The image shows the interior of a circular building. The ceiling is made of curved wooden planks. The floor is made of bricks in a herringbone pattern, with a circular area of bricks in the foreground. A large, textured stone pillar is on the right. In the background, there is a doorway leading to a dining area with tables and chairs, and a window with a decorative arch. Light streams in from a window in the background, creating a warm atmosphere.

**LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MONTEPASCHI**

BILANCIO

31 dicembre 2011

# LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DEL GRUPPO MONTEPASCHI

BILANCIO

31 dicembre 2011



Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. - Sede sociale in Siena, Piazza Salimbeni, 3 - [www.mps.it](http://www.mps.it)

Capitale Sociale € 7.484.508.171,08 - Riserve: € 10.173.026.753,60

Codice Fiscale, Partita IVA e n. iscrizione al Registro delle Imprese di Siena: 00884060526

Gruppo Bancario Monte dei Paschi di Siena - Codice Banca 1030.6 Codice Gruppo 1030.6

Iscritta all'Albo presso la Banca d'Italia al n. 5274 - Aderente al Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi

# INDICE

CONSIDERAZIONI DEL PRESIDENTE E DEL DIRETTORE GENERALE .....	5
1. STRATEGIA E ANALISI .....	7
2. PROFILO DEL GRUPPO .....	10
3. PARAMETRI DEL BILANCIO .....	14
4. GOVERNANCE, IMPEGNI, COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER .....	21
FS. ASPETTI SOCIALI E AMBIENTALI CARATTERISTICI DEL SETTORE FINANZIARIO .....	28
POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE .....	28
PRODOTTI E SERVIZI .....	32
EC. PERFORMANCE ECONOMICA .....	39
POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE .....	39
PERFORMANCE ECONOMICA .....	39
PRESENZA SUL MERCATO .....	41
IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI .....	42
EN. PERFORMANCE AMBIENTALE .....	45
POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE .....	45
MATERIE PRIME .....	46
ENERGIA .....	47
ACQUA .....	49
BIODIVERSITÀ .....	50
EMISSIONI, SCARICHI, RIFIUTI .....	50
PRODOTTI E SERVIZI .....	53
CONFORMITÀ .....	55
TRASPORTI .....	55
GENERALE .....	55
LA. RISORSE UMANE .....	56
POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE .....	56
ASPETTI OCCUPAZIONALI .....	57
RELAZIONI INDUSTRIALI .....	61
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO .....	62
FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE .....	64
QUALITÀ DELLA VITA LAVORATIVA E PARI OPPORTUNITÀ .....	66
HR. PROMOZIONE DEI DIRITTI UMANI .....	68
POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE .....	68
INVESTIMENTI E APPROVVIGIONAMENTI .....	69
NON DISCRIMINAZIONE .....	69
SO. IMPATTI NELLA SOCIETÀ .....	71
POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE .....	71
COLLETTIVITÀ .....	71
PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE .....	72
CONTRIBUTI POLITICI (APPROCCIO NEI CONFRONTI DELLA POLITICA E DELLE ISTITUZIONI) .....	73
COMPORAMENTI ANTI-COLLUSIVI .....	73
PR. RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO .....	74
POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE .....	74
SICUREZZA DEI CONSUMATORI .....	75
INFORMAZIONI SU PRODOTTI E SERVIZI, E CUSTOMER SATISFACTION .....	75
MARKETING E COMUNICAZIONE .....	77
TUTELA DELLA PRIVACY .....	78
CONFORMITÀ .....	78



## CONSIDERAZIONI DEL PRESIDENTE E DEL DIRETTORE GENERALE

La straordinarietà del contesto di mercato, caratterizzato da un progressivo rallentamento della crescita economica e dall'acuirsi della crisi del debito sovrano nell'area Euro, ha fortemente condizionato l'attività del sistema bancario. Ne hanno conseguentemente risentito le dinamiche patrimoniali e reddituali del Gruppo e quindi la nostra possibilità di generare utili nell'anno a beneficio dei nostri azionisti e degli altri stakeholder.

Pure in questa difficile situazione abbiamo confermato un approccio sostanziale alla Corporate Social Responsibility (CSR) attuando gli impegni presi e seguitando a supportare, nella sfera di nostra responsabilità, gli specifici indirizzi della Commissione Europea ed i principi di business ethics indicati dalle Nazioni Unite.

Si è riusciti a dare continuità ad un complesso di progetti finalizzati a coniugare i processi aziendali con un attento controllo dei temi di sviluppo sostenibile maggiormente rilevanti per il business e per gli stakeholder. In particolare, sono proseguite le attività, avviate nel 2010, di revisione e progressivo sviluppo della Strategia di CSR in coerente connessione con la pianificazione industriale.

L'azione ha riguardato tutti i principali aspetti di opportunità e di rischio relativi ai vari ambiti della CSR. In primis lo sviluppo delle risorse umane e la cura dei clienti: l'impegno formativo è stato rilevante e ha coinvolto quasi tutti i dipendenti per un investimento complessivo di 5,4 milioni di euro; gli indicatori di pari opportunità tra uomini e donne sono migliorati su vari fronti, dall'inserimento alla crescita professionale, segno di un'attenzione al tema che il Gruppo vuole sempre tenere alta per conciliare al meglio obiettivi di efficienza produttiva ed esigenze personali e familiari; abbiamo lavorato per prevenire e ridurre il fenomeno dei reclami da clientela (-12% rispetto all'anno precedente) e per essere più rapidi nei tempi di risposta che sono stati quasi dimezzati nei valori medi rispetto al 2010.

Anche quest'anno sono state messe in atto una serie di iniziative capaci di generare, in modo indiretto, valore aggiuntivo per l'azienda, e finalizzate a contribuire alla crescita sostenibile dei contesti di riferimento. Sono state confermate le misure per contrastare gli effetti della crisi sui clienti dando la possibilità a numerosi clienti retail e imprese di sospendere il pagamento delle rate del mutuo. È stata ulteriormente sviluppata l'offerta di prodotti e servizi pensati in particolare per le esigenze della clientela a bassa capacità di reddito, dei giovani e degli immigrati, in stretta relazione con gli sviluppi di alcune dinamiche socio-economiche che hanno causato un ampliamento delle fasce di popolazione a rischio di emarginazione sociale e finanziaria. È stata intensificata l'operatività del microcredito in favore dei soggetti non bancabili. È proseguita, attraverso ConsumerLab, la collaborazione con le associazioni dei consumatori che quest'anno ha avuto particolari focus sui temi della protezione e della previdenza e più in generale dell'educazione finanziaria dei consumatori e dei giovani. I fondi comuni presenti nel catalogo di offerta del Gruppo sono stati sottoposti a valutazioni di parte terza per verificare i profili di sostenibilità degli emittenti in portafoglio e qualificare ulteriormente l'investimento a beneficio della clientela. È stata avviata la collaborazione in ambito associativo ed a seguito di specifici accordi tra ABI, Confindustria ed il Ministero per lo Sviluppo Economico, finalizzata ad individuare possibili metriche di CSR da utilizzare nei processi di valutazione del credito alle PMI e, nei primi mesi del 2012, sono state svolte alcune applicazioni sperimentali. Il processo di valutazione e qualificazione dei fornitori è stato integrato attraverso l'analisi dei possibili impatti sociali e ambientali connessi ai cicli di vita dei prodotti e servizi acquistati dal Gruppo. Le emissioni di gas ad effetto serra generate dall'attività sono state in linea con i valori del 2010 e sono stati registrati minori consumi di energia (-2%), di carta (-13%) e di acqua (-4%) ed una minore produzione di rifiuti (-38%). È cresciuta l'operatività nel settore della "green finance" con 1,35 miliardi di finanziamenti per le energie rinnovabili e l'ambiente (+31% in un anno), ed il lancio di ulteriori prodotti.

È con soddisfazione, infine, che registriamo la conferma, anche per quest'anno, del titolo della Banca nel Dow Jones Sustainability Index, nel FTSE4Good ed in altri indici dei mercati finanziari che annoverano le società che dimostrano le migliori performance di gestione dei temi di sviluppo sostenibile.

## Considerazioni del Presidente e del Direttore Generale

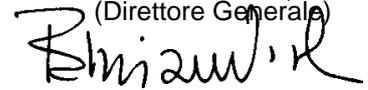
Queste sono alcune delle informazioni che si trovano in questo Bilancio, che indirizziamo a tutti coloro i quali vogliono conoscere il nostro approccio alla CSR, verificare la coerenza del nostro operato ed i risultati ottenuti.

Fatti e numeri di natura non finanziaria, dunque, che hanno caratterizzato l'anno e che, ad ulteriore testimonianza dell'importanza che hanno per l'andamento complessivo della gestione del Gruppo, sono stati esposti insieme ai tradizionali valori economici anche nel Bilancio Consolidato al 31.12.2011, in prosecuzione di un processo che ci vedrà impegnati anche nel 2012 per rendere la CSR ancora più sinergica con la gestione economico-finanziaria.

**Giuseppe Mussari**  
(Presidente)

Handwritten signature of Giuseppe Mussari in black ink, written in a cursive style.

**Fabrizio Viola**  
(Direttore Generale)

Handwritten signature of Fabrizio Viola in black ink, written in a cursive style.

# 1. STRATEGIA E ANALISI

Le opportunità e i rischi relativi a ciascun ambito di responsabilità sociale del Gruppo Montepaschi (Clienti, Risorse Umane, Ambiente, Società) sono identificati attraverso un processo di raccolta e analisi dei seguenti input:

- Strategie aziendali.
- Dati di scenario socio-economico e relativi impatti sull'attività bancaria.
- Percezione delle aspettative degli stakeholder.
- Valutazioni delle agenzie di rating.
- Best practice di settore.
- Analisi sviluppate nell'ambito di organizzazioni attive nel campo della CSR.

Sono conseguentemente definiti, con coerente riferimento al sistema dei valori aziendali, gli obiettivi prioritari da perseguire nel breve e nel medio-lungo periodo per migliorare progressivamente gli impatti che il Gruppo può avere sui temi di sviluppo sostenibile più significativi per il settore bancario e gli effetti del proprio operato sugli stakeholder.

Lo stato di realizzazione degli obiettivi e le relative performance sono verificati anche attraverso il monitoraggio di uno specifico set di indicatori (il cosiddetto Albero della Sostenibilità).

## CLIENTI

RISCHI	OPPORTUNITÀ
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sfiducia nei confronti delle banche a causa di inadeguati livelli di trasparenza e relazioni con la clientela non sempre in linea con le regole di comportamento etico.</li> <li>▪ Rischi di compliance e reputazionali connessi ad una non sempre efficace gestione delle criticità evidenziate dai clienti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La trasparenza semplice e sostanziale potrebbe essere sviluppata ulteriormente per diventare un punto di forza del Gruppo.</li> <li>▪ Possibilità di cogliere importanti spunti di miglioramento dalle indicazioni dei clienti su qualità e utilità dei servizi.</li> <li>▪ Ulteriore valorizzazione di ConsumerLab (il laboratorio di collaborazione con le associazioni dei consumatori sui temi più importanti del rapporto banca-cliente) nel campo dell'educazione finanziaria, a supporto di strategie di acquisition e full potential della clientela.</li> <li>▪ Possibilità di aumentare la quota di mercato nell'attività di distribuzione di prodotti d'investimento socialmente responsabili che in Italia non ha una leadership forte.</li> </ul>

OBIETTIVI 2011-15	ATTIVITÀ 2011 (PAG. BILANCIO)	IMPATTI SULLA SOSTENIBILITÀ	EFFETTI SUGLI STAKEHOLDER
Massimizzare semplicità e trasparenza delle comunicazioni alla clientela.	74, 75	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maggiore trasparenza e correttezza nei mercati.</li> <li>▪ Maggiore cultura finanziaria diffusa.</li> <li>▪ Maggiore diffusione degli investimenti socialmente responsabili quale leva per promuovere la CSR nei mercati.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maggiore soddisfazione dei clienti.</li> <li>▪ Migliore comprensione dei prodotti e servizi bancari.</li> <li>▪ Migliore gestione dei risparmi.</li> </ul>
Aumentare la consapevolezza dei clienti nella scelta e gestione dei prodotti.	74, 75		
Migliorare la relazione con i clienti e la gestione dei feedback sui livelli di servizio.	25, 26, 27, 76, 77		

PERFORMANCE	TARGET		
Indicatori	2010	2011	2015
▪ Customer Perception Index (scala 20-100)*	80,6	78,6	85,0
▪ Retention (%)**	95,3	95,8	97,0
▪ Acquisition (%)***	5,7	5,0	6,2
▪ Reclami (n.)	11.586	10.176	--
▪ Reclami-tempi medi di risposta (giorni)	43	24	15

\*Qualità dei prodotti/servizi percepita dalla clientela di Banca Monte dei Paschi di Siena.

\*\*Tasso di fidelizzazione della clientela.

\*\*\*Tasso di acquisizione di nuova clientela.

## RISORSE UMANE

RISCHI	OPPORTUNITÀ
<ul style="list-style-type: none"> <li>Minore efficacia di ogni iniziativa aziendale a causa di un coinvolgimento parziale delle risorse umane (evidenze empiriche mostrano correlazioni forti tra la CSR, il coinvolgimento dei dipendenti e la reputazione aziendale).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuare ad investire nello sviluppo delle competenze per supportare la competitività del Gruppo.</li> <li>Sviluppare le "politiche sociali" di Gruppo in chiave di creazione di valore (salute e sicurezza, CSR e clima lavorativo, pari opportunità, conciliazione tempi di vita e lavoro, politiche sull'invecchiamento attivo, ecc.).</li> </ul>

OBIETTIVI 2011-15	ATTIVITÀ 2011 (PAG. BILANCIO)	IMPATTI SULLA SOSTENIBILITÀ	EFFETTI SUGLI STAKEHOLDER
Aumentare l'efficienza dell'organizzazione del lavoro e delle politiche di sviluppo del capitale umano.	56, 57, 58, 59, 64, 65	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo del patrimonio di competenze nel mercato del lavoro.</li> <li>Maggiore disponibilità di servizi alla persona complementari al welfare pubblico.</li> <li>Affermazione delle pari opportunità.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maggiore soddisfazione nel lavoro.</li> <li>Possibilità di intraprendere percorsi di crescita professionale personalizzati.</li> <li>Maggiore disponibilità di servizi aziendali per necessità extra-lavorative.</li> </ul>
Migliorare la qualità del rapporto banca-dipendente.	56, 57, 60, 61		
Dare maggiore attenzione ai bisogni della persona e della famiglia.	48, 49, 66, 67		

PERFORMANCE	TARGET		
Indicatori	2010	2011	2015
Employee Perception Index (scala 20-100)*	69,2	68,9	79,0
Dimissioni volontarie (%)**	0,36	0,46	--
Giorni di assenza per malattia e infortunio (%)***	3,88	3,93	--
Formazione procapite (ore)	48	49	Target min. 35
Donne con incarichi di responsabilità (%)	35,1	37,3	--

\*Misura la soddisfazione del personale delle filiali di Banca Monte dei Paschi di Siena rispetto alle condizioni di lavoro ed agli strumenti disponibili per servire i clienti.

\*\*L'indicatore è calcolato in rapporto all'organico complessivo.

\*\*\*L'indicatore è calcolato in rapporto al numero totale di giorni lavorativi medi annui.

## AMBIENTE

RISCHI	OPPORTUNITÀ
<ul style="list-style-type: none"> <li>Perdita di competitività e di immagine nel caso in cui non venga data continua e crescente attenzione ai temi della tutela dell'ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Possibilità di aumentare la quota di mercato nei settori della green economy che in Italia hanno prospettive di significativa crescita nei prossimi anni.</li> <li>Supportare gli obiettivi di cost management con una progressiva riduzione dei consumi di risorse e degli impatti ambientali connessi anche attraverso il consolidamento della collaborazione con i fornitori in questo campo.</li> </ul>

OBIETTIVI 2011-15	ATTIVITÀ 2011 (PAG. BILANCIO)	IMPATTI SULLA SOSTENIBILITÀ	EFFETTI SUGLI STAKEHOLDER
Sviluppare i business nei mercati della green economy.	35, 36	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conservazione delle risorse naturali non rinnovabili.</li> <li>Efficace contrasto alle cause del cambiamento climatico.</li> <li>Minori emissioni inquinanti e migliore qualità dell'ambiente nelle aree urbane e nel territorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maggiori tutele per la collettività e per le generazioni future rispetto alla possibilità di una migliore qualità della vita.</li> </ul>
Ridurre i consumi di risorse e gli impatti ambientali delle operation.	45 - 55		

PERFORMANCE	TARGET		
Indicatori	2010	2011	2015
Finanziamenti nei settori energia e ambiente (milioni di euro)	1.031	1.351	--
Energia procapite (GJoule per dipendente)	36,5	36,1	--
Emissioni dirette di CO <sub>2</sub> e (kg per dipendente)*	823	830	750
Consumo di carta – uso interno (kg per dipendente)	67	59	--
Consumo di carta – uso esterno (kg per cliente)	0,36	0,44	--
Rating di sostenibilità dei fornitori (scala 1-10)	4,7	4,6	5,0
Spesa per prodotti e servizi eco-compatibili (%)	4,0	4,9	8,0

\*Emissioni di gas ad effetto serra relativi agli "scope 1" e "scope 2" secondo la classificazione internazionale GHG Protocol. I dati sono espressi in termini di quantità di CO<sub>2</sub> equivalente.

## SOCIETÀ

RISCHI	OPPORTUNITÀ
<ul style="list-style-type: none"> <li>Perdita di ricavi e ridotta capacità competitiva per il mancato e/o il tardivo adeguamento dell'offerta in relazione agli sviluppi di dinamiche socio-economiche quali: l'invecchiamento della popolazione, l'immigrazione, la povertà, la disoccupazione, ecc.</li> <li>Minori potenzialità di sviluppo del segmento di clientela "giovani" a causa delle precarizzazione del lavoro e dei crescenti tassi di disoccupazione.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Possibilità di innovare l'offerta di prodotti e servizi per acquisire, conservare e sviluppare la clientela appartenente ad ampie fasce di popolazione "deboli" in ottica di inclusione finanziaria e di tutela/progresso sociale (anziani, giovani, immigrati, lavoratori precari, micro-imprese, organizzazioni non profit, ecc.).</li> <li>Sviluppare ulteriormente l'attività di microcredito attraverso la controllata Microcredito di Solidarietà Spa, quale possibile sostegno agli obiettivi aziendali di integrazione nel territorio.</li> <li>Possibilità di valorizzare l'analisi di rischi e opportunità di CSR nel credito e nei rapporti commerciali con le imprese clienti nell'ambito di uno specifico programma promosso da ABI in accordo con Confindustria ed il Ministero per lo Sviluppo Economico.</li> </ul>

OBIETTIVI 2011-15	ATTIVITÀ 2011 (PAG. BILANCIO)	IMPATTI SULLA SOSTENIBILITÀ	EFFETTI SUGLI STAKEHOLDER
Estendere su scala nazionale l'attività del Gruppo nel campo del microcredito.	33, 34, 35	<ul style="list-style-type: none"> <li>Minori livelli di emarginazione sociale.</li> <li>Più efficace contrasto alla povertà e alle altre cause del sovra indebitamento e dell'usura.</li> <li>Maggiore cura degli impatti sociali e ambientali anche da parte delle piccole e medie imprese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maggiori garanzie di accessibilità sostenibile al credito ed ai principali servizi bancari da parte di clienti "meno evoluti", a basso reddito, in particolari difficoltà economiche e con bisogni molto specifici.</li> </ul>
Favorire l'inclusione finanziaria di fasce deboli della società.	33, 34, 35, 71		
Promuovere la sostenibilità d'impresa attraverso l'attività commerciale e del credito.	28, 29, 30, 36, 37		

PERFORMANCE	TARGET		
Indicatori	2010	2011	2015
<ul style="list-style-type: none"> <li>Microcrediti (n.)</li> <li>Clientela immigrata (%)</li> <li>Sponsorizzazioni e contributi per progetti con finalità sociali (milioni di euro)</li> </ul>	711	869	1.500
	5,2	5,5	--
	43,6	44,1	--

## 2.PROFILO DEL GRUPPO

### 2.1 - 2.5 Principali attività

Il Gruppo Montepaschi (da qui in avanti identificato come “Gruppo”) è uno dei principali poli bancari italiani. Il commercial banking, che si caratterizza per una particolare vocazione retail, costituisce l’attività prevalente del Gruppo. L’attività è realizzata attraverso le reti distributive di Banca Monte dei Paschi di Siena, Banca Antonveneta e Biverbanca (partecipata al 60,42%) che presidiano l’intero territorio nazionale con 2.915 sportelli, 276 centri specialistici e 143 uffici di promozione finanziaria (l’attività può contare anche sul supporto di Banca Popolare di Spoleto, partecipata al 26,005%).

Il Gruppo è inoltre attivo, tramite società prodotte specializzate, in aree di business quali il leasing, il factoring, il credito al consumo, la finanza d’impresa e l’investment banking. Il comparto assicurativo-previdenziale è coperto, lato distribuzione, in virtù di una partnership strategica con AXA, mentre l’attività di asset management si sostanzia nell’offerta alla propria clientela di prodotti di investimento di case terze indipendenti. L’operatività estera (foreign banking) si svolge prevalentemente nelle seguenti aree geografiche: Francia, Belgio, UK, Europa Centro Orientale, USA, Cina, Nord Africa, India. Essa è focalizzata nel supporto degli investimenti all’estero e dell’interscambio commerciale delle imprese clienti italiane, ed interessa i principali mercati finanziari internazionali ed alcuni tra i paesi emergenti che intrattengono rapporti con l’Italia.

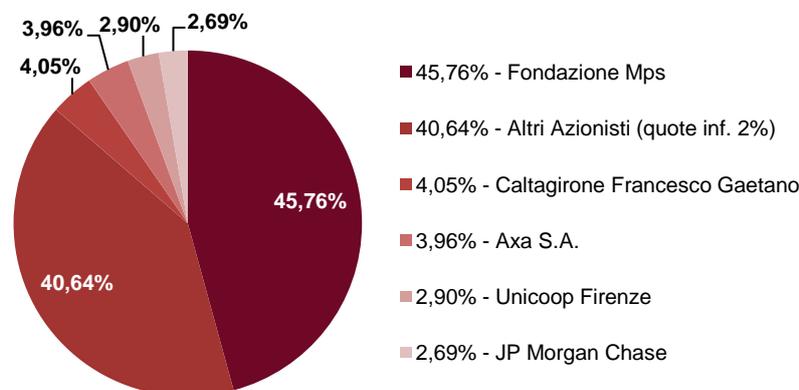
AREA DI BUSINESS	ATTIVITÀ	PRINCIPALI SOCIETÀ DEL GRUPPO
<b>Retail e Commercial banking</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intermediazione creditizia.</li> <li>▪ Servizi bancari tradizionali.</li> <li>▪ Offerta di prodotti assicurativi e previdenziali attraverso la partnership strategica con AXA.</li> <li>▪ Promozione finanziaria.</li> <li>▪ Gestioni patrimoniali.</li> <li>▪ Offerta di prodotti investimento anche attraverso la partecipazione di collegamento con AM Holding.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Banca Monte dei Paschi di Siena</li> <li>▪ Banca Antonveneta</li> <li>▪ Biverbanca</li> <li>▪ Banca Popolare di Spoleto</li> <li>▪ MPS Fiduciaria</li> </ul>
<b>Leasing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Offerta di pacchetti integrati di leasing e factoring per le imprese, gli artigiani ed i professionisti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MPS Leasing &amp; Factoring</li> </ul>
<b>Credito al consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prestiti finalizzati, prestiti personali, carte di credito option e carte di credito revolving.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consum.it</li> </ul>
<b>Finanza d’impresa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Credito a medio e lungo termine, corporate e project finance, capital market e finanza strutturata.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MPS Capital Services</li> </ul>
<b>Investment banking e finanza proprietaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Finanza, trading, global market.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Banca Monte dei Paschi di Siena</li> <li>▪ MPS Capital Services</li> </ul>
<b>Foreign banking</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prodotti e servizi a sostegno dell’interscambio commerciale e degli investimenti delle imprese italiane all’estero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Banca Monte dei Paschi di Siena</li> <li>▪ MP Banque</li> <li>▪ MP Belgio</li> </ul>
<b>Supporto al business</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sistemi informatici e di telecomunicazione.</li> <li>▪ Gestione credito non performing.</li> <li>▪ Valorizzazione degli immobili di proprietà.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consorzio Operativo</li> <li>▪ MPS Gestione Crediti Banca</li> <li>▪ MPS Immobiliare</li> </ul>

**2.6**  
Aspetto proprietario

Il ruolo di Capogruppo è svolto dalla Banca Monte dei Paschi di Siena SpA (da qui in avanti identificata come “Banca” o “Capogruppo”), la cui sede principale è a Siena. Fondata nel 1472 come Monte di Pietà, la Banca è quotata alla Borsa Italiana ed è un componente del FTSE MIB40 (il principale indice di benchmark del mercato azionario italiano).

I maggiori azionisti della Banca detengono complessivamente il 59,36% del capitale ordinario.

Composizione del capitale di Banca Monte dei Paschi di Siena al 31.12.2011 \*



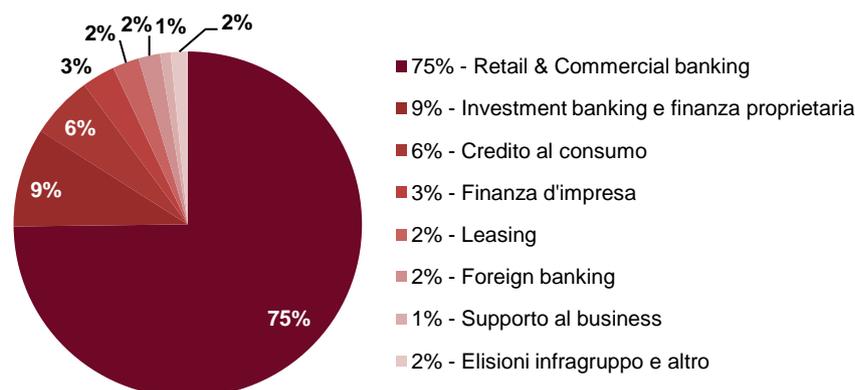
\*Per un quadro aggiornato della ripartizione delle azioni del titolo BMPS si veda la [Sezione Investors&Ricerca del sito www.mps.it](#)

**2.7, 2.8**  
Dimensione dell'organizzazione e mercati serviti

**PARAMETRI DIMENSIONALI AL 31.12.2011**

- Dipendenti, circa 31.200.
- Clienti, circa 6,2 milioni (in larga prevalenza retail).
- Totale attivo, circa 240,7 miliardi di euro.
- Patrimonio netto, circa 10,8 miliardi di euro.
- Capitalizzazione di mercato, circa 3 miliardi di euro.
- Ricavi (margine della gestione finanziaria e assicurativa), circa 5,5 miliardi di euro.

Ripartizione per area di business dei ricavi realizzati dal Gruppo nel 2011



**MERCATI SERVITI**

- In Italia (dove realizza la maggior parte del proprio fatturato), il Gruppo può contare su una rete distributiva composta da 2.915 filiali, 276 centri specialistici (per le piccole-medie imprese, gli enti pubblici ed i clienti private), 143 uffici finanziari e 3.614 ATM.
- All'estero è presente con 4 filiali (Londra, New York, Honk Kong, Shangai), 11 uffici di rappresentanza (nelle “aree target” UE, Europa Centro Orientale, Nord Africa, India, Cina), 2 banche sussidiarie di diritto estero: MontePaschi Banque, in Francia, e MontePaschi Belgio.

Ripartizione per Regione delle filiali del Gruppo in Italia al 31.12.2011 – Totale = 2.915



### 2.9 Cambiamenti organizzativi significativi

Nel 2011 non vi sono stati cambiamenti significativi per quanto attiene alla dimensione, alla struttura e all'assetto proprietario del Gruppo.

Informazioni su tutti i principali eventi societari dell'anno sono riportate nel [Bilancio Consolidato al 31.12.2011 \(p. 13, 14\)](#).

### 2.10 Riconoscimenti e premi ricevuti

#### OSCAR DI BILANCIO

La Banca ha ricevuto dalla Federazione Relazioni Pubbliche Italiana l'Oscar 2011 per il migliore Bilancio nella categoria Maggiori e Grandi Imprese Bancarie e Finanziarie.

L'Oscar ha premiato la qualità della comunicazione istituzionale della Banca attraverso il Bilancio sulla Responsabilità Sociale e il Bilancio Consolidato al 31.12.2010.



