### la catena di fornitura

- riconosciamo che la nostra responsabilità nei confronti dell'ambiente e della società si estende lungo tutta la catena di fornitura e per questo ci preoccupiamo di orientare le politiche dei nostri fornitori e subfornitori verso la tutela ambientale ed il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori
- valutiamo positivamente i fornitori che improntano la loro attività alla sostenibilità ambientale e sociale e che adottano le misure e gli strumenti necessari a minimizzare gli impatti negativi causati dalla loro attività
- ci adoperiamo per sensibilizzare i nostri fornitori verso un atteggiamento responsabile, che favorisca la consapevolezza dei rischi e delle opportunità ambientali, sociali ed etiche derivanti dalle loro attività

## Principi di condotta nella relazione con la comunità

### Dialogo con le associazioni rappresentanti dei nostri stakeholder

Riteniamo che il dialogo con le associazioni sia di importanza strategica per sviluppare la nostra attività in maniera sostenibile:

- ascoltiamo e teniamo conto delle osservazioni sulla nostra attività espresse dalle diverse articolazioni della società civile
- manteniamo aperto un canale di comunicazione con le associazioni che rappresentano gli interessi dei nostri stakeholder, con l'obiettivo di cooperare nel rispetto dei reciproci interessi e prevenire possibili situazioni di conflitto
- informiamo e coinvolgiamo attivamente su temi di interesse specifico dei nostri stakeholder le associazioni che valutiamo essere le più rappresentative degli stakeholder stessi

### Sostegno al settore non profit

Riconosciamo il ruolo del settore non profit per lo sviluppo equo e coeso della società:

- sosteniamo il mondo non profit e le imprese sociali, sviluppando partnership per l'attivazione di progetti di utilità comune
- promuoviamo la costituzione di network di imprese sociali per la realizzazione di iniziative a favore di categorie svantaggiate
- costituiamo o partecipiamo a enti non profit - come Fondazioni e Consorzi - finalizzati all'utilità sociale e al servizio delle comunità
- favoriamo lo sviluppo di forme di Welfare complementare

### Responsabilità verso la comunità in senso globale

Consapevoli del fatto che l'equilibrio economico, ambientale e sociale a livello mondiale dipende dall'integrazione di fattori locali, cerchiamo di influire sulla definizione dello scenario globale:

- tenendo nella massima considerazione la dimensione della sostenibilità dello sviluppo, ogniqualvolta abbiamo la possibilità di partecipare a processi che possano orientare scenari macroeconomici
- orientando le politiche delle imprese nostre clienti laddove, affiancandole nei processi di internazionalizzazione, si trovino ad operare in Paesi con minori standard di protezione socio-ambientale
- sostenendo iniziative di solidarietà internazionale.

### Sostegno alle comunità tramite contributi e sponsorizzazioni

Individuiamo le esigenze e i bisogni, non solo materiali, della collettività e li sosteniamo anche tramite erogazioni liberali e sponsorizzazioni:

- nella scelta dei settori di intervento prestiamo particolare attenzione alla coerenza con i nostri valori di riferimento, al merito delle iniziative che ci vengono proposte e all'importanza dei bisogni sociali - tra cui la valorizzazione e tutela del patrimonio storico, artistico e culturale - che intendono soddisfare
- operiamo secondo modalità trasparenti e rendicontabili e attraverso procedure che evitino ogni possibile conflitto di interessi di ordine personale o aziendale
- facciamo sì che le erogazioni liberali prescindano dal perseguimento di interessi commerciali

### Rapporti istituzionali

Le nostre relazioni istituzionali con lo Stato nelle sue varie articolazioni e con gli Organismi internazionali sono finalizzate esclusivamente a forme di comunicazione volte a valutare le implicazioni dell'attività legislativa e amministrativa nei confronti di Intesa Sanpaolo, a rispondere a richieste informali e ad atti di sindacato ispettivo (interrogazioni, interpellanze, ecc.), o comunque a rendere nota la posizione su temi rilevanti:

- instauriamo canali di comunicazione dedicati e autorizzati con tutti gli interlocutori istituzionali a livello internazionale, domestico e locale;
- rappresentiamo i nostri interessi in maniera trasparente
- adottiamo specifici modelli organizzativi per prevenire reati nei confronti della Pubblica Amministrazione, e salvaguardare così gli interessi della società e di tutti i suoi portatori di interesse
- contribuiamo attivamente alle iniziative messe in atto dalle associazioni e dagli organismi di categoria che siano rivolte alla crescita, alla stabilità e alla correttezza del sistema bancario e finanziario

## Attuazione e controllo

### I meccanismi di adozione, governo e controllo interno

I meccanismi di adozione, governo e controllo qui esplicitati sono finalizzati ai seguenti obiettivi:

- integrazione delle strategie, delle politiche e delle procedure aziendali con i principi ed i valori etici condivisi
- verifica e controllo della conformità delle azioni e dei comportamenti rispetto alle norme etiche condivise

### Adozione del Codice Etico

Il Codice Etico, ed ogni eventuale futuro aggiornamento, è approvato dal Consiglio di Gestione e dal Consiglio di Sorveglianza di Intesa Sanpaolo.

La responsabilità dell'aggiornamento del Codice è attribuita all'Unità Corporate Social Responsibility.

### Governo del Codice Etico

#### Modalità di diffusione, partecipazione e coinvolgimento

Il Codice Etico viene pubblicato sia sul sito internet ([www.intesasnpaolo.com](http://www.intesasnpaolo.com)) accessibile alla clientela e ai soggetti interessati, sia nell'apposita sezione della intranet aziendale.

Una copia cartacea del Codice viene consegnata a ciascun consigliere, dipendente o collaboratore esterno all'atto, rispettivamente, della nomina, dell'assunzione o dell'avvio del rapporto di collaborazione.

I valori e i principi che Intesa Sanpaolo intende affermare attraverso il Codice Etico saranno trasfusi nell'attività di formazione, mirata a creare condivisione sui contenuti del Codice Etico, fornendo anche strumenti di consapevolezza e di conoscenza dei meccanismi e delle procedure per tradurre i principi etici in comportamenti da tenersi concretamente nell'operatività quotidiana.

In particolare, le iniziative formative saranno realizzate con modalità e contenuti adeguati al ruolo ricoperto in azienda da ciascun collaboratore e sviluppate secondo un percorso volto a completarne la formazione professionale e ad accrescerne lo sviluppo personale.

La cultura e i valori del Codice Etico saranno inoltre sviluppati e diffusi anche mediante tutti gli strumenti di comunicazione interna disponibili.

La valutazione della prestazione di coloro che hanno ruoli di responsabilità terrà conto anche del rispetto dei principi etici su cui si fonda la relazione con i collaboratori.

### Modalità di gestione e controllo interno del Codice Etico

In Intesa Sanpaolo è vigente il Codice Interno di Comportamento di Gruppo che, in coerenza con i valori e i principi etici di cui al presente Codice, definisce le norme essenziali del comportamento di consiglieri, dipendenti e collaboratori esterni per la realizzazione e la tutela dei valori del Codice Etico.

Il modello a cui Intesa Sanpaolo si ispira è basato sull'auto-responsabilità delle strutture che perseguono e difendono il valore reputazionale di un comportamento socialmente responsabile.

Intesa Sanpaolo si impegna a formulare e attuare politiche operative per ogni area di attività a forte impatto etico e di reputazione.

Ogni struttura aziendale presidia e garantisce l'aderenza delle proprie azioni e attività ai principi e valori del presente Codice Etico. È pertanto direttamente responsabile, nel proprio ambito di competenza, di individuare e di formalizzare sia gli obiettivi, sia un conseguente piano di azioni e progetti per declinare tangibilmente i principi di condotta cui si ispirano i comportamenti della Banca nelle relazioni con tutti gli interlocutori, anche in una logica multistakeholder. Ciascuna funzione, inoltre, è responsabile dell'esecuzione dei controlli di linea nel proprio ambito di competenza, della rilevazione delle inosservanze verificatesi al proprio interno e della segnalazione delle stesse alle competenti funzioni secondo le modalità previste dall'Azienda.