#### PREMI PER L'INNOVAZIONE DI PRODOTTO

- Cerchio d'Oro Innovazione Finanziaria per il Conto Zip.
- Premio ABI Lab Innovazione nei Servizi Bancari - menzione speciale "sostegno al territorio" per le misure anticrisi realizzate attraverso il prodotto Time Out.
- Premio Milano Finanza a Mutuo Natura, il prodotto di finanziamento per l'acquisto o la ristrutturazione di immobili secondo i principi della bioedilizia.

#### RANDSTAD GLOBE 2011

Premio speciale nella categoria "Work-life Balance" per "aver saputo comunicare ai potenziali candidati per un posto di lavoro l'immagine di un'azienda che sostiene i propri dipendenti nella ricerca di un equilibrio tra esigenze di sviluppo professionale e ritmi della vita quotidiana".

### PENSION FUNDS & SUSTAINABLE INVESTMENT STUDY 2011

Indicata da Eurosif (European Sustainable Investment Forum) come Best practice europea per la gestione socialmente responsabile della previdenza complementare aziendale.

### IL TITOLO DELLA BANCA IN INDICI DI SOSTENIBILITÀ

- Confermato per il terzo anno nel Dow Jones Sustainability Index World e per il quarto nello Europe.
- Confermato per il decimo anno nel FTSE4Good (Europe e World).
- Confermato per l'ottavo anno nei registri "Excellence" e "Pioneer" di ETHIBEL.
- Confermato per il quarto anno nell'ASPI.
- Inserito nel FTSE ECPI Italia (a cura di ECapital Partners e Ftse Group).
- Inserito nello STOXX Global ESG Leaders (a cura di STOXX e Sustainalytics).
- Inserito nel Carbon Disclosure Leadership Index (CDP 2011 Italy 100).



## 3.PARAMETRI DEL BILANCIO

### 3.1-3.11 Profilo, obiettivo e perimetro del rapporto

---

Il Bilancio presenta un esame degli aspetti extra contabili che hanno caratterizzato maggiormente l'azione del Gruppo nel 2011, tesa a dare consistenza al proposito di creare valore sostenibile per l'azienda e per i suoi stakeholder.

Il Bilancio è redatto secondo le Linee Guida "Sustainability Reporting Guidelines & Financial Services Sector Supplement" definite dal Global Reporting Initiative (GRI) nel 2008, ed i suoi successivi aggiornamenti (GRI G3.1). Al fine di garantire la comparabilità dei dati, in particolar modo tra le banche italiane, sono state considerate anche le "Specifiche ABI per la redazione dei bilanci di sostenibilità secondo le linee guida GRI G3.1" del novembre 2011.

Gli argomenti trattati nel Bilancio sono stati scelti in base a criteri quali:

- Il rispetto delle suddette linee guida.
- La loro rilevanza per le strategie aziendali e per l'attività bancaria.
- La percezione delle aspettative degli stakeholder.
- Le informazioni richieste dalle agenzie di rating e dagli investitori socialmente responsabili.
- Analisi di benchmarking e ricerche, sia interne, sia sviluppate da organizzazioni attive nel campo della CSR.

Le informazioni sono presentate in modo sintetico. Per consentire un accesso diretto ad alcuni approfondimenti sono opportunamente indicati nel testo i collegamenti ad ulteriori risorse disponibili nel sito della Banca e in altri siti internet.

Il Bilancio è finalizzato in primo luogo a verificare internamente gli sviluppi della strategia di CSR. È inoltre rivolto agli stakeholder che utilizzano i dati ivi contenuti in ambiti professionali e per finalità di studio e ricerca; ed è reso disponibile a tutti gli altri stakeholder quale ulteriore possibile riferimento per conoscere le attività del Gruppo.

Il Bilancio è annuale. Vi sono riportati attività e dati relativi all'esercizio chiuso il 31.12.2011, ed i fatti più rilevanti del primo trimestre 2012, riferiti al Gruppo Montepaschi (come definito nel Bilancio Consolidato ad esclusione di Banca Popolare di Spoleto, Montepaschi Ireland ed altre società che per dimensione e settore di appartenenza non sono considerate rilevanti ai fini di questo Bilancio.

Sono inoltre esclusi dal perimetro di rendicontazione:

- Il comparto assicurativo (AXA MPS Assicurazioni Vita e AXA MPS Assicurazioni Danni), la cui gestione compete al Gruppo AXA.
- Il comparto dell'asset management su cui il Gruppo Montepaschi non ha un controllo operativo (nel 2010 tramite un accordo con Banca Popolare di Milano e Clessidra Sgr è stata definita la costituzione e la partecipazione sociale in AM Holding che si configura come un primario operatore indipendente nel settore dell'asset management in Italia).

I dati riportati nel Bilancio sono rilevati principalmente attraverso:

- Estrazioni dai sistemi informativi aziendali: la contabilità generale, il controllo di gestione, la reportistica sui crediti e sui prodotti, la banca dati sui clienti, l'applicativo sui reclami, la piattaforma di gestione dei dati sul personale, la procedura elettronica di acquisto, ecc.
- Le fatturazioni ed altri rendiconti prodotti dai fornitori, ad esempio nel caso di alcuni dati ambientali come i consumi di energia ed i rifiuti.
- Questionari e survey per misurare le customer satisfaction, l'employee perception, la sostenibilità dei fornitori, ecc.

Parte di essi, per i quali non vi è attualmente una gestione unitaria a livello di Gruppo, sono stati rilevati da ciascuna realtà societaria e territoriale e quindi aggregati centralmente dalle competenti Funzioni di Capogruppo.

Al fine di dare una corretta rappresentazione delle performance del Gruppo è stata privilegiata l'inclusione nel Bilancio di dati direttamente misurabili, evitando il più possibile il ricorso a stime che, se utilizzate, sono state effettuate in base alle migliori metodologie disponibili.

Per assicurare opportuni termini di paragone sono riportati anche i dati al 31.12.2009 e al 31.12.2010.

**LIMITAZIONI DI PERIMETRO DEI DATI AL 31.12.2011\***

<b>Risorse umane</b>	Gli indicatori sono elaborati relativamente ad un numero di dipendenti pari a 31.127 (99,7% del personale a libro paga) poiché non comprendono il personale della Banca assunto con contratto locale presso le filiali e gli uffici di rappresentanza all'estero. I dati sulla formazione e sugli infortuni nei luoghi di lavoro, e le relative elaborazioni non comprendono inoltre il personale delle banche estere.
<b>Ambiente</b>	I dati non comprendono le filiali e le banche estere.
<b>Fornitori</b>	I dati non comprendono BiverBanca, le filiali e le banche estere.

\*Tali limitazioni sussistono se non diversamente indicato nel prosieguo del documento.

**3.12**  
 Livello di  
 applicazione degli  
 indicatori GRI

Il Bilancio è stato redatto con un livello di applicazione delle Linee Guida GRI G3.1 pari ad A+ (livello massimo in una scala C, C+, B, B+, A, A+).

L'Indice del Bilancio coincide con l'articolazione degli indicatori richiesti dalle Linee Guida. Inoltre, per consentire di rintracciare più facilmente i contenuti del Bilancio che rispondono a tali requisiti e di valutare in modo puntuale l'applicazione delle Linee Guida, si riporta a seguire uno specifico schema di raccordo in cui sono in particolare indicati, per ciascun indicatore, il grado di copertura rispetto alle Linee Guida e la spiegazione di eventuali limitazioni o esclusioni presenti nel Bilancio.

INDICATORI GRI	LIVELLO DI APPLICAZIONE			Note
	Codice	Primario	Copertura	
<b>Strategia e analisi</b>				
1.1	Sì	Completo	5, 6	
1.2	Sì	Completo	7, 8, 9	
<b>Profilo dell'organizzazione</b>				
2.1	Sì	Completo	10	
2.2	Sì	Completo	10	
2.3	Sì	Completo	10	
2.4	Sì	Completo	10	
2.5	Sì	Completo	10	
2.6	Sì	Completo	11	
2.7	Sì	Completo	11, 12	
2.8	Sì	Completo	11, 12	
2.9	Sì	Completo	12	
2.10	Sì	Completo	12, 13	
<b>Parametri del report</b>				
3.1	Sì	Completo	14, 15	
3.2	Sì	Completo	14, 15	
3.3	Sì	Completo	14, 15	
3.4	Sì	Completo	80	
3.5	Sì	Completo	14, 15	
3.6	Sì	Completo	14, 15	
3.7	Sì	Completo	14, 15	
3.8	Sì	Completo	14, 15	
3.9	Sì	Completo	14, 15	
3.10	Sì	Completo	14, 15	
3.11	Sì	Completo	14, 15	
3.12	Sì	Completo	15, 16, 17, 18	
3.13	Sì	Completo	18, 19, 20	

INDICATORI GRI		LIVELLO DI APPLICAZIONE		
Codice	Primario	Copertura	Pagine del Bilancio	Note
<b>Governance, impegni e coinvolgimento degli stakeholder</b>				
4.1	Sì	Completo	21	
4.2	Sì	Completo	22	
4.3	Sì	Completo	22	
4.4	Sì	Completo	22	
4.5	Sì	Completo	23	
4.6	Sì	Completo	23	
4.7	Sì	Completo	23	
4.8	Sì	Completo	24	
4.9	Sì	Completo	24	
4.10	Sì	Completo	24	
4.11	Sì	Completo	25	
4.12	Sì	Completo	25	
4.13	Sì	Completo	25	
4.14	Sì	Completo	25, 26, 27	
4.15	Sì	Completo	25, 26, 27	
4.16	Sì	Completo	25, 26, 27	
4.17	Sì	Completo	25, 26, 27	
<b>Aspetti sociali e ambientali caratteristici del settore finanziario</b>				
Politiche e sistemi di gestione		Completo	28, 29, 30, 31	
FS1	Sì	Completo	28	
FS2	Sì	Completo	29, 30	
FS3	Sì	Completo	30	
FS4	Sì	Completo	30	
FS5	Sì	Completo	31	
FS6	Sì	Completo	32, 33	
FS7	Sì	Completo	33, 34, 35	
FS8	Sì	Completo	35, 36	
FS9	Sì	Completo	36	
FS10	Sì	Completo	36, 37	
FS11	Sì	Completo	37, 38	
FS12	Sì	Completo	38	
<b>Performance economica</b>				
Politiche e sistemi di gestione		Completo	39	
EC1	Sì	Completo	39, 40	
EC2	Sì	Completo	40	
EC3	Sì	Completo	41	
EC4	Sì	Completo	41	
EC5	NO	Completo	41	
EC6	Sì	Completo	41, 42	
EC7	Sì	Completo	42	
EC8	Sì	Completo	42, 43	
EC9	NO	Completo	44	
<b>Performance Ambientale</b>				
Politiche e sistemi di gestione		Completo	45	
EN1	Sì	Completo	46	
EN2	Sì	Completo	46	
EN3	Sì	Completo	47	
EN4	Sì	Completo	47	
EN5	NO	Completo	47, 48	
EN6	NO	Completo	48	

INDICATORI GRI		LIVELLO DI APPLICAZIONE		
Codice	Primario	Copertura	Pagine del Bilancio	Note
EN7	NO	Completo	48, 49	
EN8	Sì	Completo	49	
EN9	NO	Non rendicontato	50	Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN10	NO	Non rendicontato	50	Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN11	Sì	Completo	50	
EN12	Sì	Completo	50	
EN13	NO	Non rendicontato	50	Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN14	NO	Non rendicontato	50	Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN15	NO	Non rendicontato	50	Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN16	Sì	Completo	50, 51	
EN17	Sì	Completo	51	
EN18	NO	Completo	52	
EN19	Sì	Completo	52	
EN20	Sì	Non rendicontato	52	Data l'attività svolta l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN21	Sì	Completo	52	
EN22	Sì	Completo	52	
EN23	Sì	Non rendicontato	53	Data l'attività svolta l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN24	NO	Completo	53	
EN25	NO	Non rendicontato	53	Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN26	Sì	Completo	53, 54, 55	
EN27	Sì	Non rendicontato	55	Data l'attività svolta l'indicatore non è ritenuto rilevante.
EN28	Sì	Completo	55	
EN29	NO	Completo	55	
EN30	NO	Completo	55	
<b>Risorse Umane</b>				
Politiche e sistemi di gestione		Completo	56, 57	
LA1	Sì	Completo	57, 58, 59	
LA2	Sì	Completo	59, 60	
LA3	NO	Completo	60, 61	
LA4	Sì	Completo	61	
LA5	Sì	Completo	61	
LA6	NO	Completo	62	
LA7	Sì	Completo	62, 63	
LA8	Sì	Completo	63	
LA9	NO	Completo	63	
LA10	Sì	Completo	64, 65	
LA11	NO	Completo	65	
LA12	NO	Completo	65	
LA13	Sì	Completo	66, 67	
LA14	Sì	Completo	67	
LA15	Sì	Completo	67	
<b>Promozione dei diritti umani</b>				
Politiche e sistemi di gestione		Completo	68	
HR1	Sì	Completo	69	
HR2	Sì	Completo	69	
HR3	NO	Completo	69	
HR4	Sì	Completo	69, 70	
HR5	Sì	Non rendicontato	70	Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

INDICATORI GRI		LIVELLO DI APPLICAZIONE		
Codice	Primario	Copertura	Pagine del Bilancio	Note
HR6	Sì	Non rendicontato	70	Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
HR7	Sì	Non rendicontato	70	Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
HR8	NO	Non rendicontato	70	Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
HR9	NO	Non rendicontato	70	Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.
<b>Impatti nella società</b>				
Politiche e sistemi di gestione		Completo	71	
SO1	Sì	Completo	71	
FS13	Sì	Completo	71	
FS14	Sì	Completo	71	
SO2	Sì	Completo	72	
SO3	Sì	Completo	72	
SO4	Sì	Completo	72	
SO5	Sì	Completo	73	
SO6	NO	Completo	73	
SO7	NO	Completo	73	
SO8	NO	Completo	73	
<b>Responsabilità di prodotto</b>				
Politiche e sistemi di gestione		Completo	74	
FS15	Sì	Completo	74	
FS16	Sì	Completo	74, 75	
PR1	Sì	Completo	75	
PR2	NO	Completo	75	
PR3	Sì	Completo	75	
PR4	NO	Completo	76	
PR5	NO	Completo	76, 77	
PR6	Sì	Completo	77	
PR7	NO	Completo	77	
PR8	NO	Completo	78	
PR9	Sì	Completo	78	

**3.13**Attestazione esterna

Il Bilancio è stato verificato dalla società di revisione contabile Reconta Ernst & Young S.p.A. L'attività è stata condotta con le modalità indicate nella loro Relazione ed ha offerto numerosi spunti di miglioramento sia per il processo di rendicontazione che per una più efficace attuazione della CSR da parte del Gruppo.

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO SULLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

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

1. Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio sulla Responsabilità Sociale del Gruppo Montepaschi al 31 dicembre 2011. La responsabilità della redazione del bilancio sulla Responsabilità Sociale in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines - G3.1" definite nel 2011 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "Parametri del bilancio", compete agli amministratori della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. (di seguito "BMPS"), così come la definizione degli obiettivi del Gruppo Montepaschi in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Compete altresì agli amministratori della BMPS l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare, così come l'adozione e il mantenimento di adeguati processi di gestione e di controllo interno relativi ai dati e alle informazioni presentati nel bilancio sulla Responsabilità Sociale. È nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base al lavoro svolto.
2. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" ("ISAE 3000"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board*. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili ("Code of Ethics for Professional Accountants" dell'*International Federation of Accountants - "IFAC"*), compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una limitata sicurezza, inferiore rispetto a una revisione completa, che il bilancio sulla Responsabilità Sociale non contenga errori significativi. Un incarico di revisione limitata del bilancio sulla Responsabilità Sociale consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della BMPS responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio sulla Responsabilità Sociale, analisi del bilancio sulla Responsabilità Sociale ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze probative ritenute utili. Le procedure effettuate sono riepilogate di seguito:
  - comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nei paragrafi "Dimensione dell'organizzazione e mercati serviti" e "Valore economico direttamente generato e distribuito" del bilancio sulla Responsabilità Sociale e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato della BMPS al 31 dicembre 2011, sui quali abbiamo emesso la nostra relazione di revisione in data 5 aprile 2012 ai sensi degli artt. 14 e 16 del D. Lgs. 27.1.2010, n. 39;
  - analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel bilancio sulla Responsabilità Sociale. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
    - interviste e discussioni con il personale della BMPS, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del bilancio sulla Responsabilità Sociale, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio sulla Responsabilità Sociale;

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio sulla Responsabilità Sociale, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel bilancio sulla Responsabilità Sociale;
- analisi della conformità delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sulla Responsabilità Sociale alle linee guida identificate nel paragrafo 1. della presente relazione e della loro coerenza interna, con particolare riferimento alla strategia, alle politiche di sostenibilità e all'identificazione degli aspetti significativi per ciascuna categoria di stakeholder;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della BMPS, sulla conformità del bilancio sulla Responsabilità Sociale alle linee guida indicate nel paragrafo 1., nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo l'ISAE 3000 e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione completa.

Per quanto riguarda i dati e le informazioni relative al bilancio sulla Responsabilità Sociale dell'esercizio precedente presentati a fini comparativi, si fa riferimento alla relazione emessa da altro revisore in data 15 aprile 2011.

3. Sulla base di quanto svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio sulla Responsabilità Sociale del Gruppo Montepaschi al 31 dicembre 2011 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines - G3.1" definite nel 2011 dal GRI - *Global Reporting Initiative* come descritto nel paragrafo "Parametri del bilancio".

Milano, 16 aprile 2012

Reconta Ernst & Young S.p.A.



Massimiliano Bonfiglio  
(Socio)

## 4. GOVERNANCE, IMPEGNI, COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

### 4.1 Struttura di governo

Le informazioni in tema di corporate governance sono pubblicate nella [Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari](#) che viene redatta annualmente in conformità con il Codice di Autodisciplina delle società quotate emanato da Borsa Italiana.

Di seguito, in questo capitolo e nei capitoli successivi, se ne riportano alcuni aspetti tra quelli maggiormente rilevanti in ottica CSR.

L'approccio al governo societario del Gruppo è improntato a principi di trasparenza, integrità e prudenza. Ciò in coerenza con:

- Il Codice Etico ed il sistema dei valori aziendali.
- La visione di lungo periodo che caratterizza le strategie ed i comportamenti aziendali.
- La vocazione delle banche del Gruppo per il business bancario tradizionale.

Il modello di Amministrazione e Controllo scelto dalla Banca è di tipo tradizionale poiché ritenuto maggiormente idoneo a garantire l'applicazione dell'approccio al governo societario prestabilito nonché funzionamenti efficienti a livello gestionale (i controlli, la dialettica fra gli Organi Sociali e con il management della Banca, ecc.); esso consta essenzialmente di:

- Un Consiglio di Amministrazione (CdA) con funzioni di indirizzo e supervisione strategica. Il CdA è eletto collegialmente ogni 3 anni. L'attuale CdA rimarrà in carica fino all'approvazione del Bilancio d'Esercizio al 31.12.2011 della Banca.
- Un Collegio Sindacale che vigila sull'osservanza delle norme di legge, regolamentari e statutarie, sulla corretta amministrazione, sull'adeguatezza degli assetti organizzativi, di controllo e amministrativo-contabili dell'azienda, sulle modalità di corretta attuazione delle regole di governo societario, esercitando i propri poteri in maniera autonoma e indipendente. L'attuale Collegio rimarrà in carica fino all'approvazione del Bilancio d'Esercizio al 31.12.2011 della Banca.
- L'Assemblea dei soci, competente a deliberare, tra l'altro, in sede ordinaria o straordinaria, in merito a:
  - La nomina e la revoca dei componenti il CdA e il Collegio Sindacale, ed i relativi compensi e responsabilità.
  - L'approvazione del bilancio e la destinazione degli utili.
  - Fusioni, scissioni, aumenti di capitale e ogni eventuale modifica dello Statuto.
  - La nomina della società di revisione contabile.
  - Le politiche di remunerazione ed i piani di compensi basati su strumenti finanziari a favore dei consiglieri di amministrazione, dei dipendenti e dei collaboratori (non legati da rapporto di lavoro subordinato) della Banca.

All'interno del CdA sono stati costituiti i seguenti Comitati:

COMITATO	COMPONENTI n. totale (n. indipendenti)	RESPONSABILITÀ
<b>Comitato per la Responsabilità Sociale di Impresa</b>	3 (2)	Sostenere l'azione del CdA per la definizione e la verifica delle politiche di responsabilità sociale d'impresa (vedi p. 24).
<b>Comitato per la Remunerazione</b>	3 (2)	Avanzare proposte al CdA in ordine alla remunerazione degli amministratori investiti di particolari cariche e al trattamento economico dell'Alta Direzione.
<b>Comitato per il Controllo Interno</b>	3 (2)	Supportare il CdA nella costituzione e nel mantenimento di un idoneo sistema dei controlli interni.
<b>Comitato degli Amministratori Indipendenti</b>	3 (3)	Svolgere funzioni consultive in materia di operazioni con parti correlate e attività inerenti all'autovalutazione del CdA.

### 4.2, 4.3

Amministratori indipendenti e/o non esecutivi

I requisiti di indipendenza degli amministratori fanno riferimento alle specifiche regole stabilite dal Dlgs 58/98 (il cosiddetto TUF-Testo Unico della Finanza) e dal Codice di Autodisciplina delle società quotate.

In base a tali criteri, il CdA ha accertato l'indipendenza di 3 amministratori su 12.

D'altra parte, tutti gli amministratori sono "non esecutivi", in quanto:

- Il Presidente del CdA della Banca non ha ricevuto alcuna delega gestionale dal CdA medesimo, né svolge uno specifico ruolo nell'elaborazione delle strategie aziendali; al contempo non ricopre l'incarico di "Chief Executive Officer".
- L'Amministratore Delegato (figura prevista statutariamente) non è stato nominato.
- Il Comitato Esecutivo (organismo previsto statutariamente) non è stato costituito.
- Non vi sono amministratori che ricoprono funzioni direttive nella Banca.

 [Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari \(p. 18, 25\)](#)

### 4.4

Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni al CdA

#### PARTECIPAZIONE DEGLI AZIONISTI ALLE DECISIONI AZIENDALI

È assicurata attraverso l'esercizio delle seguenti previsioni statutarie:

- Limiti al possesso di titoli - nessun socio, ad eccezione della Fondazione MPS, può possedere azioni ordinarie in misura superiore al 4% del capitale della Banca.
- La limitazione del potere di voto della Fondazione MPS, che in Assemblea Ordinaria può partecipare per un numero di azioni inferiore di almeno un'unità rispetto al totale di quelle detenute dagli altri soci presenti.

Inoltre, sebbene non siano previsti statutariamente meccanismi che consentono agli azionisti di intervenire con proposte e raccomandazioni relativamente all'operato del CdA:

- I soci che, anche congiuntamente, rappresentano almeno un quarantesimo del capitale avente diritto di voto, possono richiedere l'integrazione dell'elenco delle materie da trattare, indicando nella domanda gli ulteriori argomenti proposti.
- In Assemblea ciascun socio può intervenire sugli argomenti all'ordine del giorno.

Non sono contemplate modalità on line di partecipazione ai lavori assembleari e di accesso al voto da parte degli azionisti.

#### ARGOMENTI DELLE ASSEMBLEE 2011, RILEVANTI SOTTO IL PROFILO CSR

- I risultati economico-finanziari, con l'approvazione del Bilancio d'Esercizio della Banca e del Bilancio Consolidato.
- I sistemi di remunerazione, con l'approvazione delle relative politiche e dei piani di compensi basati su strumenti finanziari a favore dei consiglieri di amministrazione, dei dipendenti e dei collaboratori non legati da rapporti di lavoro subordinato.

Il Bilancio sulla Responsabilità Sociale, approvato dal Consiglio di Amministrazione, pur non essendo stato sottoposto al voto dell'Assemblea, è stato consegnato ai partecipanti per consentire loro anche di formulare eventuali osservazioni al riguardo.

 [Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari \(p. 7-10, 52-54\)](#)

#### PARTECIPAZIONE DEI DIPENDENTI ALLE DECISIONI AZIENDALI

I dipendenti in possesso di azioni ordinarie della Banca possono esercitare il proprio diritto di voto ed intervenire nelle Assemblee ordinarie e straordinarie.

Le istanze dei dipendenti sono inoltre rappresentate nei confronti dell'azienda dalle Organizzazioni Sindacali nell'ambito delle attività di relazione industriale (vedi p. 61).

## 4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder

### 4.5 Legame tra compensi e performance

Le politiche di remunerazione vigenti nel Gruppo sono state approvate dall'Assemblea dei soci il 29 aprile 2011.

L'attuazione di tali politiche è finalizzata ad attrarre/conservare risorse in possesso di professionalità e capacità adeguate alla complessità del business ed a supportare il raggiungimento di obiettivi di creazione di valore nel tempo.

Viene pertanto posta particolare attenzione a:

- Assicurare trattamenti salariali compatibili con i valori di mercato e commisurati con le specificità dei singoli ruoli in termini di competenze distintive, impatto sui risultati, finalità strategiche, nonché sulle caratteristiche individuali (competenze critiche, esperienze, professionalità).
- Non incoraggiare un'eccessiva assunzione di rischi.
- Evitare differenziali economici significativi tra le varie categorie professionali, in ottica di coerenza interna ed a tutela della coesione aziendale.

I sistemi di retribuzione legati alle performance comprendono la possibilità da parte delle società del Gruppo di erogare un Premio Annuale di Rendimento (PAR) a fronte del raggiungimento di un valore minimo prefissato dell'utile netto consolidato, tale da generare il rafforzamento del patrimonio ed un'adeguata remunerazione del capitale investito.

Viene conseguentemente definito l'ammontare complessivo della retribuzione variabile da erogare ai dipendenti in funzione di obiettivi commerciali, reddituali ed operativi assegnati a ciascuna Struttura attraverso i budget annuali e, nel caso del top management, a livello individuale.

In tale contesto hanno un peso particolarmente rilevante gli indicatori di performance economica di lungo periodo e di tipo "risk adjusted": il Raroc (Risk Adjusted Return on Capital), la qualità del portafoglio crediti, l'equilibrio finanziario di liquidità.

Per maggiori informazioni sull'argomento si veda la [Relazione sulla Remunerazione](#), redatta ai sensi dell'articolo 123-ter del Testo Unico della Finanza.

### 4.6 Attività in essere presso il CdA per garantire che non si verifichino conflitti di interesse

Ai sensi del Codice Civile, della legislazione di settore e del contratto di lavoro, gli amministratori ed i dipendenti della Banca devono assumere sempre comportamenti idonei ad evitare pregiudizi all'azienda derivanti da conflitti di interesse.

In particolare, in materia di Operazioni con Parti Correlate, la Banca opera in conformità alla specifica disciplina, come modificata dal Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010, attraverso l'applicazione di una [Procedura in materia di operazioni con parti correlate](#) su cui vigila, esercitando funzioni consultive nei confronti del CdA, il Comitato degli Amministratori Indipendenti.

[Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari \(p. 46-48\)](#)

### 4.7 Qualifiche degli amministratori

Gli amministratori sono eletti dall'Assemblea con voto di lista. I Curriculum dei candidati alla carica di amministratore, compresi gli incarichi ricoperti in altre società, sono comunicati ai soci, per le loro opportune valutazioni, prima delle votazioni.

I requisiti necessari sono: la professionalità, l'onorabilità e, per almeno due amministratori, l'indipendenza. Tali requisiti sono oggetto di verifica da parte del CdA stesso dopo la nomina.

Gli amministratori possiedono altresì autorevolezza tale da assicurare un elevato livello di dialettica interna all'organo e da apportare un contributo di rilievo alla formazione della volontà del medesimo.

L'età media dei componenti del CdA è pari a 61 anni. Non vi sono amministratori donne.

[Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari \(p. 13-17\)](#)

### 4.8

Missione, valori, codici di condotta e principi

La Corporate Social Responsibility (CSR) è il fattore d'impresa che stimola il Gruppo a ricercare continuamente i punti di equilibrio tra conformità normativa, scelte competitive, coerenza con i valori aziendali e i diversi punti di vista degli stakeholder. Alla base dell'approccio del Gruppo alla CSR vi è il pronto recepimento delle norme e degli indirizzi regolamentari.

Le aspirazioni e gli impegni di CSR, definiti su base volontaria, sono espressi attraverso i seguenti documenti di indirizzo:

- La [Missione](#): “creare valore per gli azionisti, nel breve come nel lungo termine, ponendo attenzione prioritaria alla soddisfazione dei clienti, allo sviluppo professionale delle persone, agli interessi di tutti gli stakeholder”.
- La [Carta dei Valori](#): etica della responsabilità, orientamento al cliente, attenzione al cambiamento, imprenditività e proattività, passione per le competenze professionali, spirito di squadra e cooperazione.
- Il [Codice Etico](#) - esplicita i valori aziendali attraverso un compendio degli impegni che devono guidare il Gruppo nella loro attuazione, con la costante, attenta considerazione delle aspettative degli stakeholder.
- Le [Politiche Tematiche](#) - sviluppano gli indirizzi del Gruppo su specifici temi di CSR.
- Vari codici e procedure di condotta, definiti anche in coerente attuazione di disposizioni esterne (il Modello di governo societario, la Procedura in materia di operazioni con le parti correlate, il Modello organizzativo conforme al Dlgs 231/2001 in materia di responsabilità amministrativa societaria, le Politiche in materia di remunerazione, la Direttiva interna sull'antiriciclaggio, ecc.).

### 4.9

Procedure per identificare e gestire le performance economiche, ambientali e sociali

Per presidiare la CSR al più alto livello dell'organizzazione, il CdA ha costituito al proprio interno il Comitato per la Responsabilità Sociale d'Impresa.

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

Il Comitato ha funzioni consultive e propositive nei confronti del CdA per la realizzazione di iniziative volte alla salvaguardia dell'ambiente, alla soddisfazione del cliente, allo sviluppo professionale delle persone ed alla tutela degli interessi di tutti gli stakeholder. Ne sostiene dunque l'azione con particolare riguardo per:

- La definizione delle politiche e degli obiettivi di CSR.
- La valutazione dei rischi e delle opportunità di CSR.
- L'analisi delle performance ambientali e sociali anche attraverso la verifica del Bilancio sulla Responsabilità Sociale.

#### ARGOMENTI TRATTATI DAL COMITATO NEL 2011

Il Comitato si è riunito 2 volte per analizzare il Bilancio e per approfondire le aree di miglioramento nella gestione della CSR evidenziate in particolare dalle agenzie di rating.

### 4.10

Processo per valutare le performance del più alto organo di governo

Il CdA verifica con regolarità (almeno una volta l'anno) l'adeguatezza delle proprie dimensioni, composizione e professionalità, nonché del proprio funzionamento e della propria capacità di adottare opportune iniziative.

Il processo di autovalutazione prevede:

- La compilazione di questionari ad hoc.
- L'analisi dei questionari ed eventuali interviste-approfondimenti da parte del Comitato degli Amministratori Indipendenti.

Rilevano inoltre i seguenti indicatori: il numero di riunioni effettuate nel corso dell'anno (27 nel 2011) ed il relativo tasso medio di partecipazione (89% nel 2011).

Riguardo alle performance di lungo periodo, ovvero di sostenibilità, il CdA ne verifica la validità anche attraverso l'analisi del Bilancio sulla Responsabilità Sociale e dei rilievi delle agenzie di rating specializzate.

[Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari \(p. 18, 20-23\)](#)

## 4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder

### 4.11

Modalità di applicazione dell'approccio prudenziale

Le regole di governo societario e gli assetti organizzativi del Gruppo sono definiti in modo da assicurare condizioni di sana e prudente gestione. In tale senso rilevano:

- Il [Codice Etico](#).
- Il sistema di controllo interno sempre adeguato al mutare del contesto organizzativo/normativo ed ai migliori standard di riferimento.
- L'efficace presidio dei rischi: vi è un Comitato Rischi; il Responsabile del Risk Management è a riporto diretto del Direttore Generale, ha un riporto funzionale nei confronti del CdA, non è gerarchicamente dipendente dal CFO con il quale ha un raccordo di tipo funzionale per la produzione di flussi di reporting a supporto del processo decisionale ([Bilancio Consolidato al 31.12.2011, p. 69-72](#)).

### 4.12

Adozione di codici e principi esterni

Il Gruppo aderisce, su base volontaria, a vari Codici e Carte internazionali in tema di CSR, supportandone gli obiettivi nell'ambito della propria sfera di responsabilità.

[Global Compact](#) delle Nazioni Unite (dal 2002).



[UNEP Finance Initiative](#) - Dichiarazione delle Nazioni Unite su "Finanza e Sostenibilità" (dal 1998).



[L'Alleanza europea sulla CSR](#) - Comunicazione della Commissione Europea n. 136 del 22 marzo 2006.



### 4.13

Partecipazione ad associazioni di categoria

Il Gruppo sostiene e partecipa alle attività di organizzazioni italiane ed internazionali che promuovono la CSR, tra cui:

- [Associazione Bancaria Italiana \(ABI\)](#) - il Presidente della Banca è anche Presidente di ABI; il Direttore Generale della Banca è un componente del Comitato Esecutivo di ABI; il Gruppo partecipa con suoi rappresentanti ai Comitati e ai Gruppi di Lavoro tematici, comprese le attività in tema di CSR.
- [Forum per la Finanza Sostenibile](#) - la Banca partecipa alla governance dell'associazione in qualità di socio ordinario; partecipa altresì a tutte le rilevanti iniziative dell'associazione per promuovere la cultura della responsabilità sociale nella pratica degli investimenti finanziari.
- [CSR Europe](#) - la Banca partecipa alla governance dell'associazione in qualità di socio ordinario e collabora alla realizzazione di alcuni progetti.
- [Carbon Disclosure Project \(CDP\)](#) - la Banca è firmataria del CDP; è inoltre partner dell'organizzazione, di cui supporta l'attività in Italia anche sotto il profilo finanziario; dal 2012 partecipa al Carbon Action.

### 4.14-4.17

Identificazione e coinvolgimento degli stakeholder

I principi seguiti dal Gruppo per identificare i propri stakeholder e per definire gli approcci più appropriati alla gestione delle relative attività di coinvolgimento sono riportati nella specifica

[Politica sullo stakeholder engagement](#).

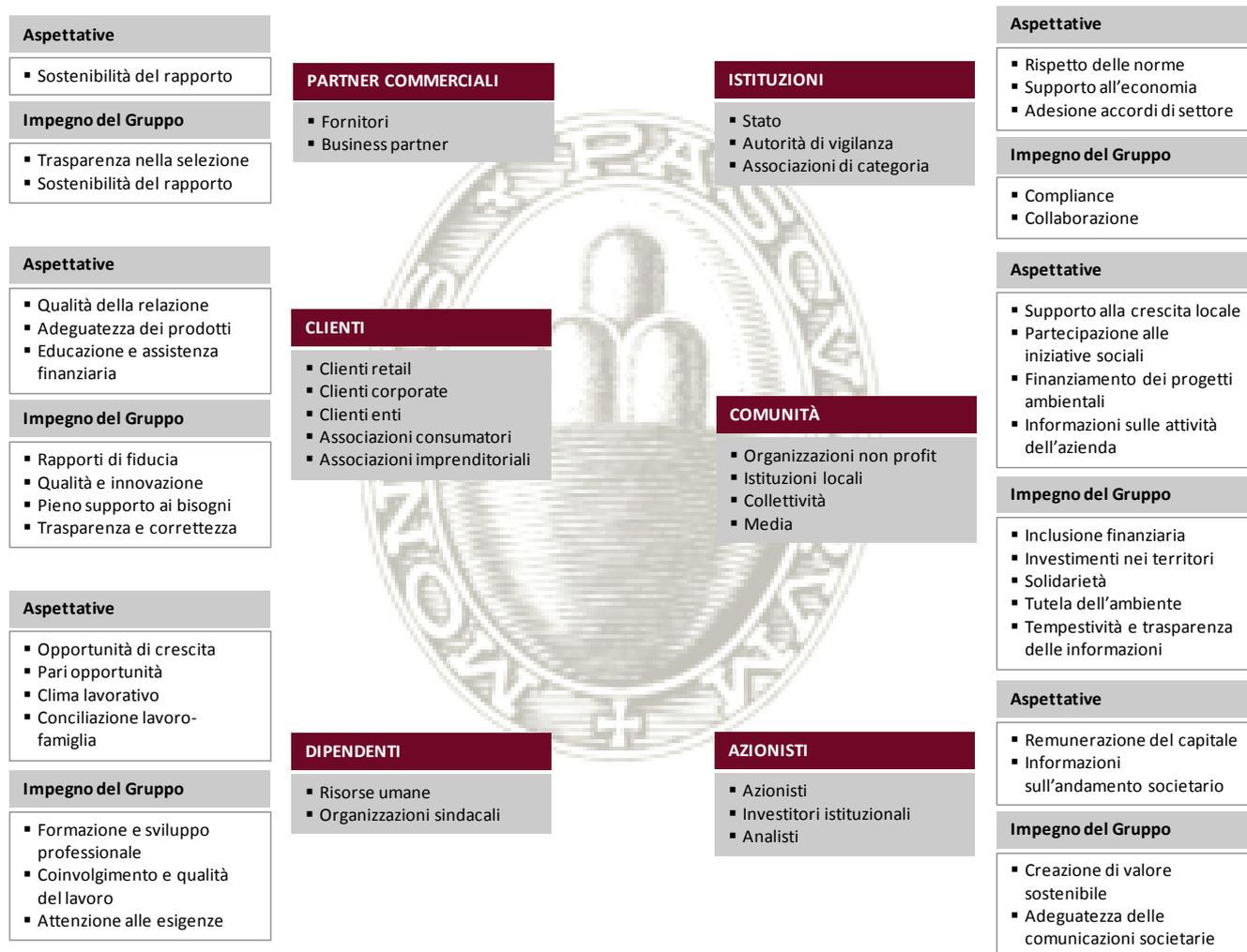
#### IDENTIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

Il Gruppo considera come propri stakeholder coloro che:

- Contribuiscono a realizzare la missione aziendale.
- Sono in grado di influenzare il raggiungimento degli obiettivi aziendali con le loro decisioni (di spesa, di investimento, di collaborazione, di regolamentazione e controllo).
- Sono influenzati dalle scelte e dalle attività aziendali.

## 4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder

### Le principali aspettative degli stakeholder e gli impegni del Gruppo nei loro confronti



### COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Il Gruppo è impegnato ad incrementare continuamente la qualità della relazione, affinando le metodologie di engagement e garantendo ad ogni controparte momenti di ascolto e opportunità di confronto.

PRINCIPALI MODALITÀ E ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
STAKEHOLDER	MODALITÀ DI RELAZIONE E COINVOLGIMENTO	QUESTIONI AFFRONTATE NEL 2011
<b>Dipendenti</b> <i>Risorse umane</i>	Indagini annuali di employee perception tramite questionari compilati dai dipendenti delle filiali.	Percezione degli addetti di filiale rispetto alle condizioni di lavoro e agli strumenti a loro disposizione per servire i clienti (vedi p. 76, 77).
	Il modello gestionale "Paschi Risorse" per raccolta annuale di feedback sui percorsi di sviluppo delle competenze.	Gap di competenze e piani di sviluppo futuri (vedi p. 56, 57).
	Verifica della rispondenza dei corsi di formazione alle aspettative tramite schede di valutazione compilate dai partecipanti.	Contenuti e format dei corsi di formazione (vedi p. 64, 65).
	Questionari e focus group.	Mobilità sostenibile (vedi p. 48, 49).
	Raccolta di feedback sulle iniziative aziendali tramite vari strumenti di interazione e comunicazione interna accessibili dalla intranet con modalità tipiche dei social network (forum, commenti, votazioni, ecc.).	Varie iniziative aziendali.
<i>Organizzazioni sindacali</i>	Relazioni industriali.	Riorganizzazioni aziendali e sviluppi societari; remunerazioni; formazione; assunzioni; promozioni e sistemi di valutazione; trasferimenti; ecc. (vedi p. 61).
	Riunioni periodiche degli organismi paritetici Banca-Organizzazioni Sindacali.	Salute e sicurezza; pari opportunità; clima lavorativo; sostenibilità ambientale; redazione del Bilancio CSR.

## 4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder

PRINCIPALI MODALITÀ E ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
STAKEHOLDER	MODALITÀ DI RELAZIONE E COINVOLGIMENTO	QUESTIONI AFFRONTATE NEL 2011
<b>Clienti</b>		
<i>Clienti retail</i>	Relazioni commerciali continue tramite la Rete delle filiali, supportate anche dalla piattaforma di consulenza.	Aspettative/bisogni finanziari dei clienti e adeguatezza dell'offerta.
	Ciclo di incontri-dibattiti nel territorio.	Analisi della situazione economica del Paese; possibili soluzioni in tema di risparmio e protezione assicurativa.
	Indagini annuali di customer satisfaction tramite interviste telefoniche.	Soddisfazione del rapporto (vedi p. 76, 77).
	Analisi dei reclami.	La rispondenza del servizio con gli impegni assunti nei confronti del cliente e le loro aspettative; tempi di risposta; ecc. (vedi p. 76, 77).
	Raccolta di feedback attraverso gli account della Banca sui principali social network.	Varie iniziative aziendali ed aspetti inerenti all'attività bancaria.
<i>Clienti corporate</i>	Relazioni commerciali continue con le PMI tramite specifici presidi territoriali.	Accesso al credito e sistemi di valutazione; livelli di capitalizzazione; gli effetti della crisi e le soluzioni messe in atto dal Gruppo.
	Ciclo di incontri-dibattiti nel territorio.	Possibili soluzioni per migliorare i livelli di patrimonializzazione delle imprese (vedi p. 31).
	Confronti nell'ambito di convegni pubblici.	Sviluppo delle energie rinnovabili (vedi p. 31).
<i>Clienti enti</i>	Relazioni commerciali continue tramite specifici presidi territoriali.	Public finance; sviluppo delle energie rinnovabili; ecc. (vedi p. 42, 43).
<i>Associazioni consumatori</i>	ConsumerLab.	Temi rilevanti del rapporto banca-consumatore. ( <a href="http://www.mps.it/consumer+lab">www.mps.it/consumer+lab</a> )
<i>Associazioni imprenditoriali</i>	Definizione di accordi commerciali.	Accesso al credito e condizioni dei servizi bancari.
	Collaborazione tramite ABI per l'integrazione di metriche di CSR nei processi del credito.	Vedi p. 31.
<b>Istituzioni</b>		
<i>Autorità di vigilanza</i>	Confronti su modi e termini di recepimento di disposizioni regolamentari e prescrizioni operative.	Sistemi di remunerazione; operazioni con parti correlate; risk management; trasparenza; ecc.
<i>Associazioni di categoria</i>	Partecipazione al Comitato Esecutivo ed a varie Commissioni tecniche di ABI.	Temi di CSR affrontati: integrazione di informazioni extra finanziarie nella valutazione delle piccole e medie imprese; specifiche per la redazione dei bilanci sociali secondo le Linee Guida GRI in ambito bancario; osservatorio sul green banking; brochure informativa per stranieri sui servizi bancari, ecc.
	Partecipazione alle attività di varie organizzazioni multistakeholder che promuovono la CSR.	Vedi p. 25.
<b>Azionisti</b>		
<i>Azionisti e investitori istituzionali</i>	Assemblee dei soci; road show; conference call; incontri individuali.	Resoconti finanziari e di CSR; risk management e dotazioni patrimoniali; qualità del credito; sistemi di remunerazione; profilo CSR della Banca; ecc.
<i>Analisti</i>	Road show; conference call; incontri individuali; ecc.	Risk management e dotazioni patrimoniali; qualità del credito; sistemi di remunerazione; ecc.
	Workshop in azienda (corporate briefing); conference call; questionari di valutazione e rating	Profilo CSR della Banca e analisi dei gap.
<b>Partner commerciali</b>	Incontri individuali con i fornitori; questionari; condivisione di piani di miglioramento; ecc.	Sostenibilità della catena di fornitura (vedi p. 53, 54, 55).
<b>Comunità</b>		
<i>Organizzazioni non profit</i>	Collaborazione nel campo del microcredito; centri d'ascolto; ecc.	Possibili soluzioni finanziarie per gestire momenti di particolare difficoltà da parte di soggetti "non bancabili".
	Collaborazione per raccolte fondi con finalità benefiche	Vedi p. 42, 43.
	Incontri con rappresentanze del non profit.	Bisogni finanziari delle organizzazioni non profit.
<i>Media</i>	Diffusione di informazioni sui fatti aziendali; incontri-interviste con i rappresentanti della Banca; monitoraggio dell'esposizione della Banca sui media; ecc.	Principali fatti aziendali.
	Collaborazione per incontri-dibattiti sul territorio.	Gestione del risparmio, protezione e previdenza.

# FS. ASPETTI SOCIALI E AMBIENTALI CARATTERISTICI DEL SETTORE FINANZIARIO

## POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE

Per informazioni sulle politiche ambientali e sociali applicate al business e le relative procedure di attuazione si vedano gli indicatori seguenti, da FS1 a FS5.

**FS1**  
Politiche ambientali e sociali applicate al business

Nello svolgimento del business il Gruppo tiene conto anche di criteri ambientali e sociali. Tali criteri sono indicati nel Codice Etico e talvolta, in modo più specifico, in politiche e direttive interne.

### CODICE ETICO

Il [Codice Etico](#) prevede in particolare:

- L'attenta considerazione della condotta delle organizzazioni con cui il Gruppo si relaziona, in modo diretto o indiretto, sotto il profilo della serietà e dell'affidabilità, con particolare riguardo per una loro eventuale implicazione in attività illecite, lesive dei diritti umani, dannose per la salute e sicurezza dell'uomo e della natura.
- L'accessibilità dei servizi bancari.
- Il supporto ai clienti per una gestione dei risparmi informata e consapevole.
- La gestione responsabile del credito e la prevenzione del sovra-indebitamento.
- L'attenzione ai bisogni delle componenti sociali più deboli (vedi p. 33, 34, 35).

### POLITICHE E DIRETTIVE INTERNE

Tra i temi di CSR regolamentati da politiche e procedure interne vi sono:

[Coinvolgimento nel settore degli armamenti](#) - evitare il coinvolgimento in attività di finanziamento e di intermediazione di operazioni riconducibili alla produzione e al commercio di armi, di cui alla Legge n.185/90.

[Tutela dell'ambiente](#) - sviluppare politiche di credito che tengano conto anche dei possibili impatti ambientali delle imprese clienti e dei loro progetti.

[Cambiamenti climatici](#) - sostenere e promuovere gli investimenti nel settore delle energie rinnovabili e nello sviluppo di tecnologie a bassa emissione.

[Investimenti socialmente responsabili](#) - contribuire a sensibilizzare i risparmiatori rispetto alla possibilità di scegliere prodotti di investimento che si distinguono per le caratteristiche ESG (Environment, Society, Governance) dei titoli in portafoglio.

**Impieghi in settori e Paesi controversi** (ovvero che sono oggetto di particolare scrutinio da parte dell'opinione pubblica) – assicurare un'adeguata disclosure sull'esposizione del Gruppo in tali ambiti di possibile operatività.

**Materie con elevati risvolti sociali ed aventi impatti rilevanti sull'operatività bancaria** - assicurare la conformità alle norme e l'efficace gestione di materie quali, l'antiusura, la trasparenza bancaria, la tutela del consumatore, i servizi di investimento e applicazione della Direttiva MiFID, la responsabilità amministrativa ai sensi del Dlgs 231/2001, l'antiriciclaggio ed il contrasto al terrorismo, gli abusi di mercato, le operazioni con parti correlate, la privacy.

### FS2

Procedure per valutare i rischi ambientali e sociali nel business

POLITICA	PROCEDURA
<b>Codice Etico</b>	Alla base del Codice vi è l'applicazione della legge con particolare riguardo per il rispetto degli standard ambientali e sociali nell'attività (valutazione di impatto ambientale, normativa sui contratti di impiego e sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, ecc.). Tutte le Funzioni aziendali applicano, nel contesto delle rispettive responsabilità, i principi del Codice e le regole contenute nelle norme interne collegate.
<b>Coinvolgimento nel settore degli armamenti</b>	Viene valutata caso per caso la compatibilità delle richieste di finanziamento (o di altro supporto bancario) rispetto ai criteri di esclusione previsti dalla Policy (ovvero tutte le operazioni regolamentate dalla Legge 185/90 che riguardano l'importazione e l'esportazione di materiali di armamento).
<b>Tutela dell'ambiente</b>	<p>Il questionario qualitativo, utilizzato per determinare il rating delle aziende con fatturato superiore a 500 milioni di euro, comprende anche l'analisi del potenziale danno ambientale prodotto dall'attività e, in positivo, l'eventuale possesso di certificazioni ambientali.</p> <p>Le operazioni di project financing ed i finanziamenti corporate di competenza della controllata Mps Capital Services sono sottoposti a Valutazione d'Impatto Ambientale nei casi previsti dalla legge. In ogni caso sono sottoposti ad uno screening ambientale che considera: la pericolosità dell'attività e gli obblighi legislativi del settore, la dimensione dell'attività (quale approssimazione dell'estensione dei potenziali danni per l'ambiente), il possesso di certificazioni ambientali. Il rating assegnato all'operazione varia tra A (rischio basso) e D (rischio alto) e costituisce uno degli elementi del merito creditizio.</p>
<b>Cambiamenti climatici</b>	Le Funzioni Marketing e Sviluppo Prodotti monitorano i mercati della green economy e mettono in atto le opportune innovazioni dell'offerta del Gruppo.
<b>Investimenti socialmente responsabili</b>	<p>I fondi con caratteristiche "etiche" sono selezionati tra quelli proposti sul mercato e inseriti in uno specifico comparto del catalogo prodotti a disposizione della clientela.</p> <p>Tutti i maggiori fondi presenti nel catalogo prodotti del Gruppo sono sottoposti ad uno screening periodico di parte terza per valutare il profilo ESG (Environment, Society, Governance) degli emittenti in portafoglio. Viene quindi determinato un rating ESG sintetico che, se superiore ad una soglia prestabilita, è segnalato alla clientela.</p>
<b>Impieghi in settori e Paesi controversi</b>	I dati sugli impieghi in settori e Paesi controversi sono pubblicati nel Bilancio sulla Responsabilità Sociale poiché ritenuti di possibile interesse per una parte degli stakeholder del Gruppo, con particolare riguardo per gli analisti e gli investitori della finanza etica.
<b>Antiusura</b>	<p>L'approccio gestionale comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Il presidio normativo.</li> <li>▪ L'aggiornamento dei tassi e verifiche sulla loro corretta applicazione.</li> </ul>
<b>Trasparenza bancaria</b>	<p>L'approccio gestionale comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La semplificazione delle comunicazioni ai clienti.</li> <li>▪ L'ascolto delle necessità dei clienti.</li> <li>▪ Il continuo adeguamento agli sviluppi legislativi.</li> </ul>
<b>Tutela del consumatore</b>	<p>L'approccio gestionale comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sistemi di CRM (Customer Relationship Management) e verifiche di customer satisfaction.</li> <li>▪ La collaborazione con le associazioni dei consumatori.</li> <li>▪ La gestione dei reclami in ottica di miglioramento continuo del servizio.</li> </ul>
<b>Servizi di investimento e applicazione della Direttiva MiFID</b>	<p>L'approccio gestionale comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La profilazione della clientela.</li> <li>▪ La corretta contrattualizzazione dei rapporti.</li> <li>▪ L'applicazione di adeguate procedure per evitare conflitti d'interesse.</li> </ul>

POLITICA	PROCEDURA
<b>Responsabilità amministrativa ai sensi del Dlgs 231/2001</b>	È in atto uno specifico modello organizzativo che prevede: <ul style="list-style-type: none"> <li>Regole e procedure per prevenire i reati inclusi nel Dlgs 231/2001.</li> <li>Processi per la gestione ed il controllo delle risorse finanziarie in attività a rischio.</li> <li>Un Organismo di Vigilanza (il Comitato per il Controllo Interno) a garanzia del buon funzionamento e del costante aggiornamento del modello.</li> <li>La formazione dei dipendenti.</li> <li>Sistemi di segnalazione e sanzionatori.</li> </ul>
<b>Antiriciclaggio ed il contrasto al terrorismo</b>	L'approccio gestionale comprende: <ul style="list-style-type: none"> <li>La corretta identificazione dei clienti tramite appositi questionari.</li> <li>La registrazione/verifica di informazioni e documenti rilevanti.</li> <li>L'individuazione e la segnalazione all'autorità competente di eventuali operazioni sospette.</li> <li>La limitazione dell'uso del contante.</li> </ul>
<b>Abusi di mercato</b>	L'approccio gestionale comprende: <ul style="list-style-type: none"> <li>L'applicazione del <a href="#">Regolamento in materia di Internal Dealing</a>.</li> <li>La definizione di prassi di mercato ammesse.</li> <li>La segnalazione a Consob delle operazioni che possono configurare manipolazione e/o abuso di mercato.</li> <li>La tenuta di un Registro delle persone che hanno accesso ad informazioni privilegiate.</li> <li>Procedure per l'acquisto di azioni e le relative comunicazioni al mercato.</li> </ul>
<b>Operazioni con parti correlate</b>	<a href="#">Procedura in materia di operazioni con parti correlate</a>
<b>Privacy</b>	L'approccio gestionale comprende: <ul style="list-style-type: none"> <li>L'utilizzo di idonei strumenti di gestione e protezione dei dati personali.</li> <li>Procedure di data recovery.</li> </ul>

### FS3

Processi per monitorare l'implementazione e il rispetto di clausole socio-ambientali da parte dei clienti

Nei contratti di project financing e in quelli relativi ai finanziamenti concessi alle imprese di grandi dimensioni vengono inserite specifiche clausole, differenziate in funzione della tipologia di investimento, che impegnano l'azienda finanziata a rispettare la normativa, i regolamenti stabiliti dalle autorità locali ed eventuali ulteriori standard di qualità in merito alla tutela dell'ambiente, alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, ai contratti di impiego, alla trasparenza nei contratti di appalto. La verifica del rispetto delle clausole concordate viene fatta ex ante, in itinere ed ex post, avvalendosi della documentazione fornita dal cliente o mediante due diligence eseguite da consulenti esterni.

In caso di mancato rispetto di tali accordi, la Banca si riserva la facoltà di recedere dal finanziamento.

### FS4

Processi per accrescere le competenze del personale per applicare le politiche sociali e ambientali nel business

La formazione ha per il Gruppo una funzione strategica ed è pertanto oggetto di investimenti finalizzati allo sviluppo e all'aggiornamento continuo delle competenze necessarie per perseguire gli obiettivi aziendali (vedi p. 64, 65). Viene posta attenzione alla formazione del personale coinvolto nella gestione delle politiche sociali e ambientali applicate al business (vedi p. 45, 68, 72, 74). Nel 2011 è stato in particolare avviato uno specifico Piano di formazione in materia di CSR, finanziato dal Fondo Banche e Assicurazioni. Il Piano agirà sulle leve essenziali per sviluppare cultura, sensibilità e senso di partecipazione tra i dipendenti, avviando una riflessione condivisa circa gli strumenti che ciascun dipendente, e più in generale l'intera azienda, ha a disposizione per applicare nell'attività i valori ed i modus operandi tipici della CSR.