I Responsabili delle Divisioni/Direzioni, per rendere operante ed efficace il principio di auto-responsabilità, nominano i referenti per la Corporate Social Responsibility (CSR) i quali, operando sia all'interno della struttura di riferimento sia in network tra di loro, collaborano con l'Unità Corporate Social Responsibility nella identificazione degli obiettivi di responsabilità sociale della struttura di appartenenza, nella gestione, nel monitoraggio, nella rendicontazione periodica dei progetti in corso e nella cura delle relazioni con gli stakeholder di riferimento.

L'Unità Corporate Social Responsibility esplica un ruolo di supporto e consulenza alle strutture aziendali e cura la predisposizione di efficaci modalità di monitoraggio per assicurare la coerenza di politiche, prodotti e processi al Codice Etico. A tal fine - di concerto con le funzioni preposte, tra cui in particolare la Direzione Pianificazione, Capital Management e Controllo Sinergie e la Direzione Personale e Organizzazione - identifica specifici indicatori che consentono di valutare i progressi nel raggiungimento degli obiettivi sociali ed ambientali ai fini della loro rendicontazione a garanzia degli

impegni assunti. Collabora inoltre con la Direzione Personale e Organizzazione nello sviluppo e diffusione della cultura e dei valori del Codice.

Effettua i controlli di secondo livello con l'obiettivo di individuare le potenziali aree di criticità, monitorare l'evoluzione delle stesse, nonché gestire, in collaborazione con le funzioni interessate, le azioni correttive finalizzate a superare tali criticità.

Propone le opportune modifiche per rendere il Codice consistente e attuale nella realtà aziendale.

Con riferimento sia alla gestione ordinaria sia alla gestione delle situazioni impreviste, provvede a garantire un adeguato flusso di comunicazione verso il Consigliere Delegato e verso il Consiglio di Sorveglianza, anche attraverso il Comitato per le Strategie e il Comitato per il Controllo.

La Direzione Internal Auditing assicura un'azione di sorveglianza sul regolare andamento dell'operatività e dei processi della Banca, nonché sul rispetto delle regole disciplinate nel Codice Interno di Comportamento e sulla salvaguardia del valore delle attività fra le quali si ricomprendono anche quelle connesse agli impegni etici e di responsabilità sociale della Banca (ethical auditing).

Supporta il Comitato per il Controllo nella vigilanza sul rispetto dei principi e dei valori contenuti nel presente Codice. A tal fine, riceve ed analizza le segnalazioni di violazione del Codice Etico.

Il Comitato per il Controllo, nello svolgimento dei compiti e delle funzioni di Organismo di vigilanza ai sensi del Dlgs 231/2001, vigila anche sul rispetto dei principi e dei valori contenuti nel presente Codice. Anche al fine di riferirne al Consiglio di Sorveglianza, riceve una relazione periodica, redatta congiuntamente dall'Unità Corporate Social Responsibility e dalla Direzione Internal Auditing, circa l'esito delle azioni di controllo, dei processi interni di adeguamento svolti da ciascuna struttura aziendale, della gestione delle azioni correttive, nonché circa le anomalie e le inosservanze ritenute gravi.

#### **Interventi in caso di inosservanze**

A fronte delle inosservanze del presente Codice, Intesa Sanpaolo adotterà i conseguenti provvedimenti, ispirandosi - ove non si configurino comportamenti fraudolenti o attuati in violazione di specifiche normative di legge, contrattuali o regolamentari - a un approccio costruttivo che, anche tramite l'erogazione di interventi formativi, rafforzi la sensibilità e l'attenzione dei singoli circa il rispetto dei valori e dei principi affermati nel Codice.