## FS. Aspetti sociali e ambientali caratteristici del settore finanziario

### FS5

Interazione con clienti ed altri partner commerciali su rischi e opportunità socio-ambientali nel business

CLIENTI/PARTNER	MODALITÀ DI INTERAZIONE	QUESTIONI AFFRONTATE	AZIONI INTRAPRESE
<b>Associazioni dei consumatori (ConsumerLab)</b>	Collaborazione all'iniziativa "ConsumerLab a casa vostra" con l'attivazione di un corner in 10 città per tre giorni. Il corner è stato presidiato da un dipendente della Banca e da rappresentanti delle associazioni dei consumatori .	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Criticità e opportunità dell'attività bancaria nel territorio.</li> <li>▪ Previdenza integrativa.</li> </ul>	Sono stati forniti chiarimenti ai consumatori quale contributo per aumentare il loro grado di conoscenza del funzionamento dei principali prodotti e servizi bancari e dei relativi diritti/doveri.
	Collaborazione all'iniziativa "Il Monte e le associazioni ascoltano i consumatori". L'obiettivo: ascoltare le istanze dei consumatori mediante l'attivazione di un corner presso 15 sedi del Gruppo per circa un mese.	Temi bancari e finanziari più sentiti dai consumatori.	Sono stati forniti chiarimenti ai consumatori quale contributo per aumentare il loro grado di conoscenza del funzionamento dei principali prodotti e servizi bancari e dei relativi diritti/doveri.
	Laboratorio Prodotti: confronto e collaborazione per l'individuazione di prodotti adeguati per il consumatori e per il contesto socio-economico, con particolare riguardo per le fasce più deboli della clientela bancaria.	Possibili servizi e prodotti in tema di protezione e previdenza.	Sono stati implementati nuovi strumenti e prodotti per assicurare ai clienti un sempre migliore supporto nella gestione dei propri investimenti previdenziali.
<b>Clienti retail</b>	Realizzazione di una serie di road show e dibattiti nel territorio.	Risparmio e protezione assicurativa.	Sono stati forniti chiarimenti sui temi d'interesse.
<b>Clienti private</b>	Incontri/eventi con i clienti	Analisi della situazione macroeconomica e delle principali tendenze in atto nei mercati finanziari.	Sono stati forniti approfondimenti tecnico-specialistici.
<b>Clienti corporate</b>	Realizzazione di una serie di road show e dibattiti nel territorio.	Basso livello di patrimonializzazione delle imprese italiane.	È stato approfondito il possibile ruolo del private equity e di altri strumenti finanziari.
	Partecipazione di rappresentanti della Banca a convegni tematici	Energie rinnovabili ed efficienza energetica: analisi degli specifici incentivi pubblici e dei criteri di finanziabilità dei progetti.	Rilevazione di spunti per ulteriori sviluppi delle specifiche offerte del Gruppo.
<b>Associazioni imprenditoriali</b>	Confronto con la Commissione Cultura di Confindustria nell'ambito del Gruppo di lavoro costituito in ABI per attuare l'Accordo tra ABI, Confindustria ed il Ministero dello Sviluppo Economico, finalizzato a promuovere lo sviluppo sostenibile delle piccole e medie imprese italiane.	Utilizzo di indicatori CSR nei processi di valutazione del credito.	Definizione di uno specifico questionario di valutazione, attualmente in fase di sperimentazione.

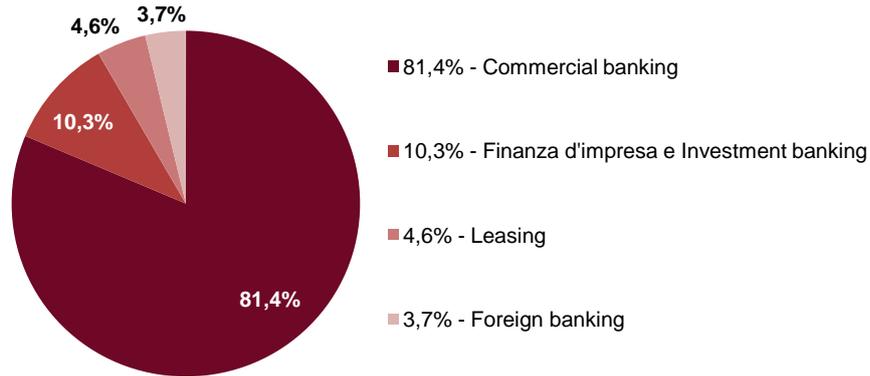
**PRODOTTI E SERVIZI**

**FS6**

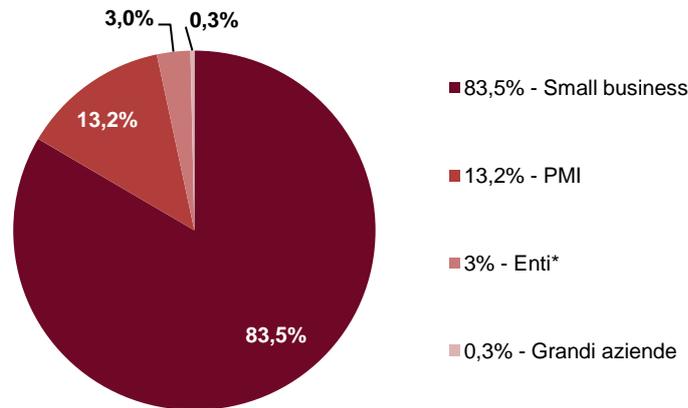
Attività con clientela imprese per linea di business, regione, dimensione e settore

Il Gruppo rivolge la propria offerta a circa 6,2 milioni di clienti, con impieghi totali (crediti verso clientela al netto delle sofferenze) e ricavi (margine della gestione finanziaria e assicurativa) che nel 2011 sono stati rispettivamente pari a circa 133.128 e 5.507 milioni di euro. I risvolti sociali ed ambientali più significativi dell'attività sono insiti nelle relazioni di business con la clientela imprese. Al fine di fornire i necessari parametri di contesto per valutare l'esposizione potenziale del Gruppo alle opportunità ed ai rischi connessi, vengono di seguito forniti alcuni dati che caratterizzano tale segmento di attività.

**Ripartizione per linea di business del margine della gestione finanziaria e assicurativa realizzato con le imprese clienti nel 2011 – Totale = 2.940 milioni di euro**

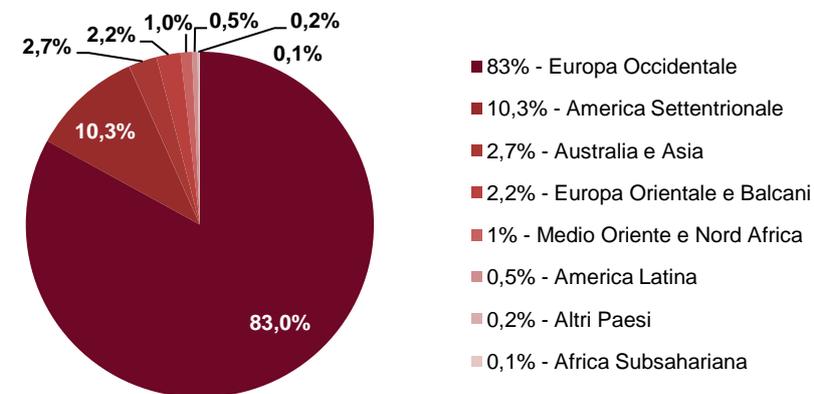


**Ripartizione per dimensione delle imprese clienti al 31.12.2011 – Totale = 472.554 imprese clienti**



\* Pubblica amministrazione, enti locali, istituzioni finanziarie, enti non profit, ecc.

**Ripartizione degli impieghi in Paesi esteri al 31.12.2011\* – Totale = 12.263 milioni di euro**



\*Gli impieghi verso tali Paesi sono da ricondursi in prevalenza ad operazioni con controparti bancarie locali e a supporto delle esportazioni commerciali di imprese italiane nostre clienti.

## FS. Aspetti sociali e ambientali caratteristici del settore finanziario

### IMPIEGHI IN PAESI ETICAMENTE CONTROVERSI AL 31.12.2011 (Gli impieghi verso tali Paesi sono da ricondursi in prevalenza ad operazioni con controparti bancarie locali e a supporto delle esportazioni commerciali di imprese italiane nostre clienti)

	MILIONI DI EURO	% SU IMPIEGHI TOTALI
Paesi ad alto tasso di corruzione (*)	340	0,26
Paesi con scarso rispetto dei diritti umani (**)	2,8	0,002
Paesi a regime fiscale privilegiato (***)	0,5	0,0004

\* Paesi con valori  $\leq 3$  del CPI – Corruption Perception Index, come definito da Transparency International.

\*\* Paesi con scarse tutele sui diritti umani (Paesi soggetti ad embargo sulle armi e/o che violano i diritti umani).

\*\*\* Paesi inseriti nella Grey List dell'OCSE (aggiornata al 15.11.2011).

### RIPARTIZIONE PER SETTORE DI ATTIVITÀ DELLE IMPRESE CLIENTI AL 31.12.2011 (%)

Commercio; pubblici esercizi	19,4
Industria costruzioni e installazioni impianti edili	11,6
Credito e assicurazione; servizi alle imprese	10,8
Industria alimentare, tessili, pelli, abbigliamento	8,9
Commercio all'ingrosso	8,7
Pubblica amministrazione, servizi pubblici-privati	7,7
Industria manifatturiera, lavorazione metalli, meccanica di precisione	6,7
Agricoltura, caccia e pesca	5,0
Trasporti e comunicazioni	3,3
Industria estrattiva, chimica e trattamento minerali	1,8
Energia, gas e acqua	0,6
Non classificato	15,5

### IMPIEGHI IN SETTORI DI ATTIVITÀ ETICAMENTE CONTROVERSI AL 31.12.2011

	MILIONI DI EURO	% SU IMPIEGHI TOTALI
Settori ad alto impatto ambientale *	28.634	21,51
Produzione e commercio di armi **	131	0,10
Produzione e commercio di tabacco	174	0,13
Produzione e commercio di alcool	336	0,25
Produzione e commercio pellicce	214	0,16

\* Petroliero, farmaceutico, energetico, estrattivo, siderurgico, costruzioni, trasporti, cartario, tessile, servizi idrici, smaltimento rifiuti.

\*\*I dati comprendono i valori dei flussi intermediati per operazioni di import-export di materiali di armamento regolamentate dalla Legge 185/90 e gli affidamenti in favore di aziende che sviluppano solo una parte del loro fatturato nelle settore della produzione di materiali di armamento.

## FS7

Prodotti e servizi con finalità sociali

PRINCIPALI PRODOTTI	FINALITÀ SOCIALI	BENEFICIARI
<b>Misure per contrastare gli effetti della crisi economica sui clienti</b>		
<b>Combatti la crisi - Mutui</b>	Supportare i clienti in difficoltà economica, ad esempio per perdita del lavoro, prevedendo la possibilità di interrompere fino a 12 mesi il pagamento delle rate del mutuo senza costi amministrativi aggiuntivi.	Circa 6 mila clienti retail hanno beneficiato di questa misura nel 2011.
<b>Combatti la crisi – Prestiti personali</b>	Supportare i clienti in difficoltà economica, ad esempio per perdita del lavoro, prevedendo la possibilità di interrompere fino a 6 mesi il pagamento delle rate del prestito personale senza oneri aggiuntivi, salvo casi particolari.	Circa 5 mila clienti retail hanno beneficiato di questa misura nel 2011.
<b>Time out</b>	Supportare le piccole e medie imprese italiane nel fronteggiare gli effetti negativi della crisi economica attraverso la sospensione fino a 12 mesi del pagamento delle rate in conto capitale dei finanziamenti a medio-lungo termine.	Circa 4 mila imprese clienti hanno beneficiato di questa misura nel 2011.

## FS. Aspetti sociali e ambientali caratteristici del settore finanziario

PRINCIPALI PRODOTTI	FINALITÀ SOCIALI	BENEFICIARI
<b>Misure per contrastare gli effetti della crisi economica sui clienti</b>		
<b>Prorogatio</b>	Supportare le piccole e medie imprese italiane nel fronteggiare gli effetti negativi della crisi economica attraverso la proroga, fino a 6 mesi, della scadenza degli anticipi su crediti vantati nei confronti della pubblica amministrazione.	Imprese clienti.
<b>Montepaschi per la crescita</b>	Finanziare progetti di rafforzamento patrimoniale delle imprese quale misura necessaria per intraprendere percorsi di crescita una volta conclusa la fase di emergenza legata alla crisi economica.	Imprese clienti.
<b>Misure per supportare i clienti colpiti dagli effetti di calamità naturali</b>		
<b>Misure urgenti</b>	Alleviare i problemi economici dei clienti colpiti da calamità naturali, sia attraverso la sospensione delle rate dei finanziamenti in essere, sia rendendo disponibili prestiti a condizioni agevolate per fare fronte alle spese di prima necessità.	Clienti residenti nei territori colpiti dalle alluvioni verificatesi in Italia nel 2011.
<b>Offerta di prodotti e servizi bancari a condizioni accessibili e rispondenti ai bisogni delle categorie di clientela più "deboli"</b>		
<b>Servizio bancario di base</b>	Consentire l'utilizzo, a costi contenuti, dei principali servizi bancari.	Clienti retail con bassa capacità di reddito.
<b>Conto Italiano Zip - base</b>	Consentire l'utilizzo, a costi contenuti, dei principali servizi bancari.	Clienti retail a bassa operatività (svolta in prevalenza allo sportello).
<b>Conto Italiano per Me</b>	Promuovere l'utilizzo dei servizi bancari da parte dei giovani, attraverso un'offerta incentrata sui canali on-line ed a costo contenuto.	Giovani da 18 a 30 anni.
<b>Tuttofare Giovani</b>	Supportare i giovani nello studio tramite prestiti personali a condizioni favorevoli.	Studenti universitari, studenti iscritti a master e corsi di specializzazione.
<b>Diamogli Futuro</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Supportare i giovani nello studio.</li> <li>2) Facilitare l'acquisto di una prima casa da parte di giovani con contratti di lavoro a tempo determinato.</li> </ol> Tali finalità sono perseguite nell'ambito di un accordo tra ABI ed il Ministero della Gioventù, e di specifici fondi di garanzia.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Giovani da 18 a 40 anni iscritti a corsi di studio (università, master e corsi di specializzazione).</li> <li>2) Giovani (con figli) e giovani coppie.</li> </ol>
<b>Conto Pensione</b>	Consentire l'accredito della pensione su conto corrente a costi agevolati.	Pensionati.
<b>Paschi Senza Frontiere</b>	Favorire l'integrazione degli immigrati in Italia attraverso una gamma di prodotti-servizi bancari e assicurativi a condizioni agevolate. Uno dei pilastri dell'offerta è la gratuità delle rimesse entro il limite di 250 euro per transazione.	Immigrati residenti in Italia. Sono circa 293 mila i clienti del Gruppo provenienti da Paesi ad alto tasso di emigrazione (5,5% del totale).
<b>Offerta per il non profit</b>	Supportare gli scopi sociali delle organizzazioni non profit attraverso una gamma di servizi di base a costi contenuti ed una rete di 55 centri specialistici nel territorio.	Circa 25 mila organizzazioni non profit clienti del Gruppo.
<b>Soluzioni per gestire la previdenza</b>		
<b>Fondi pensione aperti AXA MPS Previdenza</b>	Supportare i clienti nella costruzione di una pensione integrativa, anche con caratteristiche di prodotto innovative come il "Life Cycle" che permette automaticamente di adeguare l'investimento agli anni restanti al pensionamento, spostando nel tempo le quote da comparti più aggressivi ad altri più conservativi.	Tutti i clienti.

## FS. Aspetti sociali e ambientali caratteristici del settore finanziario

PRINCIPALI PRODOTTI	FINALITÀ SOCIALI	BENEFICIARI
<b>Antiusura</b>		
<b>Protocolli antiusura (Legge 108/1996)</b>	Contribuire a contrastare il fenomeno dell'usura, assicurando alla clientela bisognosa prestiti in tempi brevi ed a tassi d'interesse sostenibili, in accordo con le istituzioni (Confidi, Associazioni di categoria, Prefetture, ecc.).	Il Gruppo ha stanziato plafond per questa attività pari a circa 50 milioni di euro.
<b>Microcredito</b>		
<b>Microcredito di Solidarietà SpA</b>	Aiutare persone in difficoltà. La Società è partecipata al 40% dalla Banca (che inoltre sostiene le spese amministrative, eroga i prestiti, incassa le rate di rimborso, ecc.) eroga prestiti per importi fino a 7.500 euro, rimborsabili in 5 anni, ad un tasso di interesse fisso del 2% e senza garanzie. <a href="http://www.microreditosolidale.eu">www.microreditosolidale.eu</a>	Soggetti non bancabili in Toscana. Nel 2011 la Società ha effettuato 220 prestiti per complessivi 674.650 euro.
<b>Fondo nuovi nati</b>	Supportare le famiglie nelle spese legate alla nascita/adozione di un figlio attraverso l'erogazione di prestiti fino a 5 mila euro, rimborsabili in 5 anni, ad un tasso di interesse fisso (TAEG) non superiore al 50% del Tasso Effettivo Globale Medio (TEGM) relativo ai prestiti personali. I prestiti sono garantiti al 50% da uno specifico fondo nazionale.	Famiglie con figli nati/adottati nell'anno precedente alla richiesta di finanziamento. Nel 2011 il Gruppo ha effettuato 574 prestiti per complessivi 2.809.550 euro.
<b>Microcredito ABI-CEI</b>	Aiutare persone e piccole imprese in difficoltà. Il Gruppo aderisce al programma nazionale di microcredito definito da un accordo tra ABI e la Conferenza Episcopale Italiana (CEI), erogando prestiti a tassi di interesse contenuti e parzialmente garantiti da uno specifico fondo.	Persone e piccole imprese in difficoltà. Nel 2011 il Gruppo ha effettuato 28 prestiti per complessivi 175.100 euro.

### FS8 Prodotti e servizi con finalità ambientali

PRINCIPALI PRODOTTI	FINALITÀ AMBIENTALI	BENEFICIARI
<b>Welcome Energy</b>	Sostenere la produzione di energia da fonti rinnovabili. Il Gruppo finanzia l'installazione di impianti fotovoltaici per importi fino a 2 milioni di euro e tempi di ammortamento fino a 18 anni.	Piccole e medie imprese. Nel 2011 il Gruppo ha effettuato 1.077 finanziamenti per complessivi 668.817.661 euro.
<b>Energia Pulita</b>	Sostenere la produzione di energia da fonti rinnovabili prevalentemente attraverso il finanziamento in project di impianti fotovoltaici, eolici, a biogas, di cogenerazione, termovalorizzazione dei rifiuti, ecc.	Imprese clienti. Nel 2011 la controllata MPS Capital Services ha effettuato 59 finanziamenti per complessivi 339.181.550 euro.
<b>Energy Leasing</b>	Sostenere la produzione di energia da fonti rinnovabili tramite operazioni di leasing per l'acquisto/costruzione di impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili.	Imprese clienti. Nel 2011 la controllata MPS Leasing&Factoring ha effettuato 148 operazioni per complessivi 296.014.082 euro.
<b>Prestisole</b>	Sostenere la produzione di energia da fonti rinnovabili. Il Gruppo finanzia l'installazione di piccoli impianti fotovoltaici per importi fino a 50 mila euro e tempi di ammortamento fino a 15 anni.	Clienti retail. Nel 2011 il Gruppo ha effettuato 1.214 finanziamenti per complessivi 27.623.000 euro.
<b>Presiti in convenzione</b>	Sostenere la produzione di energia da fonti rinnovabili in collaborazione con primari operatori del settore. Sono finanziabili progetti nel settore fotovoltaico per importi fino a 50 mila euro e tempi di ammortamento fino a 15 anni.	Clienti retail. Nel 2011 la Banca ha effettuato 422 finanziamenti per complessivi 9.217.000 euro.

PRINCIPALI PRODOTTI	FINALITÀ AMBIENTALI	BENEFICIARI
<b>Terramica</b>	Sostenere il comparto agrario valorizzando le politiche finalizzate a contenere l'impatto ambientale. Gli interventi finanziabili sono, ad esempio, l'acquisto di sementi "no-ogm", di macchinari ad alta tecnologia e basso impatto ambientale e gli investimenti destinati al miglioramento delle strutture di allevamento con ottica rivolta al benessere animale.	Imprese del settore agricolo. Nel 2011 il Gruppo ha effettuato 199 finanziamenti per complessivi 10.322.607 euro.

Nel corso dell'anno, l'offerta di prodotti con finalità ambientali è stata ampliata con ulteriori prodotti, quali:

- Mutuo Natura - finanziamento per l'acquisto o la ristrutturazione di immobili con classificazione energetica elevata e conformi ai principi della bioedilizia. Il prodotto ha vinto nel 2011 il premio per l'Innovazione di Prodotto nell'ambito del concorso promosso dalla testata "Milano Finanza".
- Tuttofare Natura - prestito personale per interventi di riqualificazione energetica degli immobili (realizzazioni di impianti fotovoltaici, solari termici, dispositivi di sfruttamento delle energie rinnovabili caldaie a condensazione) e per l'acquisto di auto "ecologiche" (euro 5, ibride, a gpl, a metano).
- Montepaschi Energie Pulite - finanziamento (fino all'80% del valore dell'investimento ed importi fino a 5 milioni di euro) destinato alle imprese che realizzano impianti per la produzione di energia alternativa diversi dal fotovoltaico (eolici, biogas e biomasse, geotermici, ecc.) e che beneficiano dello specifico incentivo pubblico.

**FS9**  
Audit sull'attuazione delle politiche socio-ambientali e delle procedure di risk assessment

L'approccio ai controlli interni è di tipo "risk based" ed il relativo sistema di gestione, strutturato su tre livelli, è tale da assicurare una valutazione indipendente circa l'efficacia e l'efficienza dei processi.

Nell'ambito delle ordinarie verifiche svolte dalla Funzione Revisione Interna (vedi p. 72) viene posta attenzione anche all'effettiva applicazione degli impegni contenuti nel Codice Etico e nelle Politiche e Direttive Interne che vertono su materie con elevati risvolti sociali e ambientali (vedi p. 28, 29, 30).

Nel 2011 sono stati svolti complessivamente 1.403 audit, oltre ai controlli specialistici, sia interni che esterni, sul funzionamento dei sistemi di gestione certificati: ISO14001 per l'ambiente (circa 80) e OHSAS18001 in tema di tutela della salute e sicurezza dei lavoratori (circa 150).

**FS10**  
Relazioni con società partecipate su questioni sociali e ambientali

Le società facenti parte del Gruppo hanno adottato il Codice Etico e svolgono le loro attività in conformità alle Politiche e Direttive Interne che vertono su materie con elevati risvolti sociali e ambientali. I medesimi riferimenti sono utilizzati nei rapporti con le imprese clienti (vedi p. 28, 29, 30).

#### PARTECIPAZIONI IN SOCIETÀ ATTIVE IN AMBITO SOCIALE ED AMBIENTALE

Il Gruppo detiene partecipazioni in aziende, enti ed associazioni che operano per lo sviluppo del territorio, la promozione sociale e la sostenibilità ambientale. Nella maggior parte dei casi partecipa con un proprio esponente agli organi direttivi di dette aziende/associazioni, prendendo parte alla definizione di obiettivi e strategie.

Al 31.12.2011 le principali partecipazioni di questo tipo sono una trentina, per un controvalore economico di circa 200 milioni di euro, corrispondenti a circa il 2% delle partecipazioni totali della Banca.

PARTECIPAZIONI AL 31.12.2011 IN SOCIETÀ ATTIVE IN AMBITO SOCIALE ED AMBIENTALE – VALORI DI BILANCIO (milioni di euro)	
Finanziarie con missione sociale	117,8
Società di produzione di energia rinnovabile	64,4
Società di gestione idrica	10,1
Società di gestione ambientale	7,4
Società di ricerca nel campo delle biotecnologie	0,6
Enti di sviluppo del territorio	0,8
Società di microcredito	0,4
<b>Totale</b>	<b>201,5</b>

#### VALUTAZIONI SOCIALI E AMBIENTALI NEI RAPPORTI CON LE IMPRESE CLIENTI

Questioni sociali e ambientali sono inoltre oggetto di valutazioni nei rapporti con le imprese clienti, con particolare riguardo per i rischi ambientali insiti nel processo di credito e le criticità, anche reputazionali, che possono presentarsi nell'erogazione di servizi finanziari ad imprese del settore degli armamenti (vedi p. 29, 30); se ne riportano a seguire le principali evidenze.

RISCHIO AMBIENTALE DEL CREDITO - FINANZIAMENTI VALUTATI	2011	2010	2009
<b>Credito specializzato – Mps Capital Services</b>			
Progetti (n.)	212	259	215
Importi (milioni di euro)	2.542	3.499	2.151
<b>Aziende con fatturato superiore a 500 milioni</b>			
Clienti (n.)	479	416	470
Importi (milioni di euro)	17.509	17.976	18.355

LIVELLI DI RISCHIO DEI PROGETTI VALUTATI DA MPS CAPITAL SERVICES NEL 2011	PROGETTI		IMPORTI	
	N.	%	MILIONI DI EURO	%
Basso (A)	72	34	114	4
Medio (B)	75	35	1.818	72
Significativo (C)	33	16	249	10
Elevato (D)	32	15	361	14

OPERATIVITÀ NEL SETTORE DEGLI ARMAMENTI (milioni di euro)	2011	2010	2009
Legge 185/90 - flussi intermediati per operazioni di import-export di materiali di armamento	6,5	12,0	16,3
Credito concesso a imprese del settore degli armamenti	130,7	162,9	145,4

#### FS11 Asset sottoposti a screening ambientale e sociale

Per quanto attiene alle attività di asset management relative ai prodotti d'investimento presenti nella gamma di offerta a disposizione dei propri clienti, il Gruppo ha inteso caratterizzare la propria offerta anche sotto il profilo socio-ambientale attraverso le seguenti modalità operative:

- All'interno della gamma di fondi-sicav in offerta sono presenti 25 prodotti qualificati come "sostenibili" in virtù del fatto che investono in società particolarmente attente ai valori della tutela ambientale e della business ethics.
- Tutti i maggiori fondi-sicav della gamma in offerta sono sottoposti ad uno screening periodico da parte dell'agenzia di rating Vigeo per valutare il profilo ESG (Environment, Society, Governance) degli emittenti in portafoglio e identificare i prodotti che in media investono di più in titoli di società e/o governi socialmente responsabili. Viene quindi determinato un rating ESG sintetico che, se superiore ad una soglia prestabilita, è segnalato alla clientela (il calcolo del rating ESG non tiene conto di specifiche politiche sociali e ambientali eventualmente utilizzate dalle società di gestione dei prodotti). Al 31.12.2011, 84 prodotti dei 239 valutati hanno tali requisiti.

## FS. Aspetti sociali e ambientali caratteristici del settore finanziario

- Sono collocati nel mercato prodotti d'investimento che puntano sui rendimenti di società con le migliori performance di sostenibilità. Nel 2011 è stata emessa l'obbligazione strutturata "Credit Suisse Green Economy", indicizzata alla performance di un paniere azionario rappresentativo di aziende del settore dell'energie rinnovabili, e il fondo a formula "Prima Protetto 100 Energia Pulita", che prevede la partecipazione alla performance dell'indice "S&P Global Clean Energy" composto da 30 società operanti nel business dell'energia pulita.
- Non sono state definite specifiche politiche sull'esercizio di voto in società partecipate.
- Il tema dell'azionariato attivo nell'attività di asset management non è rilevante in quanto nel 2009 è stato ceduto il controllo di tutte le società del settore che in precedenza facevano parte del Gruppo.

### FS12

Politiche sociali e ambientali nell'esercizio del diritto di voto in società terze

---

## EC. PERFORMANCE ECONOMICA

### POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE

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

La gestione economico-finanziaria si realizza attraverso idonei sistemi di pianificazione, controllo e reporting presidiati dal Chief Financial Officer.

La gestione degli impatti economici sugli stakeholder e sui sistemi economici locali segue specifiche politiche aziendali su temi quali:

- La gestione delle risorse umane (vedi p. 56, 57).
- L'inclusione finanziaria (vedi p. 33, 34, 35).
- La tutela dell'ambiente e il contrasto ai cambiamenti climatici (vedi p. 35, 36, 40).
- La sostenibilità nella catena di fornitura (vedi p. 41, 42, 53, 54, 55, 69).
- Gli investimenti per la crescita economico-sociale delle comunità di riferimento (vedi p. 42, 43).

### PERFORMANCE ECONOMICA

Il contesto di mercato straordinariamente difficile, caratterizzato da un progressivo rallentamento della crescita economica e dall'acuirsi della crisi del debito sovrano nell'area Euro, ha fortemente condizionato l'attività del sistema bancario. Tale contesto ha avuto notevoli impatti sulle dinamiche patrimoniali e reddituali del Gruppo, di cui si riportano in tabella i principali indicatori.

**EC1**  
Valore economico  
direttamente generato  
e distribuito

PRINCIPALI INDICATORI PATRIMONIALI ED ECONOMICI	2011	Variazione su a.p.
<b>Valori patrimoniali</b>	<b>milioni di euro</b>	<b>%</b>
Raccolta da clientela	280.874	-7,2
- Raccolta diretta	146.324	-7,2
- Raccolta indiretta	134.550	-7,2
Crediti verso clientela	146.608	-5,6
<b>Valori economici (conto economico riclassificato con criteri gestionali)</b>	<b>milioni di euro</b>	<b>%</b>
Ricavi (margine della gestione finanziaria e assicurativa)	5.507	-1,2
Utile/Perdita dell'operatività corrente al lordo delle imposte	150	-89,9
Utile/Perdita dell'operatività corrente al netto delle imposte	-99	Non significativa
Utile/Perdita d'esercizio*	-4.685	Non significativa
<b>Indici</b>	<b>%</b>	<b>Punti base</b>
Tier 1 ratio	11,1	+270
Cost/Income ratio	63,6	+200

\*Il dato incorpora in particolare gli effetti delle rettifiche di valore dell'avviamento e degli intangibili di significativa entità (4.479 milioni di euro) effettuate in ottemperanza al principio contabile internazionale "IAS 36".

L'andamento della gestione economico-finanziaria si riflette anche nella capacità del Gruppo di produrre valore a beneficio degli stakeholder e delle economie locali. Il Valore Economico Generato nell'anno, calcolato a partire dai dati di Bilancio attraverso la specifica metodologia proposta da ABI, è stato pari a circa 4 miliardi di euro.

RIPARTIZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO (migliaia di euro)	2011	2010	2009
<b>Valore economico generato</b>	<b>4.058.005</b>	<b>5.268.407</b>	<b>4.422.092</b>
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>4.447.304</b>	<b>4.334.536</b>	<b>4.244.800</b>
-ai dipendenti ed ai collaboratori	2.271.033	2.272.195	2.391.621
-ai fornitori	1.150.820	1.135.010	1.246.599
-all'amministrazione centrale e periferica	1.022.797	749.478	590.226
-alla collettività e all'ambiente	6.119	109.477	11.851
-agli azionisti	0	66.890	3
-attribuito a terzi	-3.465	1.486	4.500
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>-389.299</b>	<b>933.871</b>	<b>177.292</b>

\* Per analizzare la versione completa del "Prospetto di determinazione del valore aggiunto" conforme alla metodologia proposta da ABI nel dicembre 2010 si veda la [Sezione I Nostri Valori del sito www.mps.it](#).

Per maggiori informazioni sull'andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo nell'esercizio 2011 si veda il [Bilancio Consolidato al 31.12.2011](#).

**EC2**  
Implicazioni  
finanziarie, rischi e  
opportunità connessi  
ai cambiamenti  
climatici

Le banche, rispetto alle imprese industriali, sono in grado di assicurare la continuità del loro servizio senza dipendere in misura significativa dall'impiego di combustibili fossili.

Ciononostante, anche nell'attività del Gruppo si possono riscontrare rischi ed opportunità connessi ai cambiamenti climatici con conseguenti implicazioni anche economiche:

- I rischi sono soprattutto di natura fisica, in relazione ad eventuali calamità naturali che possono causare danni all'operatività della banca in modo diretto (danni alle strutture, interruzione dell'attività, ecc.) e in modo indiretto (danni ai clienti con effetti ad esempio sulla loro capacità di rimborsare il credito), con implicazioni economiche non trascurabili (costi di ripristino dell'operatività, perdite di valore e mancati ricavi nell'attività creditizia, costi di sviluppo e gestione dei sistemi emergenza e di business continuity, costi assicurativi, ecc.).
- Le opportunità, condizionate anche dal contesto normativo di riferimento, comprendono la possibilità di ridurre i costi di gestione attraverso progetti di eco-efficienza e di incrementare i ricavi con l'innovazione di prodotto nel campo della cosiddetta green finance.

Per questi motivi, il Gruppo, in continuità con la propria Politica Ambientale, ha intrapreso l'attuazione di una [Strategia sul cambiamento climatico](#) che si sviluppa su più fronti:

- Nel marketing, ad esempio con ricerche e prodotti finanziari ad hoc per sostenere lo sviluppo delle energie rinnovabili.
- Nella gestione immobiliare, con il progressivo adeguamento a parametri di eco-sostenibilità delle sedi di lavoro, degli impianti tecnici e delle dotazioni di Information Technology.
- Nella mobilità business, mediante la razionalizzazione dei viaggi di lavoro e l'ottimizzazione anche ambientale del mix dei mezzi di trasporto utilizzati.
- Nelle procedure di acquisto di beni e servizi per le necessità operative, con un controllo sempre maggiore degli impatti ambientali del loro ciclo di vita.

L'attenzione del Gruppo al tema dei cambiamenti climatici è altresì testimoniata attraverso:

- La partnership in Italia con il Carbon Disclosure Project (CDP) – la Banca collabora alla realizzazione e alla comunicazione dell'Italy Report.
- La sottoscrizione della richiesta che annualmente CDP presenta alle maggiori aziende del mondo di rendere pubbliche le proprie politiche e performance sulla lotta ai cambiamenti climatici.
- La disclosure sulle performance e sui sistemi attuati dal Gruppo per gestire i rischi e le opportunità dei cambiamenti climatici – ogni anno viene compilato e reso pubblico lo specifico [Questionario CDP](#).
- La partecipazione al [Carbon Action](#).

**EC3**

Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico

Le società del Gruppo assicurano ai propri dipendenti un sistema di previdenza complementare aziendale allo scopo di garantire ai propri iscritti, o loro aventi causa, prestazioni pensionistiche complementari al sistema obbligatorio di base. Gli importi delle relative passività riconosciute in bilancio sono pubblicate nel [Bilancio Consolidato al 31.12.2011 \(p. 244-247\)](#).

Il contributo aziendale, nei casi previsti, è pari al 2,5% della retribuzione totale annuale lorda di ciascun dipendente.

La gestione avviene attraverso due fondi negoziali chiusi, dotati di un patrimonio complessivo di circa 2 miliardi di euro.

La politica di asset allocation integra le valutazioni d'investimento tradizionali con parametri ESG (Environment, Society, Governance). A tale fine sono utilizzati gli specifici rating periodicamente forniti dalla società specializzata Vigeo relativamente ai titoli in portafoglio. Al 31.12.2011 il rating ESG medio dei fondi è pari a 46,1/100 e superiore ai benchmark monitorati da Vigeo.

**EC4**

Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione

Nel 2011 le società del Gruppo non hanno ricevuto contributi significativi da parte della Pubblica Amministrazione.

**PRESENZA SUL MERCATO**

**EC5**

Stipendi medi del personale e trattamento retributivo dei neo assunti

RETRIBUZIONI MEDIE ANNUE LORDE (euro)	2011	2010	2009
Dirigenti	142.362	143.376	134.974
Quadri direttivi	54.769	56.655	55.523
Aree professionali	36.106	38.094	36.993

*Stipendio annuo lordo complessivo solo delle componenti fisse della retribuzione prevista contrattualmente e dalle integrazioni aziendali.*

Le Retribuzioni Annuo Lorde del personale del Gruppo sono in linea con i valori medi di settore.

I neo-assunti sono inseriti con contratto di apprendistato professionalizzante ai sensi del Dlgs 276/03, con una retribuzione annua media di circa 30 mila euro ed un inquadramento iniziale al 3° livello della 2ª Area Professionale. Il loro trattamento economico-contrattuale prevede inoltre condizioni migliorative rispetto ai termini di legge:

- Al termine del contratto, di durata biennale anziché quadriennale, il rapporto di lavoro viene di norma convertito a tempo indeterminato con il passaggio all'inquadramento superiore (1° livello della 3ª Area Professionale). Nel 2011, in un solo caso il rapporto si è concluso, per volontà del dipendente, al termine del periodo di apprendistato.
- Trascorsi i primi 18 mesi di contratto viene riconosciuto, con assegno temporaneo, il trattamento economico tabellare corrispondente, in termini di valore netto, a quello previsto per l'inquadramento di fine contratto.

**EC6**

Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative

Il Gruppo ha una catena di fornitura molto estesa che comprende circa 19 mila aziende in Italia. I processi di approvvigionamento ed i rapporti con i fornitori sono gestiti in base a strategie e sistemi organizzativi accentrati, atti ad assicurare livelli omogenei di qualità ed efficacia delle forniture in tutte le strutture del Gruppo ([Politica di sostenibilità nella catena di fornitura](#)). La selezione del fornitore viene effettuata a conclusione di un processo di valutazione che si basa sul prezzo e su fattori quali, la qualità della fornitura, l'affidabilità del fornitore, la complessiva relazione/reciprocità commerciale e finanziaria con la controparte, la sostenibilità delle performance (vedi p. 53, 54, 55, 69), avendo particolare riguardo per le piccole imprese e, a livello locale, per i territori di maggiore e tradizionale radicamento del Gruppo.

Ripartizione per Regione delle spese di acquisto beni/servizi al 31.12.2011 (%) – Totale=1.152 milioni di euro



**EC7**

Assunzione di personale nei luoghi di residenza

- Assunzioni di giovani risorse - sono seguite apposite procedure selettive, ponendo attenzione a che la sede di lavoro assegnata ricada in aree geografiche circoscritte rispetto al comune di residenza. È inoltre contrattualmente riconosciuta una integrazione della retribuzione per 13 mensilità ai neo-assunti che vengono inizialmente assegnati a una sede di lavoro diversa dal comune di residenza.
- Assunzioni di figure dirigenziali - non sono previste policy specifiche che tengano conto del luogo di residenza dell'interessato. Tali assunzioni hanno infatti l'obiettivo di acquisire professionalità particolari, non presenti o non sviluppabili internamente in tempi adeguati, e sono generalmente inserite presso le sedi operative delle strutture centrali delle aziende del Gruppo.

**IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI**

**EC8**

Supporto agli investimenti in infrastrutture e servizi di pubblica utilità, donazioni e attività pro bono

Il Gruppo partecipa allo sviluppo socio-economico contesti territoriali in cui opera

( [Codice Etico](#)), sostenendo programmi di tutela e sviluppo delle comunità attraverso:

- La collaborazione con le istituzioni. Anche tramite gli specifici presidi-gestori dei mercati territoriali (55 Centri Enti specialistici in Italia) viene assicurata una relazione continuativa con le amministrazioni territoriali ed un supporto a 360° che comprende tra l'altro la consulenza in materia di public finance ed il finanziamento di opere e servizi di pubblica utilità (104 operazioni per complessivi 205 milioni di euro nel corso del 2011).
- I contributi diretti ad organizzazioni ed iniziative nei campi culturale, scientifico, sportivo, sociale e ambientale.
- La promozione di raccolte fondi per iniziative di solidarietà, dando la possibilità ai clienti, ai dipendenti e a tutte le persone interessate di fare una donazione attraverso le filiali, gli ATM, l'utilizzo di carte prepagate, l'internet banking e altre funzionalità on-line.
- La partecipazione nel capitale di società attive in ambiti sociale e ambientale (vedi p. 36, 37). In alcuni casi la Banca ne supporta l'attività con ulteriori contributi di risorse, finanziarie e non: è quanto avviene in particolare con Microcredito di Solidarietà SpA (vedi p. 33, 34, 35).

### CONTRIBUTI DIRETTI

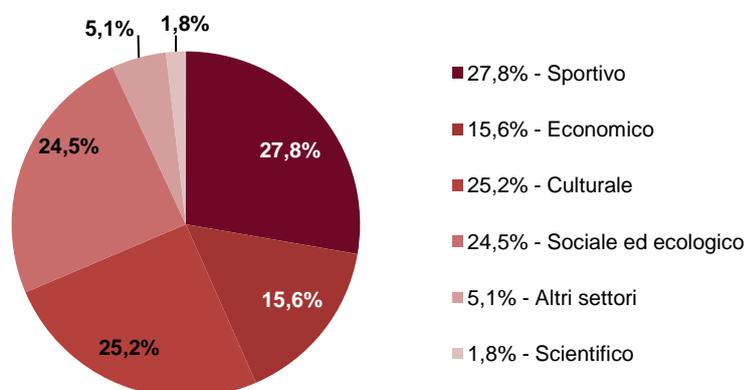
In coerenza con la specifica [Politica di intervento sociale nelle comunità](#) il Gruppo sostiene in modo diretto le comunità locali attraverso:

- Sponsorizzazioni - 652 interventi per circa 36 milioni di euro.
- Donazioni - erogazioni liberali concesse per finalità benefiche (3,8 milioni nel 2011).
- Contributi erogati, nell'ambito dei contratti per servizi di tesoreria e cassa, in favore di progetti con finalità sociali realizzati dagli Enti Locali. Nel 2011 l'impegno è stato pari a circa 4,3 milioni.

CONTRIBUTI DIRETTI ALLE COMUNITÀ (milioni di euro)	2011	2010	2009
Sponsorizzazioni	36,0	35,0	34,7
Donazioni*	3,8	3,1	5,6
Contributi a Enti Locali nell'ambito di servizi di tesoreria e cassa	4,3	5,5	6,1
<b>Contributi totali</b>	<b>44,1</b>	<b>43,6</b>	<b>46,4</b>

\*Comprendono le erogazioni effettuate dalle società del Gruppo, sia direttamente sia in favore delle Fondazioni Banca Antonveneta e Banca Agricola Mantovana.

#### Ripartizione per finalità del numero delle sponsorizzazioni effettuate nel 2011



### PROMOZIONE DI RACCOLTE FONDI

Nel 2011 sono state effettuate 7 iniziative di questo tipo che hanno consentito al Gruppo di raccogliere complessivamente più di 400 mila euro destinati a progetti di utilità sociale in Italia e all'estero. In particolare:

- La collaborazione con ACRA - Cooperazione Rurale in Africa e in America Latina per la realizzazione di progetti di difesa del diritto all'acqua in Senegal.
- La Fabbrica del Sorriso, l'iniziativa di Mediafriends ONLUS a sostegno di progetti in favore dei bambini più bisognosi.
- La tradizionale raccolta fondi di Natale a sostegno di progetti di cura e assistenza (rivolti prevalentemente a bambini e ragazzi in difficoltà) realizzati da varie organizzazioni non profit in Italia.
- La collaborazione con Unicef alla campagna di lotta alla mortalità infantile "Vogliamo Zero".
- Il supporto alle popolazioni colpite da calamità naturali.

Varie organizzazioni non profit hanno inoltre beneficiato degli importi rivenienti dall'utilizzo di specifiche carte prepagate.

Per maggiori informazioni sulle iniziative di solidarietà sostenute dal Gruppo si veda la [Sezione Solidarietà del sito www.mps.it](#)

**EC9**

Analisi dei principali  
impatti economici  
indiretti

---

Per le caratteristiche intrinseche dell'attività bancaria, l'operato del Gruppo può incidere sullo sviluppo dei tessuti socio-economico territoriali. L'impegno è quello di fare sì che l'intervento sia positivo sia per il valore aziendale intrinseco, sia per l'economia, la collettività e l'ambiente nei contesti locali di riferimento.

Contribuire allo sviluppo sostenibile è il criterio guida della Politica di CSR che il Gruppo attua con soluzioni finanziarie in grado di servire i bisogni del mercato e di incontrare gli interessi generali della collettività.

Tra gli ambiti di interesse generale e ad impatto economico indiretto in cui si concentra l'azione specifica del Gruppo, vi sono:

- L'inclusione finanziaria (vedi p. 33, 34, 35).
- La tutela dell'ambiente e il contrasto ai cambiamenti climatici (vedi p. 35, 36, 40).
- La sostenibilità nella catena di fornitura (vedi p. 41, 42, 53, 54, 55, 69).
- Gli investimenti per la crescita economico-sociale delle comunità di riferimento (vedi p. 42, 43).

## EN. PERFORMANCE AMBIENTALE

### POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE

#### POLITICA

Il Gruppo è impegnato a gestire in modo organizzato e con crescente efficienza le attività che possono avere impatti, sia positivi che negativi, sull'ambiente.

Gli aspetti ambientali più significativi si riferiscono a:

- I contesti operativi interni - ovvero i consumi di carta, energia ed acqua, i rifiuti e le altre emissioni inquinanti connessi alle attività di ufficio, alla gestione immobiliare, all'Information Technology, ai trasporti e la mobilità business, alla logistica ed ai processi di acquisto.
- Le relazioni di mercato – in particolare i possibili riflessi sul credito di aspetti di eco-compatibilità caratteristici dell'impresa e del progetto finanziato (vedi p. 29, 30), ed il contributo ad attività economiche e tecnologie eco-efficienti, realizzabile attraverso l'offerta bancaria (vedi p. 35, 36).

I principi generali di riferimento sono indicati nella  [Politica Ambientale](#).

#### OBIETTIVI E MONITORAGGIO PERFORMANCE

Gli obiettivi di performance ambientale sono definiti con cadenza biennale anche attraverso il confronto con le Organizzazioni Sindacali nell'ambito di uno specifico Gruppo di lavoro con la Banca. Gli obiettivi per il periodo 2011-12 comprendono:

- L'efficientamento energetico delle sedi di lavoro e degli impianti tecnici.
- La riduzione dei consumi energetici dei sistemi di Information Technology.
- Il miglioramento della qualità ambientale della flotta aziendale.
- L'aumento del tasso di utilizzo di prodotti e servizi eco-compatibili.
- La riduzione dei consumi di carta.

Le performance sono monitorate nell'ambito delle attività ordinarie delle funzioni operative e sono rese disponibili all'Alta Direzione e al CdA per verificarne l'allineamento rispetto agli obiettivi predefiniti. Le elaborazioni di alcuni indicatori sono effettuate mediante l'utilizzo di parametri e coefficienti di trasformazione indicati da specifici standard ed inclusi anche nelle "Specifiche ABI per la redazione dei bilanci di sostenibilità secondo le linee guida GRI G3.1".

#### SISTEMI DI GESTIONE E CONTROLLO

Sono in atto sistemi organizzativi e procedurali per la gestione degli impatti ambientali del Gruppo, coordinati da una funzione centrale che viene coadiuvata da appositi presidi territoriali. Tali sistemi sono certificati secondo la norma internazionale ISO14001 nella Capogruppo e in Mps Capital Services (circa l'80% delle attività/sedi del Gruppo). Controlli periodici consentono di verificarne l'efficace implementazione operativa e le eventuali non conformità sono oggetto di adeguati piani di miglioramento.

#### FORMAZIONE

Le competenze necessarie per gestire le attività nel rispetto dell'ambiente sono sviluppate ed aggiornate soprattutto attraverso:

- Corsi di formazione sugli aspetti generali della Politica Ambientale rivolti ai neo-assunti e corsi tecnici per il personale maggiormente coinvolto nella gestione ambientale a livello operativo (circa 500 partecipanti nel 2011).
- I contenuti pubblicati in una specifica sezione della intranet aziendale e le notizie sulle iniziative del Gruppo diffuse in altri canali di comunicazione interna.

## MATERIE PRIME

### EN1 Utilizzo di materie prime

I prodotti di consumo maggiormente utilizzati ed aventi impatti ambientali rilevanti nel loro ciclo di vita sono la carta e i toner.

CONSUMI *	2011	2010	2009
<b>Carta uso interno (t) **</b>	<b>1.806</b>	<b>2.079</b>	<b>1.897</b>
Consumo per dipendente (Kg)	59	67	62
Carta A4 (fogli per dipendente al giorno)	47	51	41
<b>Carta uso esterno (t) ***</b>	<b>2.721</b>	<b>2.227</b>	-
Consumo per cliente (Kg)	0,44	0,36	-
<b>Toner (n.)</b>	<b>18.424</b>	<b>27.819</b>	<b>34.620</b>

\* Dati stimati sulla base degli ordini di acquisto.

\*\* Uso interno: per la stampa e la fotocopiatrice di documenti di lavoro negli uffici di direzione generale e delle rete commerciale (principalmente carta in formati A4 e A3).

\*\*\* Uso esterno: per le comunicazioni ai clienti (invio estratti conto, dossier titoli e altre informazioni periodiche), per la gestione di alcune operazioni bancarie (modulistica prestampata, carta chimica, ecc.), per i materiali pubblicitari (brochure e locandine), per la stampa dei bilanci aziendali e delle pubblicazioni date in omaggio alla clientela.

### RIDUZIONE DEL CONSUMO DI CARTA

L'obiettivo di ridurre i consumi di carta, sia per uso interno che per uso esterno, è perseguito attraverso un programma organico di interventi strutturali e di processo, finalizzati a ottimizzare la gestione documentale in ottica paper-less, che comprendono: dotazioni strumentali in Rete per consentire un maggiore ricorso alla digitalizzazione dei documenti interni e commerciali; lo sviluppo di un Centro Documentale per l'archiviazione elettronica; l'utilizzo del servizio fax digitale. Il progetto Document On Line per consentire ai clienti dell'internet banking di ricevere le comunicazioni periodiche dalla Banca solo in formato elettronico; ecc.

### RIDUZIONE DEL CONSUMO DI TONER

È operativo un sistema centralizzato per il controllo delle stampanti di rete che consente di ottimizzare la qualità di stampa e conseguentemente il consumo di toner, con risparmi fino al 25% all'anno.

### EN2 Prodotti realizzati con materiale riciclato

Tra i prodotti maggiormente utilizzati, costituiti da materiali riciclati vi sono:

- La carta per uso interno, per il 18% del totale. Nel 2011, per la prima volta, è stata inserita la carta riciclata formato A4 nel catalogo di acquisto su piattaforma elettronica (e-procurement).
- Il toner, per il 90% del totale – è in atto un processo “a ciclo chiuso” di raccolta, rigenerazione e riutilizzo dei toner consumati.
- Vari prodotti di cancelleria (cartelline, portamine, post-it, ecc.).

PRODOTTI RICICLATI (%)	2011	2010	2009
Carta uso interno	18	0	0
Toner	92	69	59

**ENERGIA****EN3**

Consumo diretto di energia suddiviso per fonte

CONSUMO DIRETTO DI ENERGIA *	2011	2010	2009
Metano (m <sup>3</sup> )	8.002.099	7.709.735	7.121.917
Gasolio (litri)	755.200	806.338	1.056.638
<b>Energia per riscaldamento (GJ)</b>	<b>301.349</b>	<b>293.157</b>	<b>281.968</b>
Gasolio (litri)	1.867.695	1.826.992	1.361.825
Benzina (litri)	22.609	74.273	84.490
<b>Energia per auto aziendali (GJ)</b>	<b>60.009</b>	<b>60.388</b>	<b>45.955</b>
<b>Energia totale (GJ)</b>	<b>361.358</b>	<b>353.545</b>	<b>327.922</b>
<b>Rinnovabile (%)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Energia totale per dipendente (GJ)</b>	<b>11,8</b>	<b>11,4</b>	<b>10,4</b>

\*Per il calcolo dei consumi in GigaJoule (GJ) sono stati utilizzati i coefficienti definiti dall'Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2009 – National Inventory Report 2011 e dal Dlgs 28/2011.

L'aumento del consumo diretto di energia registrato nel 2011 è dovuto soprattutto ad un maggiore utilizzo del metano negli impianti di riscaldamento, solo in parte compensato dalla dismissione di alcune caldaie a gasolio.

**EN4**

Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte

CONSUMO INDIRETTO DI ENERGIA	2011	2010	2009
Energia elettrica (kWh)	206.873.975	214.989.269	232.329.385
<b>Energia totale (GJ)</b>	<b>744.746</b>	<b>773.961</b>	<b>836.386</b>
<b>Rinnovabile (%)</b>	<b>96,9</b>	<b>96,5</b>	<b>82,0</b>
<b>Energia totale per dipendente (GJ)</b>	<b>24,3</b>	<b>25,0</b>	<b>26,6</b>
<i>Energia primaria (GJ)*</i>	<i>49.929</i>	<i>58.090</i>	<i>328.058</i>

\*Stima del consumo di energia non rinnovabile utilizzata per la produzione di energia elettrica acquistata dalla rete. Coefficiente indicato nel DCO2/08 Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas.

**EN5**

Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza

CONSUMO DI ENERGIA - DIRETTA E INDIRETTA (GJ)	2011	2010	2009
Energia diretta	361.358	353.545	327.922
Energia indiretta	744.746	773.961	836.386
<b>Energia totale</b>	<b>1.106.104</b>	<b>1.127.506</b>	<b>1.164.308</b>
<b>Energia totale per dipendente</b>	<b>36,1</b>	<b>36,5</b>	<b>37,1</b>

Gli obiettivi di risparmio energetico sono perseguiti attraverso un programma organico di efficientamento in ambiti operativi quali:

- La gestione degli immobili strumentali (ristrutturazioni e nuove filiali).
- La manutenzione degli impianti.
- L'implementazione dei sistemi informativi.
- La gestione della flotta aziendale.

**IMMOBILI STRUMENTALI**

Nel 2011 le linee guida per la realizzazione e la ristrutturazione delle filiali sono state aggiornate alle migliori tecnologie disponibili, con un particolare focus sull'efficienza energetica. Le linee guida comprendono:

- L'installazione di impianti di riscaldamento e condizionamento conformi ai migliori standard tecnici e di efficienza energetica.
- La progettazione dei sistemi di illuminazione in base al principio "la luce dove serve e quando serve", e l'installazione di corpi illuminanti con tecnologia LED.
- L'utilizzo di infissi e componenti vetrate con coefficienti di prestazione energetica migliori di quelli stabiliti dalla legge per le diverse zone climatiche.

Nel 2011 tali specifiche sono state applicate in 82 filiali.

### MANUTENZIONE IMPIANTI

Dal 2011 il sistema delle manutenzioni prevede che le ditte incaricate della gestione degli impianti presenti nelle filiali attuino un piano di riqualificazione generale degli stessi, anche sotto il profilo energetico.

Nel corso dell'anno sono stati effettuati circa 60 interventi di manutenzione degli impianti con obiettivi di risparmio energetico. I principali interventi hanno riguardato:

- La trasformazione di impianti di riscaldamento a gasolio con impianti più efficienti, quali caldaie a condensazione e pompe di calore, anche in forma integrata.
- L'installazione di pompe di calore integrate con unità di trattamento aria e recupero di calore, dotate di controllo digitale ed algoritmi di ottimizzazione energetica.
- La ristrutturazione illuminotecnica degli ambienti di lavoro, con l'impiego di lampade a basso consumo, corpi illuminanti a LED e sistemi di controllo dell'illuminazione, con rilevatori sia di presenza che dell'intensità della luce disponibile.

### SISTEMI INFORMATIVI

È in atto un piano per il miglioramento tecnologico e il progressivo efficientamento energetico dei sistemi informativi.

Nel 2011 tale piano ha determinato un risparmio di circa 33 mila GJ.

I principali interventi hanno riguardato:

- La sostituzione nelle filiali di circa 16 mila PC e 12 mila monitor a LED.
- L'ottimizzazione dell'utilizzo di circa 400 server.
- L'impiego del software Ghiro che attiva in automatico la modalità stand-by dei PC la notte e nei giorni festivi.
- L'utilizzo di un software per la gestione accentrata dello stato di stand-by delle stampanti.

### FLOTTA AZIENDALE

Il piano di miglioramento dell'efficienza generale ed energetica della flotta aziendale è stato attuato nel 2011 con le seguenti iniziative:

- La gestione delle auto aziendali a disposizione delle strutture di Siena, Firenze, Padova e Mantova. La direttiva interna prevede che tali auto, caratterizzate da elevati standard di efficienza d'uso del carburante, siano utilizzate dai dipendenti quale opzione prioritaria per lo svolgimento delle trasferte di lavoro.
- La sostituzione di una parte della flotta con mezzi più efficienti anche sotto il profilo energetico.
- La collaborazione con le società di noleggio per verificare gli impatti ambientali della flotta ed individuare le possibili azioni di miglioramento.
- L'integrazione della flotta con 5 auto elettriche.

Per informazioni su ulteriori iniziative sulla mobilità business svolta con mezzi diversi dalle auto aziendali si veda l'indicatore EN7 (vedi p. 48, 49)

#### **EN6**

Iniziative per fornire prodotti e servizi ad efficienza energetica o basati su energia rinnovabile

---

Per informazioni sui prodotti ed i servizi del Gruppo finalizzati a sostenere gli investimenti in campo ambientale e energetico dei propri clienti si veda l'indicatore FS8 (vedi p. 35, 36).

#### **EN7**

Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta

---

Nel 2011 il Gruppo ha realizzato una serie di iniziative per ridurre i fabbisogni "indiretti" di energia connessi a:

- Le trasferte di lavoro (la cosiddetta mobilità business).
- Gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti.
- I trasporti effettuati dai fornitori per le consegne dei prodotti acquistati.
- La realizzazione di prodotti utilizzati internamente, come ad esempio la carta che è oggetto di specifici programmi di contenimento d'uso (vedi p. 46).

### MOBILITÀ BUSINESS

Le principali iniziative realizzate dal Gruppo per ridurre il consumo di energia indiretta nell'effettuazione delle trasferte di lavoro comprendono:

- L'applicazione di direttive interne che prevedono l'utilizzo prioritario di sistemi di trasporto più efficienti come le auto aziendali ed i mezzi pubblici/collettivi.
- La selezione degli hotel anche in base a criteri logistici per minimizzare le necessità di spostamento locali (distanze ridotte dal centro città, stazioni, fermate della metro e dell'autobus, ecc.).