#### **Segnalazione di inosservanze**

La segnalazione di eventuali inosservanze del presente Codice vanno indirizzate alla casella di posta elettronica [codice.etico@Intesasanpaolo.com](mailto:codice.etico@Intesasanpaolo.com) oppure inoltrate a mezzo posta all'indirizzo: Intesa Sanpaolo - Reclami etici, Via Lugaro 15 Torino

Intesa Sanpaolo garantisce chi effettua segnalazioni in buona fede da qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione, assicurando la massima riservatezza, fatti salvi gli obblighi di legge.

# Glossario

**ABI:** Associazione Bancaria Italiana.

**ATM:** automatic teller machine (bancomat).

**Anatocismo:** capitalizzazione degli interessi su un capitale, affinché essi siano a loro volta produttivi di altri interessi (in sostanza, è il calcolo degli interessi sugli interessi). In caso di mancato pagamento degli interessi, l'applicazione dell'anatocismo comporta l'obbligo di pagare interessi calcolati, oltre che sul capitale, sugli interessi maturati e non pagati.

**Asset under management:** risparmio gestito.

**Benchmark:** parametro oggettivo di riferimento degli investimenti finanziari, costituito da indici ritenuti rappresentativi del profilo di rischio/rendimento dell'investimento.

**Best practice:** migliori pratiche.

**Compliance:** conformità.

**Conference call:** conferenza via telefono fra più persone.

**Confidi:** Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi.

**Consob:** Commissione Nazionale per le Società e la Borsa.

**Corporate governance:** l'insieme dei criteri e dei processi di governo in un'azienda.

**Corporate identity:** identità aziendale

**Corporate Social Responsibility** (Responsabilità Sociale dell'Impresa): Il Libro Verde della Commissione Europea *"Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility"* definisce la responsabilità sociale d'impresa come *"l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate. [...] Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili ma anche andare al di là, investendo nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate"*.

**Customer satisfaction:** soddisfazione dei clienti.

**Disclosure:** la rivelazione di un fatto o di una condizione in un bilancio o altro rendiconto finanziario. Lo stesso termine indica la rivelazione del segreto bancario in certe circostanze stabilite dalla legge.

**Focus group:** gruppo di discussione.

**Fondo etico:** fondo comune d'investimento che investe secondo criteri SRI.

**Internet banking:** servizio bancario per i clienti fruito attraverso un collegamento internet.

**Investment banking:** attività di intermediazione nella compravendita di strumenti finanziari e attività, unita o separata dalla precedente, di gestione dei portafogli.

**Investor targeting:** attività di analisi delle caratteristiche degli investitori su mercato.

**ISO** (International Organization for Standardization):

federazione mondiale tra organismi di normazione tecnica nazionale. Fra i principali riferimenti normativi emanati, vi sono le norme ISO 14001 (relative ai sistemi di gestione ambientale) e ISO 9000 (relative ai sistemi di qualità).

**Leasing:** contratto mediante il quale una parte concede a un'altra, dietro pagamento di un canone, la disponibilità di un bene, con facoltà di acquisirne la proprietà allo scadere del contratto.

**Merito creditizio:** capacità di una società o di un individuo di ripagare il debito valutata sulla base della situazione economica e finanziaria.

**Mib bancario:** indice azionario che raggruppa le banche quotate alla Borsa di Milano.

**Microcredito:** prestiti di ammontare limitato a condizioni agevolate rivolti a soggetti che solitamente sono esclusi dai circuiti bancari e finalizzati all'occupazione e all'imprenditorialità.

**Multicanalità:** offerta di prodotti e servizi bancari tramite tradizionali canali fisici (sportello) e canali telematici (terminali Pos, sportelli Atm, telefoni, personal computer e carte a microcircuito).

**Ombudsman - Giuri bancario:** organismo collegiale istituito nel 1993, promosso dall'ABI per dirimere le controversie il cui valore non superi i 50.000 euro tra banche e clientela che non abbiano trovato soluzione presso l'ufficio reclami delle banche.