### SPOSTAMENTI CASA LAVORO

Tra i supporti aziendali predisposti per aumentare la sostenibilità degli spostamenti casa-lavoro da parte dei dipendenti vi sono:

- Un servizio di navetta aziendale che collega, a Roma, la sede della Banca in Via Pedicino con il più vicino punto di arrivo del trasporto pubblico locale.
- Punti di ricarica gratuita di mezzi elettrici.
- Convenzioni con aziende di trasporto pubblico locale per sconti sugli abbonamenti annuali.

L'analisi di rilevazioni interne e degli esiti di alcuni focus group, conclusasi nel 2011, riguardo alle modalità di spostamento casa-lavoro dei dipendenti (l'attività ha riguardato 11 mila dipendenti nelle sedi di Siena, Roma, Firenze, Padova, Milano, Mantova e Lecce) ha portato all'individuazione di circa 130 ulteriori azioni di miglioramento. Tali azioni saranno realizzate nei prossimi anni nell'ambito di specifici Piani di Spostamento Casa Lavoro e saranno incentrate su:

- Ulteriori supporti aziendali per aumentare la sostenibilità degli spostamenti casa-lavoro (servizi navetta, car-pooling, contributi per le spese di trasporto pubblico, ecc.).
- Attività di comunicazione interna e sensibilizzazione del personale.
- Servizi di supporto ai dipendenti per necessità extra-lavorative (ad esempio la spesa on-line e misure di ausilio alla maternità).
- Collaborazioni nel territorio per contribuire all'individuazione di soluzioni di miglioramento della mobilità locale.

### TRASPORTO DELLE FORNITURE DI PRODOTTI

Le consegne dei prodotti acquistati dal Gruppo sono ottimizzate, con un riduzione significativa dei viaggi, in virtù della decisione di aver affidato tale servizio ad un unico fornitore: prima veniva effettuata una consegna per ogni tipo di prodotto acquistato da parte dei differenti fornitori mentre oggi avviene con un solo viaggio per diversi tipi di prodotti.

## ACQUA

**EN8**  
Consumo di acqua per fonte

CONSUMO DI ACQUA *	2011	2010	2009
Acqua totale (m <sup>3</sup> )	1.068.192	1.114.581	1.031.768
Acqua procapite al giorno (litri)	139	144	133

\* I dati sono stimati sulla base della spesa; non comprendono i consumi di acqua inclusi nelle spese condominiali di alcuni immobili in quanto non quantificabili.

L'acqua è utilizzata per scopi igienico-sanitari e per il funzionamento-raffreddamento di impianti di climatizzazione.

L'approvvigionamento avviene essenzialmente da acquedotto. Vi sono alcuni pozzi in uso per raffreddare impianti e curare aree verdi annesse alle nostre sedi.

**EN9**  
 Fonti idriche interessate dal prelievo di acqua

Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

**EN10**  
 Acqua riciclata e riutilizzata

Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

## BIODIVERSITÀ

**EN11**  
 Localizzazione e dimensione dei terreni posseduti, affittati, o gestiti in aree protette o ad elevata biodiversità

Il Gruppo è proprietario di alcune tenute agricole in Liguria e Toscana, ricadenti per circa 1.150 ettari in zone paesaggisticamente rilevanti ma non classificate come "aree protette". Le tenute agricole sono gestite da un società dedicata, MPS Tenimenti, per produzioni olearie e viti-vinicole.

**EN12**  
 Impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità

Il Gruppo non opera direttamente in aree protette o ad elevata biodiversità.

Per informazioni sulle politiche ambientali applicate al business e le relative procedure di attuazione si vedano gli indicatori FS1, FS2, FS10 (vedi p. 28, 29, 30, 36, 37).

**EN13**  
 Habitat protetti o ripristinati

Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

**EN14**  
 Strategie a azioni per gestire gli impatti sulla biodiversità

Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

**EN15**  
 Specie protette presenti nelle aree in cui opera l'organizzazione

Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

## EMISSIONI, SCARICHI, RIFIUTI

EMISSIONI DI GAS AD EFFETTO SERRA	2011	2010	2009
	<b>Emissioni di CO<sub>2</sub>e(t)</b>	<b>25.448</b>	<b>25.453</b>
Scope 1 (t)	22.803	22.376	20.671
Scope 2 (t)	2.645	3.077	17.379
<b>Emissioni CO<sub>2</sub>e procapite (Kg)</b>	<b>830</b>	<b>823</b>	<b>1.211</b>

*Per il calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub>e sono stati utilizzati i coefficienti dell'Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2009 – National Inventory Report 2011. Sono stati conseguentemente ricalcolati i dati 2009 e 2010 rispetto ai valori esposti nel Bilancio al 31.12.2010.*

*I dati sono espressi in termini di quantità di CO<sub>2</sub> equivalente.*

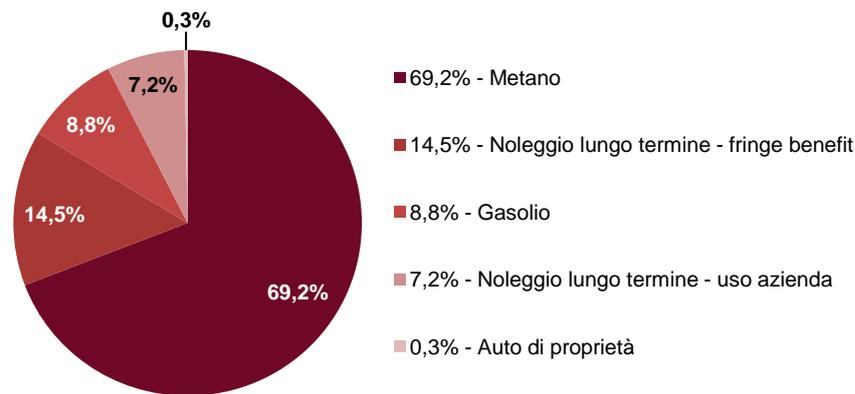
Le emissioni di gas ad effetto serra (GHG – Green House Gases) prevalentemente imputabili alla Banca provengono dagli impianti di riscaldamento delle sedi, dall'utilizzo delle auto aziendali (di tipo Scope 1 secondo la classificazione del GHG Protocol) ed in parte

connesse ai consumi di elettricità e alla qualità del mix energetico utilizzato per la sua produzione (di tipo Scope 2 secondo la classificazione del GHG Protocol). È in atto un sistema di monitoraggio specifico delle emissioni di gas ad effetto serra (dirette e indirette) e delle attività che ne sono all'origine, in linea con i principi del GHG Protocol e conforme alla norma ISO14064 (Carbon Footprint).

Nel 2011 sono state complessivamente emesse 25.448 tonnellate di CO<sub>2</sub>e (circa 830 Kg procapite), in linea con il dato 2010 e con le seguenti dinamiche:

- Emissioni Scope 1 - sono aumentate le emissioni relative all'utilizzo delle auto aziendali (sia a noleggio lungo termine che in fringe benefit) e al consumo di metano. Sono diminuite invece quelle prodotte dalle caldaie a gasolio.
- Emissioni Scope 2 - sono ulteriormente diminuite soprattutto per effetto dei minori consumi di energia elettrica.

Ripartizione per fonte delle emissioni di CO<sub>2</sub>e Scope1 prodotte nel 2011



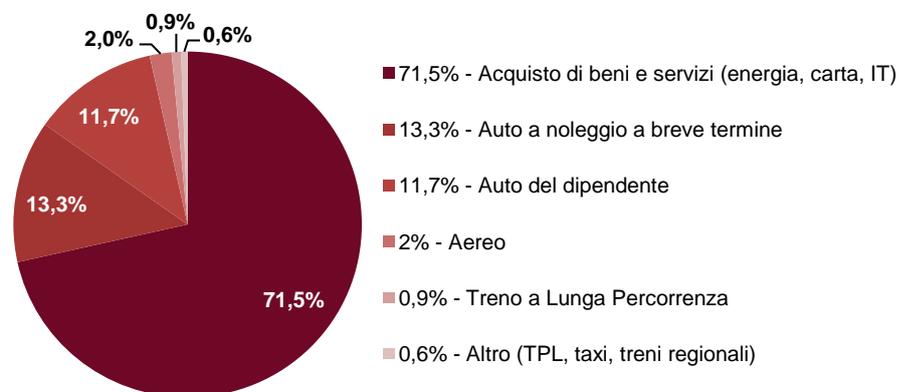
**EN17**  
Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra

Le emissioni indirette di gas ad effetto serra (di tipo Scope 3 secondo la classificazione del GHG Protocol) sono riconducibili a:

- Le trasferte di lavoro effettuate con mezzi diversi dall'auto aziendale.
- L'approvvigionamento di beni e servizi (in particolare carta e strumentazione di Information Technology).
- Gli spostamenti casa lavoro dei dipendenti.
- I processi di estrazione e raffinazione dei combustibili utilizzati (metano e gasolio per riscaldamento; benzina e gasolio per autotrazione).

Nel 2011 le emissioni di questo tipo sono ammontate a 33.781 tonnellate.

Ripartizione per fonte delle emissioni di CO<sub>2</sub>e Scope3 prodotte nel 2011\*



\* Il grafico non considera le emissioni connesse agli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti che, in base ai risultati delle indagini effettuate nel 2010 su un campione di circa il 10% del personale del Gruppo, si stimano nell'ordine di 50.000 tonnellate.

**EN18**

Iniziative per ridurre le emissioni di gas ad effetto serra e risultati raggiunti

Nel 2011 i volumi delle emissioni di CO<sub>2</sub>e si confermano ai livelli registrati nel 2010 e in decisa diminuzione rispetto agli anni precedenti per effetto di un progressivo aumento della quota di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili e di una serie di iniziative di risparmio energetico tutt'ora in corso ed in continuo ampliamento (vedi p. 47, 48, 49).

**EN19**

Emissioni di sostanze nocive per l'ozono

In conformità con i termini normativi (Regolamento CE 2037/2000) è stato avviato un piano di progressiva eliminazione dei gas R22 utilizzati come refrigeranti negli impianti di climatizzazione. Al 31.12.2011 gli impianti che impiegano R22 sono circa mille; la metà di essi ne contengono meno di 3 Kg ciascuno.

I controlli sugli impianti comprendono:

- Le verifiche periodiche da parte delle ditte di manutenzione.
- I sopralluoghi del personale tecnico del Gruppo.
- I possibili rilievi dei dipendenti.

Gli eventuali malfunzionamenti sono segnalati alla struttura del Gruppo che si occupa della gestione del patrimonio immobiliare, per effettuare gli interventi necessari.

**EN20**

Altre emissioni significative nell'aria

Non vi sono altre emissioni significative.

**EN21**

Scarichi idrici

Le acque di scarico dell'attività bancaria sono sostanzialmente assimilabili a quelle che si producono nelle abitazioni. Sono pertanto immesse in fognature pubbliche. Non si dispone dei relativi volumi e dati sulle caratteristiche chimico, fisiche e biologiche.

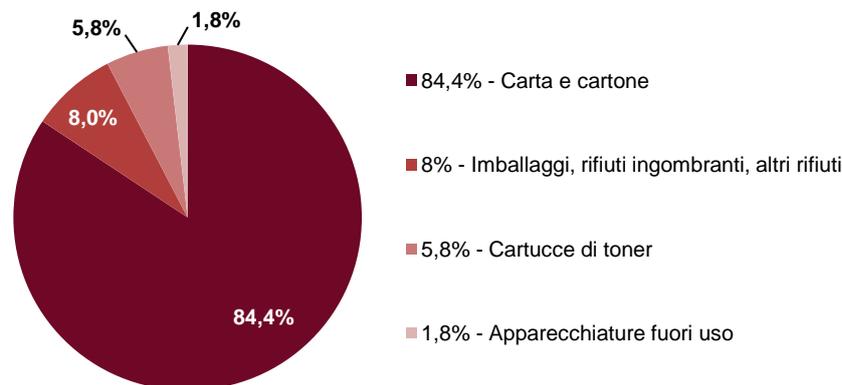
**EN22**

Produzione di rifiuti e smaltimento

Nel 2011 i quantitativi di rifiuti speciali prodotti dal Gruppo sono stati ridotti del 38% rispetto all'anno precedente; in particolare i rifiuti di carta e cartone sono stati quasi dimezzati.

PRODUZIONE DI RIFIUTI SPECIALI	2011	2010	2009
Rifiuti totali (kg)	1.495.122	2.428.745	3.066.253
Rifiuti procapite (kg)	48,8	78,6	100,0
Rifiuti a recupero (%)	90,4	94,1	69,7

Ripartizione per tipologia dei rifiuti speciali prodotti nel 2011



Ulteriori quantitativi di rifiuti di tipo assimilabile agli urbani sono gestiti dai sistemi raccolta locali e pertanto per essi non si dispone di specifica rendicontazione.

Pressoché in tutte le sedi in Italia è operativo un sistema di raccolta differenziata della carta. Il sistema sarà progressivamente ampliato, mediante l'implementazione di uno specifico progetto, per gestire in modo maggiormente sostenibile ulteriori materiali riciclabili come il vetro e la plastica.

**EN23**  
Sversamenti inquinanti  
significativi

---

Data l'attività svolta l'indicatore non è ritenuto rilevante.

**EN24**  
Rifiuti pericolosi

---

Nel 2011 sono stati smaltiti 2.060 Kg di rifiuti pericolosi, in diminuzione rispetto al 2010 (5.500 Kg). La componente principale di questo tipo di rifiuti è costituita da apparecchiature fuori uso contenenti sostanze pericolose (83% del totale). Altri rifiuti pericolosi prodotti nell'anno sono consistiti in 280 Kg di tubi fluorescenti e 70 Kg di batterie al piombo.

**EN25**  
Habitat acquatici  
interessati dagli  
scarichi idrici  
dell'organizzazione

---

Data l'attività svolta e le aree in cui il Gruppo opera, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

## **PRODOTTI E SERVIZI**

**EN26**  
Iniziative per mitigare  
gli impatti ambientali  
di prodotti e servizi

---

Gli impatti ambientali indiretti del Gruppo sono riconducibili principalmente alle attività dei clienti e dei fornitori.

Per quanto riguarda i clienti, il Gruppo ha attivato dei processi di valutazione delle componenti ambientale nella determinazione del rischio di credito (vedi p. 29, 30), ha sviluppato un'offerta di prodotti e servizi finanziari per supportare la diffusione delle energie rinnovabili e la tutela dell'ambiente (vedi p. 35, 36), e canali internet e telefonici (il cosiddetto remote banking) per consentire ai clienti di eseguire operazioni bancarie senza recarsi allo sportello. A quest'ultimo riguardo, i contratti relativi ai servizi di remote banking sono aumentati del 4,1% rispetto all'anno precedente (1.625.000 al 31.12.2011) così come il numero degli utenti attivi (802.540 clienti al 31.12.2011; +12%).

L'impegno del Gruppo in campo ambientale si realizza anche attraverso specifici controlli della catena di fornitura: i fornitori sono valutati sotto il profilo della CSR e per le loro performance di sostenibilità e, ove possibile, viene privilegiato l'acquisto di prodotti eco-compatibili.

### VALUTAZIONE E QUALIFICAZIONE CSR DEI FORNITORI

Il sistema di valutazione e qualificazione generale dei fornitori comprende:

- L'analisi dei processi di CSR da essi attuati e la misurazione dei conseguenti livelli di sostenibilità raggiunti.
- L'identificazione di possibili azioni di miglioramento da intraprendere in ottica di partnership.

La valutazione è affidata ad una società di rating specializzata (Ecovadis) e comprende 21 criteri basati su standard e direttive internazionali nei seguenti ambiti di CSR:

- Ambiente (consumi energetici, consumi di acqua, produzione di rifiuti, ecc.).
- Società (salute e sicurezza dei lavoratori, condizioni di lavoro, relazioni sindacali, gestione delle carriere, lavoro forzato e minorile, politiche anti-discriminatorie, diritti umani).
- Etica (corruzione e sfruttamento, pratiche anti-competitive, marketing responsabile).
- Catena di fornitura (ambiente, pratiche lavorative e diritti umani).

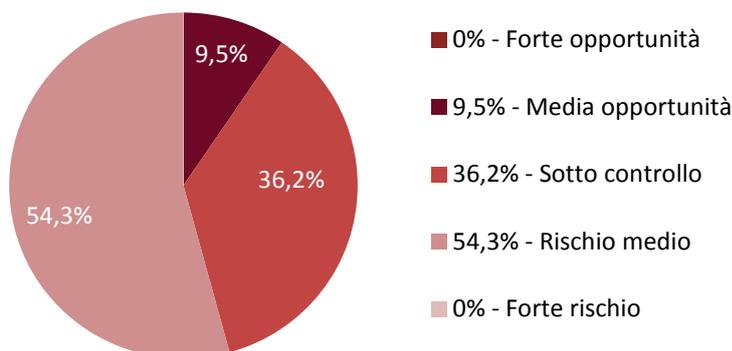
I dati utilizzati a tale fine sono in parte comunicati dagli stessi fornitori attraverso un portale internet dedicato ed integrati da Ecovadis con informazioni raccolte da ricerche media ed altre fonti pubbliche.

Ne consegue un punteggio di sintesi variabile in una scala da 1 a 10 (Rating CSR), da profili che necessitano di un attento monitoraggio a situazioni che possono rappresentare opportunità di ulteriori collaborazioni per migliorare le performance complessive.

RATING CSR – CATEGORIE DI VALUTAZIONE		
Punteggio	Categoria	Descrizione
9-10	Forte Opportunità	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Approccio strutturato e proattivo alle tematiche CSR</li> <li>• Azioni tangibili su tutti i punti con informazioni dettagliate sull'implementazione</li> <li>• Reporting CSR su indicatori di performance ed obiettivi</li> <li>• Pratiche innovative</li> </ul>
7-8	Media Opportunità	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Approccio strutturato e proattivo alle tematiche CSR</li> <li>• Azioni tangibili sulle questioni principali con informazioni dettagliate sull'implementazione</li> <li>• Reporting CSR su indicatori di performance ed obiettivi</li> </ul>
5-6	Sotto Controllo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Approccio strutturato e proattivo alle tematiche CSR</li> <li>• Azioni tangibili sulle questioni principali</li> <li>• Nessun reporting significativo sull'implementazione o indicatori di performance</li> </ul>
3-4	Rischio medio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nessun approccio o programma di sviluppo proattivo in area CSR</li> <li>• Alcune azioni tangibili su questioni specifiche (reattive e minime)</li> <li>• Certificazioni occasionali ma nessuna documentazione o misurazione fornite a supporto</li> </ul>
1-2	Forte Rischio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nessuna dichiarazione di interesse verso le tematiche CSR</li> <li>• Nessuna azione riguardo alle tematiche CSR</li> <li>• Evidenza di alcuni casi di violazioni</li> </ul>

I fornitori finora valutati con questa metodologia sono 199 (corrispondenti al 60% del fatturato di spesa totale).

#### Ripartizione del numero dei fornitori per categoria di rating CSR



Il valore medio dei Rating CSR dei fornitori al 31.12.2011 è pari a 4,6, superiore ai benchmark di Ecovadis in tutti i domini di analisi.

Sono in atto piani di miglioramento da parte dei fornitori coinvolti. I piani sono stati condivisi a seguito di incontri individuali di approfondimento, e il loro avanzamento è monitorato dalla Banca con regolarità.

#### ACQUISTI DI PRODOTTI E SERVIZI ECO-SOSTENIBILI

La politica di acquisto "green" si declina a livello generale attraverso analisi di mercato per individuare le possibilità di acquisto che ottimizzino il rapporto bisogni-sostenibilità ed il costo totale d'uso e di proprietà di prodotti e servizi.

I principali prodotti e servizi con tali caratteristiche sono: la fornitura di energia elettrica da fonti rinnovabili, la carta ecologica, le spese per le trasferte di lavoro in treno, i prodotti del catalogo di e-procurement, il noleggio di hardware ad alta efficienza energetica, le spese alberghiere in hotel che dimostrano di avere una gestione ambientale efficiente.

In particolare:

- Tra i consumabili uso ufficio (carta, cancelleria, toner, ecc.) vi sono 215 prodotti con caratteristiche "green" (circa l'11% dei prodotti del catalogo di e-procurement).
- Il 95% della carta ad uso interno è certificata FSC e PEFC, ovvero proveniente da foreste gestite in modo controllato, e in alcuni casi anche riciclata e con marchio Ecolabel. Alcuni prodotti di comunicazione della Banca (agende, calendari, Bilanci e una parte delle comunicazioni alla clientela) hanno analoghe caratteristiche.
- I PC ed altri componenti di Information Technology sono scelti anche in base a criteri di efficienza energetica ed altri parametri di eco-compatibilità.
- Il servizio di pulizia degli uffici si caratterizza per la certificazione ambientale ISO14001 dei fornitori, l'impiego di prodotti con marchio Ecolabel, la formazione degli addetti alle pulizie volta ad un utilizzo sicuro ed eco-sostenibile dei prodotti.
- Gli hotel utilizzati nelle trasferte di lavoro sono selezionati anche in base alle performance ambientali della gestione.

Nel 2011 le spese per prodotti e servizi eco-sostenibili è stata pari a 56,7 milioni di euro (circa il 4,9% del fatturato di spesa totale).

### EN27

Riciclaggio dei prodotti venduti e del relativo imballaggio

---

Data l'attività svolta, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

## CONFORMITÀ

### EN28

Multe significative e sanzioni non monetarie per il mancato rispetto di norme ambientali

---

Nel 2011 la Banca ha ricevuto una sanzione per mancata denuncia ai fini della determinazione della TARSU (tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani) pari a circa 54 mila euro.

## TRASPORTI

### EN29

Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività e per gli spostamenti del personale

---

Per informazioni sugli impatti ambientali connessi con il trasporto di prodotti acquistati e con gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti si vedano gli indicatori EN7 e EN17 (vedi p. 48, 49, 51).

## GENERALE

### EN30

Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente

---

Non si dispone al momento di una contabilità analitica delle spese e degli investimenti per la protezione dell'ambiente.

Nel 2011, a livello qualitativo, si identificano come maggiori spese e investimenti di questo tipo le seguenti voci:

- Personale impiegato in attività di gestione ambientale (circa 100 persone in tutto, una parte delle quali svolge tale attività a tempo pieno).
- Attività formativa che ha coinvolto circa 500 dipendenti.
- Interventi di efficientamento energetico (vedi p. 47, 48).
- Certificazione esterna dei sistemi di gestione ambientale.
- Servizi esterni, ad esempio per la valutazione CSR dei fornitori (vedi p. 53, 54, 55) ed il rating ESG degli investimenti (vedi p. 37, 38, 41).
- Acquisto di auto elettriche e altre spese per il rinnovamento della flotta aziendali (vedi p. 48, 49).
- Gestione dei rifiuti (10,5 milioni di euro).

## LA. RISORSE UMANE

### POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE

#### STRATEGIE

Le strategie di sviluppo delle risorse umane del Gruppo sono attuate mediante un sistema di gestione che si basa su logiche di pianificazione e strumenti differenziati per famiglie e comunità professionali.

Il sistema, incentrato sulle caratteristiche delle singole persone, in modo da valorizzare le potenzialità in un quadro di equilibrio tra esigenze aziendali (attuali e prospettive) ed aspirazioni individuali, si concretizza:

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

L'attuazione di tali linee di sviluppo delle risorse umane è supportata dalla formazione e dalla gestione delle competenze (vedi p. 64, 65).

#### MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI NEL LAVORO E PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI AZIENDALI

Le relazioni industriali (vedi p. 61) e la comunicazione interna hanno una funzione importante per favorire la partecipazione dei dipendenti agli obiettivi aziendali e la loro motivazione/soddisfazione nel lavoro.

Per quanto riguarda la comunicazione interna, sono operativi vari strumenti idonei ad assicurare ai dipendenti una pronta disponibilità ed un costante aggiornamento delle informazioni utili all'attività lavorativa, alla socializzazione ed alla condivisione delle vicende aziendali:

- La intranet aziendale che mette a disposizione dei dipendenti i contratti di lavoro, la normativa interna, comunicazioni su aspetti operativi, applicativi di servizio (ad esempio l'assistenza fiscale, la gestione della polizza sanitaria), collegamenti al portale della formazione e alle sezioni dedicate al CRAL (Circoli Ricreativi Aziendali) ed alla Cassa di Mutua Assistenza. A fine 2011 la intranet è stata rinnovata ed arricchita di ulteriori funzionalità tipiche dei social media, accrescendo così la possibilità per i dipendenti di condividere esperienze ed essere maggiormente coinvolti nella gestione aziendale.
- Due Corporate TV: Montepaschi Channel, rivolta a tutti i dipendenti, e MPS PF Channel, riservata ai promotori finanziari.
- Newsletter con diversi target e finalità: rivolte a tutti i dipendenti; per veicolare comunicazioni della Direzione; a supporto di campagne commerciali; focalizzate su tematiche settoriali. Gli indici di gradimento sono alti, con un numero medio di accessi alle notizie pari a circa l'87% dei destinatari.
- Rassegne stampa.

Ulteriori strumenti, che favoriscono il coinvolgimento dei dipendenti nel lavoro attraverso un dialogo diretto con i rappresentanti aziendali, sono:

- PaschiRisorse - il sistema di gestione e sviluppo delle risorse umane che, nell'ambito delle periodiche verifiche delle competenze e della loro adeguatezza rispetto ai ruoli/profili stabiliti, prevede la possibilità da parte del dipendente di evidenziare, in un colloquio con il diretto responsabile e attraverso un'apposita scheda, le proprie aspettative professionali e di formulare le proprie osservazioni in merito al quadro di competenze possedute ed al relativo percorso di sviluppo.

- Il Gestore Risorse Umane (GRU) - la figura aziendale introdotta nel 2009 all'interno dei Dipartimenti Operativi di Rete e incaricata dal diretto Responsabile di attuare le politiche di gestione, di sviluppo e formazione del personale appartenente alle strutture di pertinenza. Il GRU, in particolare: 1) rileva eventuali problematiche interne a ciascuna unità organizzativa; 2) supporta l'attività di verifica delle conoscenze, delle capacità e dell'orientamento di sviluppo (PaschiRisorse), anche attraverso affiancamenti finalizzati ad elevare la qualità del processo operativo; 3) garantisce la corretta attuazione dei Percorsi professionali e dei Piani di sviluppo, curando anche i previsti colloqui periodici; 4) effettua colloqui gestionali e motivazionali con i dipendenti di pertinenza; 5) cura le relazioni sindacali periferiche; 6) verifica la funzionalità, l'efficacia e l'efficienza dei processi aziendali relativi alle strutture di pertinenza.  
Al 31.12.2011 i GRU sono 62 e ciascuno di essi segue in media circa 300 dipendenti.
- Il Direttore Risorse Umane di Sede (DRUS) – la figura aziendale creata nel 2011 per presidiare i processi operativi di gestione e sviluppo delle risorse umane assegnate alle Funzioni Centrali della Banca (mobilità, valutazione, percorsi professionali e di carriera, formazione) in ottica di valorizzazione del capitale umano, miglioramento delle performance individuali e capitalizzazione delle sinergie interfunzionali. I DRUS, inoltre, hanno il compito di assistere le società del Gruppo nella definizione e attuazione delle proprie politiche di gestione delle risorse umane.

#### SISTEMI DI GESTIONE DI SPECIFICI TEMI DI CSR NELLE POLITICHE DEL PERSONALE

Nell'attuazione delle politiche del personale hanno particolare rilevanza sotto il profilo della CSR anche i sistemi di gestione dei seguenti temi:

- La salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro, compresa la tutela dei lavoratori da eventi criminosi (vedi p. 62, 63).
- Le pari opportunità e la conciliazione del lavoro con le esigenze personali e familiari (vedi p. 66, 67).

### ASPETTI OCCUPAZIONALI

LA1  
Profilo del personale  
dinamiche  
occupazionali

CONSISTENZA DEL PERSONALE (n.)	2011	2010	2009
Libro paga	31.212	31.537	32.047
Forza effettiva *	31.170	31.495	32.003

\*Valore ottenuto escludendo dal personale a libro paga i distaccati presso società esterne al Gruppo ed il personale delle pulizie.

CONTRATTI DI LAVORO (%) *	2011	2010	2009
Tempo indeterminato	98,3	97,4	97,3
Tempo determinato e apprendistato professionalizzante	1,7	2,6	2,7

\*I dati 2010 sono stati ricalcolati rispetto ai valori esposti nel Bilancio al 31.12.2010 per effetto della riclassificazione contabile di alcune tipologie di contratto.

CONTRATTI DI COLLABORAZIONE (n.)	2011
Contratti a progetto	10
Stage	38

TIPOLOGIA DI RAPPORTO DI LAVORO (%)	2011	2010	2009
Full time	92,7	92,8	93,1
Part time	7,3	7,2	6,9

RIPARTIZIONE DELL'ORGANICO (%)	2011	2010	2009
<b>Per inquadramento</b>			
Dirigenti	1,6	1,7	1,8
Quadri direttivi	37,9	37,1	35,4
Aree professionali	60,5	61,2	62,8
<b>Per fascia di età (anni)</b>			
< 30	8,7	10,7	11,7
31-40	27,7	28,3	28,4
41-50	34,4	34,0	34,5
>50	29,2	27,0	25,4
<b>Per anzianità di servizio (anni) *</b>			
< 10	28,0	32,7	31,2
11-20	25,7	24,5	24,5
21-30	28,6	27,7	27,9
> 30	17,7	15,1	16,4
<b>Titolo di studio</b>			
Laurea	30,1	30,8	30,8
Media superiore	62,0	58,7	59,5
Altro	7,9	10,5	9,7

\*I dati 2009 sono stati ricalcolati rispetto ai valori esposti nel Bilancio al 31.12.2010 per effetto di alcune rettifiche contabili resi necessari a seguito dei processi di fusione e incorporazione avvenuti nel biennio 2008-09.

DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEL PERSONALE IN FORZA EFFETTIVA (n.)	2011	2010	2009
Italia	30.656	30.931	31.419
Esteri	514	564	584

Ripartizione per Regione del personale del Gruppo in Italia al 31.12.2011 (%)



**EVOLUZIONI DELL'ORGANICO**

Dopo la riduzione di 2.693 unità realizzata nel triennio 2008/10 (- 2.221 unità al netto degli asset disposal) ed incentrata sulle Strutture Centrali, nel 2011 gli organici del Gruppo hanno registrato una ulteriore diminuzione di 325 risorse rispetto ad inizio anno, attestandosi in termini di forza effettiva a 31.170 unità, con 507 cessazioni (di cui oltre il 70% in strutture di Direzione Generale), 241 assunzioni (canalizzate quasi interamente sulle Filiali) e 59 "variazioni di perimetro" per asset disposal (uscita dal perimetro di consolidamento del Gruppo delle società Monte Paschi Monaco e MPS Venture SGR).

**PROCESSI DI RIORGANIZZAZIONE**

Nel 2011 è stato portato avanti il progetto di riorganizzazione della Banca tramite la realizzazione di un complesso di iniziative finalizzate a migliorare l'operatività sul piano dell'efficacia (governo, presidio del territorio, capacità competitiva) e dell'efficienza (snellimento delle funzioni centrali, accorciamento delle filiere operative).

Alla ristrutturazione della Capogruppo Bancaria (nel cui ambito sono state inserite le attività precedentemente svolte dalla Direzione Rete della Banca) si è associato il riassetto della Rete, con la creazione delle Direzioni Territoriali Mercato al fine di: 1) potenziare il presidio del mercato; 2) valorizzazione i rapporti con imprese e famiglie; 3) sviluppare ed estendere l'azione del Gruppo nei contesti socio-economici di riferimento.

Sono inoltre proseguite le azioni di efficientamento della macchina operativa, attraverso la revisione organica dei processi, secondo logiche industriali, per contenere i costi, e migliorare l'allocazione delle risorse ed il servizio alla clientela in termini di qualità, velocità e trasparenza.

**GESTIONE DEGLI IMPATTI DEI PROCESSI DI RIORGANIZZAZIONE SUL PERSONALE**

Il processo di riorganizzazione della Banca è stato realizzato, compatibilmente con le esigenze aziendali e gli obiettivi di efficienza organizzativa, con modalità coerenti a:

- I consolidati principi di valorizzazione delle professionalità, anche attivando, laddove necessario, adeguati programmi di riqualificazione professionale.
- Criteri gestionali improntati alla ricerca del condivisione delle scelte, la valutazione delle competenze possedute, la disponibilità e le preferenze espresse dai dipendenti interessati.

Per quanto concerne le tensioni occupazionali connesse con il progetto di riorganizzazione delle Strutture Centrali, sono state esaminate le possibili soluzioni da attuare per non disperdere il patrimonio umano e professionale presente in Banca. A tale fine, in accordo con le Organizzazioni Sindacali, è stato individuato il "Fondo di solidarietà per il sostegno del reddito, dell'occupazione e della riqualificazione professionale del personale del credito" quale strumento maggiormente idoneo a conseguire l'obiettivo di riduzione degli organici. In particolare, è stata prevista, con decorrenza 1.7.2011, la cessazione dal servizio di tutti i lavoratori delle Strutture Centrali, che entro tale data avevano maturato il diritto all'erogazione della pensione (il cosiddetto Esodo Obbligatorio). Ai lavoratori coinvolti è stata proposta la possibilità di scegliere tra la risoluzione consensuale del rapporto di lavoro, con il riconoscimento di una somma a titolo di incentivazione all'esodo, o la prosecuzione del rapporto di lavoro presso le Filiali della Banca.

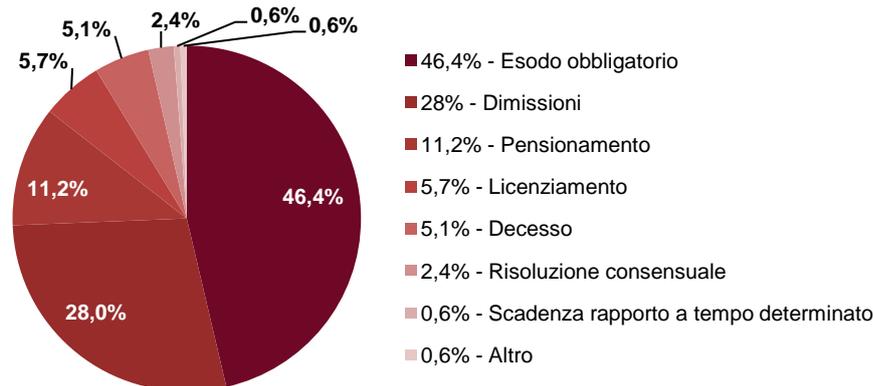
**LA2**  
Tasso di turnover del  
personale

<b>ASSUNZIONI E CESSAZIONI</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Assunzioni (n.)</b>	<b>241</b>	<b>496</b>	<b>639</b>
Turnover (%)	0,77	1,58	2,0
<b>Cessazioni (n.)</b>	<b>507</b>	<b>616</b>	<b>1.636</b>
Turnover (%)	1,63	1,96	5,13
<b>Dimissioni volontarie (n.)</b>	<b>142</b>	<b>112</b>	<b>145</b>
Turnover (%)	0,46	0,36	0,45

<b>ASSUNZIONI/CESSAZIONI 2011 PER INQUADRAMENTO E FASCIA D'ETÀ (%)</b>	<b>Assunzioni</b>	<b>Cessazioni</b>	<b>Dimissioni</b>
<b>Per inquadramento</b>			
Dirigenti	0,20	7,92	1,78
Quadri direttivi	0,19	2,18	0,64
Aree professionali	1,16	1,11	0,30
<b>Per fascia di età (anni)</b>			
< 30	6,41	0,89	0,70
31-40	0,58	0,82	0,62
41-50	0,15	0,59	0,47
>50	0,02	3,83	0,22

Per i dati relativi alla ripartizione delle assunzioni e delle cessazioni per genere si veda LA13 (p. 66, 67).

Ripartizioni per tipologia delle cessazioni del rapporto di lavoro avvenute nel 2011



*Il Gruppo opera in larga prevalenza in Italia (il 98,3% dell'organico totale). Poiché non rilevano differenze sostanziali tra le varie Regioni sotto il profilo sociale ed economico, non viene considerato significativo monitorare dati indicativi della ripartizione geografica del turnover del personale.*

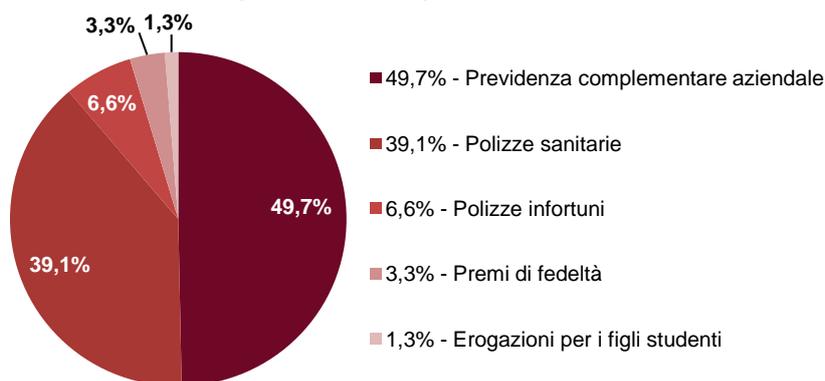
**LA3**  
Benefit ed altri  
contributi integrativi  
previsti per i lavoratori

Le società del Gruppo, in aggiunta alla retribuzione fissa ed a quella variabile di breve termine, prevede per i propri dipendenti, sia in applicazione di specifiche previsioni contrattuali sia per autonoma determinazione, alcuni interventi che ampliano l'offerta retributiva sotto il profilo strutturale. Tra questi:

- Il contributo aziendale alla previdenza complementare, previsto per tutti i dipendenti nella misura del 2,5% della retribuzione totale annuale lorda.
- La polizza sanitaria (valida anche per i dipendenti in pensione).
- La polizza infortuni.
- I contributi per le spese di studio dei dipendenti e dei loro figli.
- Il premio fedeltà e la medaglia d'oro al raggiungimento rispettivamente di 25 e 35 anni di servizio.

Nel 2011 gli importi erogati per le suddette categorie di benefit sono stati pari a 78.871.067 euro.

Ripartizione per tipologia dei benefit erogati nel 2011



Ulteriori benefit comprendono:

- La polizza per invalidità permanente (Long Term Care).
- I buoni pasto di importo superiore a quanto previsto dal Contratto Collettivo Nazionale.
- Condizioni agevolate su operazioni bancarie (raccolta, finanziamento, servizio).

Ai dipendenti con contratto a tempo determinato o con contratto part time sono riconosciuti gli stessi benefit dei dipendenti con contratto a tempo indeterminato e full time. Relativamente al part time, i benefit sono di regola proporzionati all'orario di lavoro effettivo.

**INTERVENTI SOCIALI**

- La Cassa di Mutua Assistenza e l'Associazione di Mutua Assistenza, con i contributi aziendali ed i versamenti volontari dei soci, effettuano erogazioni a fondo perduto per la tutela della salute (sussidi per i figli portatori di handicap, anziani non autosufficienti, anticipazioni per cure dentarie, acquisto protesi acustiche, lenti ed altre ragioni di salute) e della famiglia (anticipazioni per spese matrimoniali, contributi e anticipazioni per la nascita e l'adozione dei figli). Inoltre, effettuano, in favore dei soci e dei loro figli, alcune anticipazioni per le spese scolastiche e per i viaggi di studio all'estero. Nel 2011 sono stati erogati per le suddette finalità contributi pari circa 5,5 milioni di euro. La Cassa inoltre offre garanzie fidejussorie sulle sovvenzioni erogate ai soci da parte della Banca (68,3 milioni di euro nel 2011).
- I Circoli Ricreativi del Gruppo, con i contributi delle aziende del Gruppo (450 mila euro nel 2011), svolgono attività finalizzate a favorire la socializzazione del personale, la promozione di attività culturali, artistiche, sportive e turistiche, e per fornire vari tipi di servizi sociali. Al 31.12.2011 vi sono 57 Circoli ai quali aderiscono circa 15.700 dipendenti del Gruppo.

**RELAZIONI INDUSTRIALI**

Il confronto con le Organizzazioni Sindacali, quali organismi di rappresentanza dei lavoratori, si svolge in un clima ispirato a principi di correttezza, trasparenza, e senso di responsabilità per il raggiungimento dei risultati complessivi.

Nel 2011 sono state attivate varie procedure sindacali (40 incontri nel corso dell'anno) conclusesi tutte con la sottoscrizione di specifici accordi. In particolare, il confronto con le Organizzazioni Sindacali ha riguardato i seguenti temi:

DATA DELL'ACCORDO	TEMA
28.2.2011	Riassetto organizzativo delle Strutture Centrali della Banca.
29.3.2011	Esodo Obbligatorio per le risorse in esubero nelle Strutture Centrali.
28.4.2011	Riorganizzazione degli assetti e dei processi del credito finalizzata al miglioramento delle attività di valutazione e controllo del rischio ed alla riduzione dei tempi di risposta al mercato.
29.4.2011	Detassazione produttività 2011.
6.7.2011	Riassetto organizzativo delle Direzioni Territoriali che ha consentito, al termine della fase sperimentale sull'Area Toscana Nord (accordo del 28.4.2011), la costituzione delle Direzioni Territoriali Mercato.
5.8.2011	Progetto Corporate Regione Lazio, finalizzato a potenziare i processi di interazione tra filiere a livello non solo di Banca ma anche di Gruppo.
5.8.2011	Avvio della prima fase della Piattaforma PaschiFace che sostituirà nel tempo gli applicativi oggi presenti nel Sistema Informativo Unitario.

ORGANIZZAZIONI SINDACALI	2011	2010	2009
Dipendenti iscritti	26.701	26.734	27.071

*Presso ciascuna unità produttiva che occupi più di 15 dipendenti, i lavoratori iscritti ad una medesima organizzazione sindacale, purché in numero non inferiore ad 8, possono costituire, nel loro ambito, una rappresentanza sindacale aziendale dell'organizzazione di appartenenza (art. 15 dell'Accordo ABI - Sindacati in materia di libertà sindacali del 7.7.2010).*

**LA4**

Dipendenti coperti dai contratti collettivi

Il 100% dei dipendenti in Italia è coperto dal Contratto Collettivo Nazionale del credito sottoscritto con le Organizzazioni Sindacali.

**LA5**

Periodo minimo di preavviso per modifiche organizzative

Nell'attuazione delle iniziative organizzative di fusione e di incorporazione vengono seguite le disposizioni contrattuali nazionali che prevedono fasi di informativa preventiva alle Organizzazioni Sindacali e procedure di confronto negoziale da svolgere entro 50 giorni (salvo diverse intese tra le parti) ed in conformità al "Protocollo sull'organizzazione del lavoro" vigente in Banca.

## SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Le condizioni degli ambienti di lavoro ed i relativi rischi per la salute e la sicurezza dei dipendenti sono monitorati dalla Funzione Prevenzione e Protezione della Capogruppo Bancaria, anche con il supporto di 98 referenti territoriali (gli Addetti Organizzazione, Logistica, Ambiente e Sicurezza).

È in atto un sistema di gestione della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro conforme allo standard internazionale OHSAS18001. Il sistema è certificato in Banca, presso il Consorzio Operativo (la società che gestisce i sistemi informativi del Gruppo) e, dal 2011, anche in Banca Antonveneta e in Mps Capital Services; riguarda attività e siti che coinvolgono complessivamente oltre il 90% dei dipendenti.

Il sistema viene sottoposto a controlli periodici: nel 2011 sono state effettuate circa 150 verifiche sul posto, sia con personale specializzato interno che da parte dell'ente terzo di certificazione. Queste ultime hanno avuto esito positivo. Gli spunti di ulteriore miglioramento sono stati incorporati nel programma dei prossimi progetti da realizzare.

In particolare, è stato avviato un progetto organico (Progetto Safety) con i seguenti obiettivi:

- Massimizzare la valenza economica e strategica della gestione degli aspetti di salute e sicurezza dei lavoratori.
- Assicurare un presidio ancora più efficace sulla conformità legislativa.
- Ridurre i connessi rischi operativi.

Per quanto concerne, in particolare, la tutela della salute nel lavoro, il relativo presidio-monitoraggio è realizzato tramite il Servizio Sanitario di Gruppo: nel 2011 sono stati effettuati esami medici a 1.847 dipendenti, 20 visite specialistiche e 106 sopralluoghi per valutare l'idoneità dell'ambiente lavorativo.

### LA6 "Comitati per la Salute e la Sicurezza"

In tutte le società del Gruppo si svolgono riunioni annuali ai sensi del Dlgs 81/08 alle quali partecipano i rappresentanti aziendali (Datore di Lavoro e/o il suo Delegato, il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione), il Medico Competente ed i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS).

Nel 2011 sono state effettuate 13 riunioni a livello centrale e 18 a livello locale, incentrate sui seguenti temi:

- La valutazione dei rischi.
- L'andamento degli infortuni, delle malattie professionali e della sorveglianza sanitaria.
- I criteri di scelta, le caratteristiche tecniche e l'efficacia dei dispositivi di protezione individuale.
- I programmi di informazione e formazione.

Relativamente al rischio rapina è inoltre attiva una specifica Commissione paritetica Banca-Organizzazioni Sindacali. Nel 2011 la Commissione si è riunita una volta per esaminare, in particolare, il tema relativo agli adeguamenti in corso sulle misure di sicurezza ed i dati attinenti agli eventi criminosi.

### LA7 Assenze per infortuni sul lavoro e malattie; assenteismo

La problematica relativa al fenomeno infortunistico viene discussa nelle riunioni previste dal Dlgs 81/08 (vedi p. 62). In tali riunioni vengono analizzati, tra gli altri, i dati relativi agli indici di gravità e di frequenza degli infortuni sul lavoro per individuare le azioni di miglioramento da realizzare.

INFORTUNI NEI LUOGHI DI LAVORO	2011	2010	2009
Infortuni (n.)	172	238	178
Giornate perse (n.)	2.575	3.360	2.599
Indice di frequenza*	3,94	4,93	3,56
Indice di gravità**	0,06	0,07	0,05

*Il calcolo degli indicatori segue i criteri indicati dalla norma UNI 7249:2007 - Statistiche degli infortuni sul lavoro.*

*\* Numero di infortuni per milione di ore lavorate.*

*\*\*Giornate perse per infortunio per mille ore lavorate.*

ASSENZE	2011	2010	2009
Giornate di assenza procapite (n.) *	8,8	8,7	8,8
Giornate di assenza per malattia e infortunio (%)**	3,93	3,88	3,95
Giornate di assenza per malattie inferiori a 3 giorni (%)***	1,61	1,57	1,54

\* *Malattie ed infortuni.*

\*\* *L'indicatore è calcolato in rapporto al numero totale dei giorni lavorativi medi annui.*

\*\*\* *L'indicatore è calcolato in rapporto al numero totale dei giorni lavorativi medi annui (dati riferiti a Banca Monte dei Paschi di Siena).*

#### LA8

Educazione, formazione, prevenzione e controllo dei rischi in materia di salute e sicurezza dei dipendenti e delle famiglie

#### FORMAZIONE

Nel 2011 la formazione dei lavoratori sui temi della salute e della sicurezza è stata ulteriormente intensificata soprattutto attraverso un ampio programma di aggiornamento rivolto a tutti i lavoratori. Sono stati inoltre resi disponibili maggiori supporti informativi nella intranet aziendale, tra cui il nuovo "Manuale della sicurezza dei lavoratori".

FORMAZIONE SALUTE E SICUREZZA (ore)	2011	2010	2009
Figure della sicurezza*	8.134	28.733	12.392
Addetti all'emergenza			
-Antincendio	6.328	19.538	3.264
-Pronto soccorso	13.992	29.260	5.402
Lavoratori	101.701	-	-
Neoassunti	1.208	1.209	1.446
Videoterminalisti	243	554	107
<b>Totale</b>	<b>131.606</b>	<b>79.293</b>	<b>22.611</b>

\* *I dati comprendono la formazione rivolta a dirigenti, preposti, RLS e ad altre figure con responsabilità e compiti specifici in materia di salute e sicurezza dei lavoratori.*

#### CONTROLLO E PREVENZIONE DEI RISCHI PER LA SALUTE DEI DIPENDENTI

La cura della salute del personale e la prevenzione dei relativi rischi sono assicurate anche attraverso:

- Il presidio organico del Servizio Sanitario di Gruppo che nel 2011 è stato oggetto di una serie di interventi finalizzati a migliorare ulteriormente la qualità della prestazione sanitaria. È stato tra l'altro redatto uno specifico Protocollo sanitario d'intervento "post rapina" al fine di tutelare maggiormente i lavoratori potenzialmente coinvolti in rapine rispetto ai rischi connessi, compresi quelli di tipo psico-sociale.
- La sorveglianza sanitaria (riguarda principalmente i lavoratori "videoterminalisti", "notturni" ed i "carrellisti") che si esplica attraverso visite specialistiche e sopralluoghi. Per quanto riguarda in particolare i "videoterminalisti", è stato avviato il confronto tra la Banca e gli RLS per individuare i lavoratori rientranti in tale categoria ed aggiornare i relativi criteri di valutazione.
- Il monitoraggio del "rischio stress" secondo la metodologia ISPESL e attraverso un continuo confronto nell'ambito della Commissione Safety di ABI. Le prime rilevazioni di tale tipologia di rischio hanno indicato un livello medio di esposizione "basso" per tutte le categorie di lavoratori considerate.
- La polizza assicurativa, che copre le spese sanitarie sostenute dai dipendenti e dai loro familiari per accertamenti diagnostici specialistici e per esami di medicina preventiva.
- La polizza Long Term Care, che assicura una rendita vitalizia in caso di perdita permanente di autosufficienza nel compimento degli atti elementari della vita quotidiana.

#### LA9

Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza

Nelle riunioni effettuate ai sensi del Dlgs 81/08 vengono condivisi specifici programmi di miglioramento (vedi p. 62).

## FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE

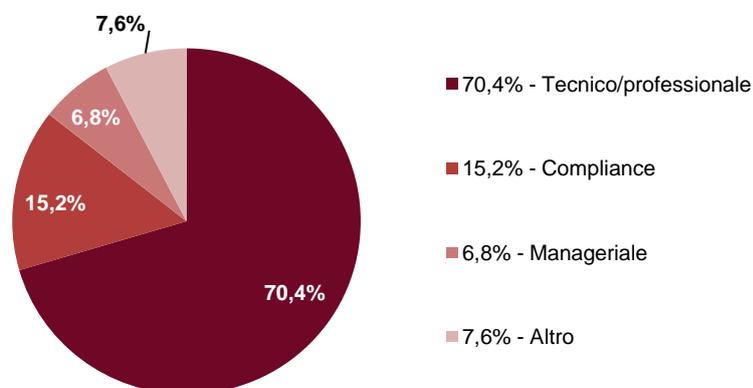
### LA10

Formazione annua per dipendente e per categoria di lavoratori

FORMAZIONE	2011	2010	2009
Formazione procapite (ore)	49	48	36
Costi della formazione (euro)	5.425.106	5.689.767	4.350.904

RIPARTIZIONE FORMAZIONE PER INQUADRAMENTO	2011
<b>Dirigenti</b>	
Procapite (ore)	19
Dipendenti formati (%)	82
<b>Quadri direttivi</b>	
Procapite (ore)	49
Dipendenti formati (%)	98
<b>Aree professionali</b>	
Procapite (ore)	50
Dipendenti formati (%)	96

### Ripartizione per ambito delle ore di formazione effettuate nel 2011



Nel 2011 l'attività formativa ha coinvolto circa il 97% del personale, per oltre 200 mila giornate complessive. In media, quindi, ogni dipendente interessato dal processo formativo ha partecipato a circa 49 ore di formazione (73% in aula e 27% on line).

Il gradimento complessivo della formazione si conferma positivo: dalle schede di valutazione compilate dai partecipanti è risultato un indice sintetico di qualità percepita pari a 5 rispetto ad un valore massimo di 6. Relativamente ai corsi tecnico specialistici viene anche misurata l'efficacia della didattica attraverso uno specifico indicatore di apprendimento, calcolato come differenza tra la percentuale di risposte esatte nei questionari di fine del corso e quella rilevata all'inizio. Nel 2011 tale indicatore è stato pari a 35.

L'impegno economico dedicato alla formazione è stato pari a circa 5,4 milioni di euro. Sono stati attivati tutti i principali canali di finanziamento della formazione disponibili a livello di sistema (es. Fondo Banche Assicurazioni).

### POLITICHE DELLA FORMAZIONE E PRINCIPALI ATTIVITÀ 2011

Le politiche formative sono disegnate in coerenza con gli obiettivi strategici tracciati e inquadrate nel complesso delle leve e degli strumenti posti in essere dal Gruppo per lo sviluppo professionale.

Nel 2011 l'investimento in formazione si è concentrato sui seguenti aspetti chiave:

- Sviluppare qualità e competenze distintive in ottica imprenditoriale, attraverso formazione specialistica e comportamentale dedicata.
- Supportare una nuova attitudine commerciale orientata al dialogo, all'ascolto e al supporto della clientela, al rafforzamento strategico della qualità della relazione.

- Ottimizzare il perseguimento di adeguate dinamiche rischio/rendimento (attenzione costante al costo del credito attraverso un presidio puntuale dei processi di affidabilità e un presidio complessivo sulle dinamiche di diversificazione).
- Porre la diffusione delle conoscenze al servizio dell'innovazione, della creazione di nuove opportunità di business, dell'aumento dei livelli di efficienza e produttività della rete commerciale, garantendo la crescita di professionalità qualificate per il raggiungimento di livelli di eccellenza nel servizio.
- Accelerare lo sviluppo professionale e la motivazione delle risorse, investendo su programmi formativi modulari che alternino diverse metodologie e si focalizzino sullo sviluppo di competenze tecniche e relazionali di mestiere.
- Garantire, nel presidio dei processi formativi, standard elevati di efficienza e di efficacia, attivando iniziative di ascolto volte a verificare la percezione dei partecipanti.

Le principali linee d'azione sono state:

- Continuità nelle iniziative di rafforzamento delle competenze professionalizzanti attraverso:
  - il completamento del progetto "Accademia del Credito" che ha coinvolto tutti i Titolari di Filiale ed i gestori Small Business e PMI.
  - l'estensione e il consolidamento di percorsi formativi volti alla valorizzazione e allo sviluppo delle competenze commerciali e relazionali di ruolo.
- Ulteriore focalizzazione sull'adeguata copertura formativa in tema di salute e sicurezza, compliance (antiriciclaggio, MiFID, privacy, trasparenza, ecc.) e formazione abilitante (Isvap).
- Erogazione del progetto "Knowledge Experience" mirato allo sviluppo della capacità e alla valorizzazione delle persone in Capogruppo Bancaria, attraverso iniziative volte a favorire l'innovazione, l'autosviluppo e la proattività; nell'ambito del progetto è stato utilizzato un mix di metodologie (tra cui il coaching) e strumenti con l'obiettivo di "concretizzare" immediatamente l'esperienza formativa, fornendo quanti più stimoli possibili per trasferirla nell'operatività quotidiana.
- Attivazione di un progetto formativo sulla CSR (finanziato attraverso apposito bando del Fondo Banche e Assicurazioni) finalizzato a rafforzare la consapevolezza sui temi della sostenibilità nei confronti della clientela e degli stakeholder e a contribuire all'aumento della trasparenza e dell'omogeneità nei processi di reporting istituzionale.
- Avvio di attività formative di riallineamento di competenze diffuse sulla finanza come base indispensabile per lo sviluppo commerciale.
- Prosecuzione del percorso formativo rivolto al miglioramento della qualità della leadership riservato al ruolo chiave dei Direttori Territoriali Mercato.

**LA11**  
Piani e sistemi di gestione delle competenze e degli sviluppi professionali

---

È stata effettuata, relativamente al personale della Rete della Banca, la prevista verifica annuale delle competenze professionali. A tale fine è stato utilizzato il sistema PaschiRisorse, lo specifico strumento di pianificazione e monitoraggio che supporta tutti i processi di sviluppo delle risorse umane. Sempre tramite le funzionalità di PaschiRisorse è stata avviata la quinta edizione dei cosiddetti Percorsi professionali che disciplinano la crescita verso ruoli obiettivo (percorsi verticali) e favoriscono l'integrazione delle competenze su ruoli paritetici presenti nelle strutture centrali ed in quelle periferiche (percorsi orizzontali). I Percorsi professionali coinvolgono complessivamente circa 1.300 dipendenti del Gruppo con una età media di 35 anni.

**LA12**  
Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera

---

In applicazione dell'articolo 69 del Contratto Collettivo Nazionale, le aziende del Gruppo attribuiscono annualmente a tutti i lavoratori appartenenti alle categorie delle Aree Professionali e dei Quadri Direttivi giudizi professionali complessivi. Tali giudizi vengono comunicati ai dipendenti per iscritto e quindi motivati e discussi nell'ambito di un colloquio con i propri responsabili diretti.