**Overperformance:** performance superiore rispetto ad un indicatore di riferimento.

**Patrimonio intangibile:** l'insieme delle caratteristiche intangibili possedute da un'azienda in grado di generare valore economico, fra cui assumono particolare rilevanza il capitale intellettuale e la reputazione.

**Pay out ratio:** percentuale di utile distribuito agli azionisti tramite i dividendi.

**PMI:** piccole e medie imprese.

**Plafond:** limite massimo, tetto.

**Policy:** politica, linee guida.

**Price sensitive (informazioni):** informazioni che possono influenzare il prezzo di un titolo.

**Private banker:** promotore finanziario.

**Private equity:** attività di investimento nel capitale di rischio di imprese non quotate.

**Project financing:** finanziamento in cui il prestatore valuta la redditività di un singolo progetto, sia come fonte di rimborso sia come garanzia dell'esposizione, destinato generalmente a complesse e costose infrastrutture, (settori energetico, chimico, estrattivo, dei trasporti, dell'ambiente e delle telecomunicazioni).

**Public utility:** azienda di servizio pubblico.

**Rating:** valutazione del merito di credito di una

controparte affidata o da affidare, attraverso la quantificazione della probabilità di insolvenza della stessa.

**RAV**: un RAV (Riscossione Tributi mediante avviso) è uno strumento che permette, mediante avviso, di effettuare pagamenti utilizzando dei prestampati (fac-simile di bollettino postale) con un codice identificativo ben preciso

**Remote banking**: servizio bancario per le imprese clienti fruito attraverso un collegamento internet.

**Retail banking**: mercato al dettaglio costituito prevalentemente da clienti privati, piccole imprese e famiglie consumatrici.

**Roadshow**: serie di incontri con investitori istituzionali che hanno luogo in piazze finanziarie internazionali.

**ROE** (Return on equity - rendimento dei mezzi propri): misura la redditività del patrimonio netto e quindi la capacità di remunerazione del capitale di rischio. È dato dal reddito netto diviso il patrimonio netto.

**ROI** (Return on Investment - rendimento del capitale investito): misura la remunerazione del capitale investito e quindi la capacità di ottenere ritorni sugli investimenti. È dato dal rapporto tra reddito operativo e capitale investito.

**Safety**: salute e sicurezza nel posto di lavoro.

**SRI** (Socially Responsible Investment): attività di gestione del risparmio svolta secondo criteri ambientali e sociali. Si distinguono tre approcci: la selezione dei portafogli (i titoli vengono inclusi o esclusi a seconda del profilo di responsabilità ambientale o sociale delle imprese emittenti); l'azionariato attivo (l'esercizio dei diritti, come il diritto di voto in assemblea, che discendono dalla proprietà dei titoli al fine di influenzare le politiche di responsabilità sociale dell'impresa); l'investimento di comunità (l'indirizzo di capitali verso economie marginali con obiettivi di sviluppo locale).

**Stakeholder**: portatore di interesse. È il soggetto, privato o pubblico, singolo od organizzato, che intrattiene relazioni, dirette o indirette, formali o informali, con l'impresa.

**Stock picking**: modalità di gestione degli investimenti che prevede la selezione titolo per titolo.

**Sviluppo sostenibile**: lo sviluppo che soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri.

**Tep** (tonnellata equivalente di petrolio): unità di misura internazionale che viene utilizzata quando si trattano quantità rilevanti di energia. Ogni tep equivale alla quantità di energia ottenibile bruciando 1.000 Kg di petrolio (41,8 GJ o 11,6 MWh).

**Wholesale** (filiali): filiali dedicate ai clienti imprese.



Il Bilancio Sociale  
è disponibile (in italiano e in inglese)  
sul sito internet:  
*[www.intesasanpaolo.com](http://www.intesasanpaolo.com)*

Osservazioni, suggerimenti  
o richieste di chiarimenti ed informazioni  
possono essere indirizzati a:  
*[csr@intesasanpaolo.com](mailto:csr@intesasanpaolo.com)*

Progetto grafico: Partners - Torino