## QUALITÀ DELLA VITA LAVORATIVA E PARI OPPORTUNITÀ

### LA13

Ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità

INDICATORI DI PARI OPPORTUNITÀ 2011	DONNE		UOMINI	
	n.	%	n.	%
Personale	14.011	45,0	17.116	55,0
Contratti di lavoro				
Tempo indeterminato	13.751	98,1	16.861	98,5
Tempo determinato e Apprendistato professionalizzante	260	1,9	255	1,5
Rapporti di lavoro				
Full time	11.851	84,6	16.994	99,3
Part time	2.160	15,4	122	0,7
Inquadramento				
Dirigenti	23	0,2	482	2,8
Quadri direttivi	3.825	27,3	7.962	46,5
Aree professionali	10.163	72,5	8.672	50,7
Incarichi di responsabilità	3.379	37,3	5.668	62,7
Promozioni	1.217	47,6	1.340	52,4
Ore di formazione procapite	51	-	48	-
Personale formato	13.373	96	16.292	98
Fasce di età				
< 30	1.448	10,3	1.251	7,3
31-40	5.016	35,8	3.599	21,0
41-50	4.961	35,4	5.741	33,5
>50	2.586	18,5	6.525	38,1
Anzianità di servizio				
< 10	4.585	32,7	4.122	24,1
11-20	4.056	28,9	3.947	23,1
21-30	3.778	27,0	5.125	29,9
> 30	1.592	11,4	3.922	22,9
Assunzioni	120	0,86	121	0,71
Cessazioni	90	0,64	417	2,44
Giornate di assenza procapite	9,5	-	8,3	-

*I valori percentuali sono calcolati con riferimento al numero totale dei dipendenti per genere (donne= 14.001; uomini= 17.116) ad eccezione degli indicatori "Personale", "Incarichi di responsabilità", "Promozioni" che sono stati rapportati al numero totale dei dipendenti (31.127).*

### CONCILIAZIONE TRA I TEMPI DI VITA E QUELLI DI LAVORO

Gli obiettivi di valorizzazione del capitale umano e di motivazione del personale vengono perseguiti anche attraverso la ricerca di possibili misure organizzative finalizzate a migliorare la qualità della vita lavorativa dei dipendenti.

Tali misure riguardano in particolare la conciliazione delle necessità lavorative con le esigenze personali e familiari. Tra le specifiche previsioni contrattuali aziendali, aggiuntive e/o migliorative rispetto alle disposizioni di legge e del Contratto Collettivo Nazionale, vi sono:

- La flessibilità degli orari di lavoro in termini di entrata, uscita ed intervallo.
- La trasformazione del rapporto di lavoro da full time a part time con diverse possibilità di articolazione in modalità orizzontale, verticale e mista. Al 31.12.2011, il 7,3% dei dipendenti ha un contratto part time (il 15,4% tra il personale femminile).
- Permessi ed aspettative, retribuiti e non, in particolari momenti della vita personale e familiare (decesso di un congiunto, nascite, adozioni, cure e visite mediche, completamento degli studi, ecc.).
- L'assunzione del coniuge, ovvero dell'orfano del dipendente deceduto, se in possesso dei requisiti previsti per l'assunzione.

**PARI OPPORTUNITÀ**

Al 31.12.2011 l'incidenza del personale femminile è pari al 45% (era il 44,5% l'anno precedente) e superiore alla media del sistema (43% - Fonte: Rapporto ABI 2011 sul mercato del lavoro nell'industria finanziaria).

Anche gli altri indicatori di pari opportunità segnano un miglioramento. Tra questi:

- La presenza femminile nei ruoli di responsabilità (37,3%, rispetto al 35,1% del 2010), in particolare nell'ambito della Rete.
- Le promozioni del personale femminile (47,6% del totale, rispetto al 45,1% nel 2010).

PERSONALE DIVERSAMENTE ABILE	2011	2010	2009
Personale diversamente abile	1.555	1.550	1.565

Nei confronti del personale appartenente alle categorie protette vi è l'impegno ad assicurare le condizioni per il migliore inserimento lavorativo, attivando all'occorrenza idonei adeguamenti delle postazioni e degli strumenti di lavoro, sia strutturali che a livello informatico. Ciò al fine di realizzare la piena integrazione di questa categoria di dipendenti nel contesto lavorativo, rendendoli autonomi in ambito professionale.

Tutti i dipendenti con patologie specifiche sono forniti di dotazioni adeguate alle loro necessità.

Nell'ambito delle Aree professionali e dei Quadri direttivi, a parità di inquadramento ed anzianità di servizio, i livelli retributivi contrattuali del personale femminile non differiscono da quelli degli uomini. Nel 2011 i valori delle retribuzioni del personale femminile sono stati in media più bassi soprattutto per via di un maggiore ricorso al part time.

Tra i Dirigenti permane una differenza nei valori medi delle retribuzioni, in parte dovuta ad una diversa distribuzione degli inquadramenti all'interno della categoria e delle specificità degli incarichi ricoperti.

RETRIBUZIONE ANNUA LORDA DEL PERSONALE FEMMINILE (%) *	2011	2010	2009
Dirigenti	84	77	78
Quadri direttivi	87	87	87
Aree professionali	92	93	93

\* Stipendio annuo lordo comprensivo solo delle componenti fisse della retribuzione prevista contrattualmente e dalle integrazioni aziendali. I dati sono espressi come rapporto percentuale tra la retribuzione media del personale femminile e quella del personale maschile.

RETRIBUZIONE TOTALE ANNUA LORDA DEL PERSONALE FEMMINILE (%) *	2011
Dirigenti	81
Quadri direttivi	84
Aree professionali	90

\* Stipendio annuo lordo comprensivo delle componenti fisse e variabili della retribuzione nonché dei benefit (esclusi rimborsi, diarie, straordinari). I dati sono espressi come rapporto percentuale tra la retribuzione media del personale femminile e quella del personale maschile.

Nel corso del 2011 sono rientrati a lavoro, al termine di congedi di maternità/paternità, 1.525 dipendenti della Banca (1.309 donne e 216 uomini). In quattro casi (2 donne e 2 uomini) i dipendenti hanno deciso di concludere il loro rapporto di lavoro nei 12 mesi successivi al loro rientro.

**LA14**  
Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria

**LA15**  
Rientro al lavoro e tasso di retention dopo assenze per maternità/paternità, per genere

## HR. PROMOZIONE DEI DIRITTI UMANI

### POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE

Il settore finanziario ha un ruolo importante nello sviluppo economico e sociale, nel miglioramento del tenore di vita, nella creazione di posti di lavoro e nella realizzazione e il godimento dei diritti umani fondamentali.

Le banche possono contribuire a questi obiettivi:

- Direttamente, attraverso una gestione del personale improntata a criteri di non discriminazione, di pari opportunità e di tutela della salute e della sicurezza e attraverso un'attenta considerazione di questioni inerenti ai diritti umani e dei lavoratori nella catena di fornitura.
- Indirettamente, tramite il business, assicurando l'erogazione di finanziamenti per progetti di utilità sociale, favorendo l'inclusione finanziaria, verificando l'utilizzo socialmente responsabile del credito, e contribuendo a iniziative per promuovere e tutelare i diritti umani.

Nell'ambito della propria sfera di responsabilità, in coerenza con il [Codice Etico](#):

- Il Gruppo sostiene dal 2002 il [Global Compact](#) delle Nazioni Unite.
- Nei rapporti di lavoro non viene tollerata alcuna forma di discriminazione, garantendo le pari opportunità, e condizioni di accessibilità ai dipendenti diversamente abili. Viene contrastata ogni forma di sfruttamento del lavoro e viene prestata attenzione alla cura della sicurezza e della salute delle persone, in applicazione delle leggi e dei principali standard di riferimento, quali OHSAS18001 e SA8000 (vedi p. 62, 63, 66, 67).
- Nella catena di fornitura vengono verificati il rispetto dei diritti dei lavoratori e la gestione degli impatti sociali delle attività (vedi p. 69).
- Nell'attività commerciale il Gruppo presta attenzione ai bisogni delle componenti sociali più deboli, favorendo l'accesso ai servizi bancari, l'uso consapevole del credito e la prevenzione del sovra indebitamento (vedi p. 33, 34, 35).
- Vengono svolti controlli sull'operatività nel settore degli armamenti (vedi p. 29, 30).
- Il Gruppo partecipa all'azione di istituzioni ed organizzazioni civili e umanitarie per la tutela di diritti economici e sociali di base, come la salute, la casa, l'istruzione, il lavoro (vedi p. 42, 43).
- Viene evitato il coinvolgimento nel finanziamento ad attività terroristiche, anche prevenendo il riciclaggio di denaro ([Politica del Gruppo per la lotta al riciclaggio e al terrorismo](#)).

A quest'ultimo proposito, nel 2011 è stato riorganizzato, in linea con le indicazioni di Banca d'Italia, il presidio aziendale sull'antiriciclaggio ed il contrasto al terrorismo internazionale, accentrando le necessarie competenze nella Funzione Compliance della Capogruppo Bancaria. L'attività viene svolta con il supporto di sistemi informativi ad hoc ed un costante aggiornamento del personale assegnato (vedi p. 69).

Anche per effetto di un rafforzato sistema di procedure e presidi interni, si registra un aumento considerevole del numero di operazioni sospette analizzate nel corso dell'anno (7.735 nel 2011 contro 5.113 nel 2010). Di queste, circa il 30% sono state segnalate all'autorità competente (Unità di Informazione Finanziaria).

## INVESTIMENTI E APPROVVIGIONAMENTI

### HR1

Accordi che includono clausole sui diritti umani o che sono valutati in merito

- Il Gruppo finanzia principalmente aziende operanti in Italia, dove il rispetto degli standard relativi alla tutela dei diritti umani sono garantiti da apposite previsioni di legge.
- Le linee di politica creditizia pongono attenzione a che i finanziamenti siano impiegati sempre in modo corretto, integro e destinato a finalità utili e sostenibili. In tale senso, il Comitato Crediti svolge le proprie valutazioni tenendo conto dei possibili impatti del credito sui livelli occupazionali delle imprese affidate e sui relativi indotti.
- Criteri di analisi etica e specifiche disposizioni interne, talvolta più approfonditi di quelli di legge, sono applicati, tra l'altro, nel project financing (vedi p. 30) e nell'intermediazione di operazioni riconducibili alla produzione e al commercio di materiali d'armamento (vedi p. 29, 30).

### HR2

Fornitori sottoposti a verifiche in materia di diritti umani

I fornitori devono assicurare serietà nel business, rispettare i diritti dei propri lavoratori, investire in qualità e gestione responsabile degli impatti ambientali e sociali ([Codice Etico](#)).

Il Gruppo intrattiene rapporti commerciali con circa 19 mila fornitori. Quelli con cui vi è una relazione continuativa e che sviluppano con le società del Gruppo volumi d'affari significativi, sono valutati attraverso appositi questionari, oltre che dal punto di vista economico e qualitativo, sotto il profilo etico-sociale, della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro ed ambientale.

Una parte di tali fornitori (ad oggi 199) sono anche valutati per le loro performance di CSR, al fine di individuare percorsi di ulteriore miglioramento della catena di fornitura (vedi p. 53, 54, 55).

In particolare, in merito al rispetto dei diritti umani, i fornitori devono sottoscrivere una dichiarazione d'impegno a rispettare i principi della norma SA8000 (pena l'interruzione o la mancata attivazione del rapporto commerciale). Nell'anno tale requisito non è stato mai disatteso.

### HR3

Formazione sulle politiche di promozione dei diritti umani

Tra gli ambiti formativi più significativi ed a maggiore impatto sulle questioni inerenti alla promozione dei diritti umani, vi sono:

- La tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro (vedi p. 63).
- L'antiriciclaggio ed il contrasto al terrorismo internazionale. Nel 2011 sono stati formati 13.128 dipendenti per 65.552 ore complessive.

## NON DISCRIMINAZIONE

### HR4

Casi discriminatori e azioni intraprese

#### PROVVEDIMENTI DISCIPLINARI

PROVVEDIMENTI DISCIPLINARI	2011	2010	2009
Espulsivi	29	13	8
Conservativi*	98	58	78

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

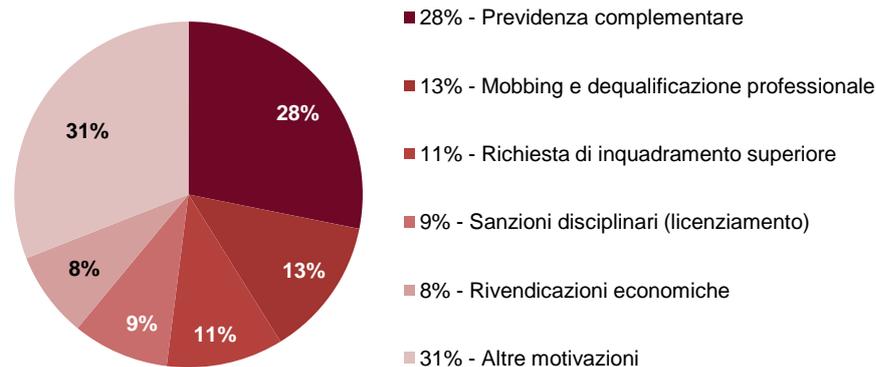
In caso di inosservanza dei doveri contrattuali e di negligenza nell'espletamento delle mansioni affidate, i dipendenti sono soggetti a sanzioni disciplinari in proporzione alla gravità delle infrazioni commesse. Nel 2011 sono stati assunti 127 provvedimenti di questo tipo (29 espulsivi e 98 conservativi), quasi tutti riconducibili ad una "anomala gestione del credito" da parte dei dipendenti coinvolti.

CONTROVERSIE DI LAVORO

CONTROVERSIE DI LAVORO PASSIVE		2011
Cause in corso		536
Controparti coinvolte		848

Al 31.12.2011 sono in corso 536 cause (57 aperte nell'anno) per controversie di lavoro attivate dalle controparti nei confronti delle società del Gruppo (cosiddette "passive"), che coinvolgono complessivamente 848 persone.

**Ripartizione per motivazione delle controversie di lavoro passive al 31.12.2011**



In attuazione del Contratto Integrativo Aziendale, la Banca e le Organizzazioni Sindacali si confrontano periodicamente nell'ambito di uno specifico Osservatorio Aziendale per verificare la qualità della vita lavorativa attraverso l'analisi dei pertinenti dati (ad esempio le promozioni, le cessazioni e le relative causali).

Da tali analisi non sono emerse particolari problematiche né è stata evidenziata la necessità di svolgere azioni di miglioramento specifiche.

**HR5**  
Attività in cui è a rischio la libertà di associazione e contrattazione collettiva

Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

**HR6**  
Attività con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile

Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

**HR7**  
Attività con elevato rischio al lavoro forzato

Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

**HR8**  
Personale addetto alla sicurezza che ha ricevuto formazione in materia di diritti umani

Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

**HR9**  
Violazioni dei diritti delle comunità locali e azioni intraprese

Data l'attività svolta e i Paesi in cui il Gruppo opera con sedi e personale, l'indicatore non è ritenuto rilevante.

## SO. IMPATTI NELLA SOCIETÀ

### POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE

Il rispetto delle leggi, la correttezza e l'etica professionale sono presupposti di ogni condotta del Gruppo e condizioni necessarie per realizzare un ruolo positivo nella società.

La Funzione Compliance della Capogruppo Bancaria costituisce il presidio organizzativo accentrato per il monitoraggio della conformità normativa e dei rischi connessi.

In attuazione del [Codice Etico](#) sono considerati i possibili impatti sociali e ambientali dell'attività, sia positivi (vedi p. 33, 34, 35, 36, 42, 43) che negativi (vedi p. 29, 30), anche in relazione ai rapporti con le istituzioni e le comunità; nonché ad aspetti riferibili ad eventuali fenomeni di corruzione, per la cui gestione sono in atto appositi modelli organizzativi, strumenti operativi e processi di formazione.

### COLLETTIVITÀ

**SO1**  
Attività ad impatto  
nelle comunità

Per una descrizione delle operazioni effettuate dal Gruppo nel 2011 e che hanno necessitato di specifiche analisi di impatto sociale ed ambientale nelle comunità di riferimento si vedano i seguenti indicatori: FS7, FS8, EC8 (impatti positivi, p. 33, 34, 35, 36, 42, 43) e FS2, FS10 (impatti negativi, p. 29, 30).

**FS13**  
Filiali in aree poco  
popolate o  
economicamente  
svantaggiate

Uno degli elementi peculiari della [Missione](#) del Gruppo è quello di volere "mantenere un forte radicamento di ciascuna azienda nel territorio in cui opera".

Il Gruppo è presente sull'intero territorio nazionale con una rete capillare di filiali e di ATM che assicura la copertura del servizio anche in piccoli comuni ed in regioni a minore tasso di sviluppo.

PRESENZA DEL GRUPPO IN AREE DELL'ITALIA POCO POPOLATE O ECONOMICAMENTE SVANTAGGIATE	2011		2010		2009	
	Filiali	ATM	Filiali	ATM	Filiali	ATM
In comuni con meno di 5 mila abitanti (%)	13,0	12,1	13,1	12,0	12,8	12,2
In regioni a minore tasso di sviluppo (%)*	21,4	23,3	21,4	22,9	21,2	22,1

\*Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia, secondo la classificazione dell'Unione Europea.

**FS14**  
Iniziative per  
migliorare l'accesso ai  
servizi finanziari da  
parte di persone in  
condizioni di  
svantaggio

Viene prestata attenzione ai bisogni delle componenti più vulnerabili della società anche attraverso:

- L'offerta di prodotti e servizi per gli immigrati, i giovani, le micro-imprese, i lavoratori precari, le organizzazioni non profit (vedi p. 33, 34, 35).
- L'adeguamento dei canali, fisici e telematici, alle esigenze delle persone diversamente abili.

A quest'ultimo proposito, nel corso dell'anno:

- È proseguito il programma di adeguamento degli ATM con l'installazione di un software che permette ai non vedenti e ipovedenti di poter fruire di informazioni vocali per effettuare le principali operazioni bancarie (al 31.12.2011 gli ATM accessibili sono il 93% del totale).
- È stato ulteriormente diffuso presso i clienti del Gruppo l'utilizzo della chiave elettronica che consente ai non vedenti l'accesso ed una migliore fruizione dei servizi online (sono stati distribuiti 146 dispositivi).
- È stata verificata, anche in collaborazione con la Fondazione ASPHI (la Onlus che promuove in Italia progetti per ridurre l'handicap attraverso l'informatica) la completa accessibilità per non vedenti e ipovedenti ai servizi di mobile banking, compreso il nuovo applicativo per iPhone.

## PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

Nell'ambito della propria sfera di responsabilità il Gruppo è impegnato a contrastare ogni fenomeno di corruzione (in coerenza con tale impegno esso aderisce dal 2002 al [Global Compact](#) della Nazioni Unite).

A questo fine è in essere un Modello organizzativo conforme al Dlgs 231/2001 in materia di responsabilità amministrativa delle imprese, che prevede:

- Regole e procedure per prevenire tali reati.
- Processi per la gestione ed il controllo delle risorse finanziarie in attività a rischio
- Un Organismo di Vigilanza (il Comitato per il Controllo Interno) a garanzia del buon funzionamento e del costante aggiornamento del modello.
- La formazione dei dipendenti.
- Sistemi di segnalazione e sanzionatori.

### SO2

Divisioni interne monitorate per rischi di corruzione

In coerenza con la normativa esterna e con il Sistema dei Controlli Interni, la Funzione di Revisione Interna della Capogruppo Bancaria svolge verifiche ed approfondimenti sul funzionamento del Modello 231/2001 in base agli indirizzi ricevuti dall'Organismo di Vigilanza (Comitato di Controllo Interno).

Le verifiche sono opportunamente diversificate in relazione al perimetro dell'accertamento, ed effettuate anche sulla base degli esiti del risk assessment condotto dalle varie funzioni aziendali.

Nel 2011 sono stati complessivamente effettuati 1.403 audit, così ripartiti:

- 26 su Società del Gruppo.
- 18 su processi/strutture di Direzione Generale della Banca.
- 6 presso filiali estere.
- 1.293 su strutture della Rete.
- 60 su promotori finanziari.

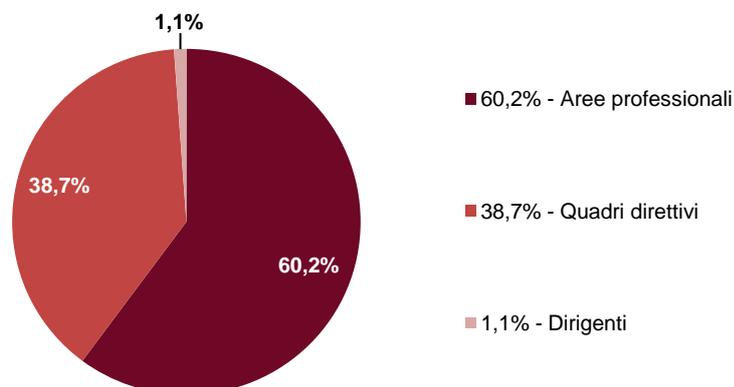
Nel corso dell'anno sono stati, inoltre, effettuati due approfondimenti sulle attività della Funzione Pianificazione della Capogruppo Bancaria e del Dipartimento Operativo Rete dell'Area Territoriale Umbria Marche della Banca.

### SO3

Dipendenti formati sulle politiche e le procedure anti-corruzione

Nel 2011 la formazione erogata sulle procedure anti-corruzione, previste dal Modello 231/2001, ha riguardato 20.422 dipendenti per complessive 46.194 ore.

Ripartizione per inquadramento dei dipendenti formati nel 2011 sul Modello 231/2001



### SO4

Casi di corruzione e azioni intraprese

Nel 2011 non sono stati riscontrati casi di corruzione.

## CONTRIBUTI POLITICI (APPROCCIO NEI CONFRONTI DELLA POLITICA E DELLE ISTITUZIONI)

### SO5

Partecipazione allo sviluppo di politiche collettive e pubbliche

È interesse del Gruppo seguire con attenzione gli orientamenti normativi che possono avere impatti sull'operatività per assicurarne il pronto recepimento. Per questo sono assicurati presidi di monitoraggio delle attività legislative comunitarie, nazionali e locali. In particolare, a livello comunitario, la Banca è registrata dall'Aprile 2011 nel "European Commission's Register of Interest Representatives", impegnandosi a rispettare il relativo Codice Etico ed a comunicare pubblicamente le proprie attività di lobbying.

(👉 [http://europa.eu/transparency-register/index\\_en.htm](http://europa.eu/transparency-register/index_en.htm)).

Il Gruppo, tramite i propri esponenti apicali, intrattiene altresì rapporti e confronti continui con gli Organi di Controllo (Banca d'Italia, Consob, ecc.) oltre a collaborare agli sviluppi regolamentari di settore in qualità di membri del Comitato Esecutivo dell'ABI (il Presidente della Banca è anche Presidente dell'ABI). In base a quanto stabilito dal Codice Etico del Gruppo, tali rapporti devono essere sviluppati nel rispetto di leggi e regolamenti applicabili; devono essere tutelate reputazione e integrità dell'azienda secondo le linee di condotta previste dal Modello 231/2001.

Le partecipazioni ad incontri-eventi pubblici da parte di altri esponenti aziendali (non apicali) sono preventivamente valutate ed autorizzate a livello centrale dalla Funzione Comunicazione della Capogruppo Bancaria per assicurarne la coerenza rispetto alla policy di Gruppo in materia di brand identity e corporate reputation.

Il Gruppo garantisce inoltre la propria partecipazione a varie Associazioni che svolgono anche attività di lobbying nei confronti delle Istituzioni su questioni inerenti alla CSR (ad esempio, CSR Europe e Forum per la Finanza Sostenibile).

### SO6

Contributi a partiti politici e relative istituzioni

Non sono consentite erogazioni liberali a movimenti o organizzazioni che rivestono un fine esclusivamente politico. La possibilità di partecipare ad interventi promozionali e commerciali, a fronte di iniziative promosse da partiti politici e organizzazioni sindacali, è definita nel rispetto delle leggi vigenti ed avviene nella massima trasparenza (👉 [Codice Etico](#)).

Nel 2011 sono stati erogati, in tali ambiti di operatività, 161 mila euro.

## COMPORAMENTI ANTI-COLLUSIVI

Il Gruppo si confronta nei mercati sulla base della qualità e sicurezza dei propri prodotti e servizi, evitando accordi e altri comportativi limitativi della concorrenza (👉 [Codice Etico](#)).

### SO7

Azioni legali per concorrenza sleale, anti trust e pratiche monopolistiche

Nel 2011 non sono state avviate azioni legali nei confronti delle banche del Gruppo in materia. I procedimenti in precedenza aperti dall'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato (AGCM) hanno avuto, in corso d'anno, i seguenti sviluppi:

- "Caso Mastercard"- Il TAR del Lazio ha accolto il ricorso di Mastercard e degli istituti di credito coinvolti, tra cui Banca Monte dei Paschi di Siena, che erano stati sanzionati per ipotesi di profili anticoncorrenziali. La questione è ora rimessa al Consiglio di Stato.
- "Portabilità dei mutui"- Il TAR del Lazio ha accolto le tesi sviluppate dalla difesa della Banca ed ha annullato la sanzione pecuniaria. A seguito della pronuncia del Consiglio di Stato, l'AGCM è stata condannata definitivamente alla restituzione in favore della Banca della somma versata a titolo di sanzione pecuniaria.

### SO8

Sanzioni significative per non conformità a leggi e regolamenti

Nel 2011 le sanzioni relative a non conformità legislative sono state complessivamente pari a 759.156 euro.

Per approfondimenti ed informazioni su altre azioni legali si rimanda al 👉 [Bilancio Consolidato al 31.12.2011 \(p. 386, 387\)](#).

## PR. RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

### POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE

**FS15**  
Politiche di  
progettazione e  
vendita responsabile  
dei prodotti

Il [Codice Etico](#) delinea gli impegni del Gruppo in materia di marketing responsabile e nella gestione delle relazioni con i clienti:

- Essere al servizio dei clienti per rispondere ai loro bisogni, anche assicurando attenzione alle componenti sociali più deboli.
- Informare i clienti in modo chiaro e completo sulle condizioni e sulle prestazioni di prodotti e servizi.
- Favorire l'uso consapevole del credito e della gestione dei risparmi.
- Prevenire i conflitti di interesse nei rapporti con i clienti anche garantendo prodotti sempre in linea con i loro profili di rischio.
- Accrescere la soddisfazione e la fedeltà dei clienti.
- Gestire i reclami e le lamentele dei clienti in ottica di miglioramento continuo.

Tali impegni sono costantemente verificati attraverso i controlli interni ordinari e sono messi in atto attraverso una serie di misure organizzative che comprendono:

- Procedure per la progettazione e l'approvazione dei prodotti. In particolare tutti i prodotti di investimento sono valutati utilizzando metodologie qualitative e quantitative che considerano i vari fattori di mercato e di rischio. La stessa valutazione viene svolta su strumenti finanziari direttamente acquistati dai clienti e gestiti dalla Banca.
- Procedure per verificare la coerenza delle scelte di investimento dei clienti rispetto ai loro profili finanziari e alla loro propensione al rischio. L'attività è svolta in attuazione della Direttiva MiFID, anche supportata da un servizio di consulenza ad hoc.
- Una gamma di offerta di prodotti d'investimento di tipo "multimarca" che garantisce il cliente in materia di indipendenza e di superamento dei conflitti di interesse.
- Programmi per accrescere la semplicità e la trasparenza delle informazioni sui prodotti, ad esempio attraverso la revisione delle comunicazioni ai clienti e delle documentazioni contrattuali relative al conto corrente e ad altri prodotti, anche in conformità con le linee guida di Banca d'Italia.
- Sistemi per limitare le asimmetrie informative e assicurare la comparabilità dei costi e delle caratteristiche dei prodotti con quelli delle altre banche (vedi p. 75).
- La collaborazione con le associazioni dei consumatori (ConsumerLab) sui temi più rilevanti inerenti al rapporto banche-clienti anche al fine di accrescere i livelli di educazione finanziaria dei cittadini (vedi p. 74).
- L'offerta di prodotti e servizi adeguati alle esigenze dei consumatori in funzione delle dinamiche economiche e sociali, con particolare riguardo a categorie disagiate o temporaneamente in difficoltà (vedi p. 33, 34, 35).
- Formazione specialistica degli addetti alla rete di vendita (tra l'altro nel 2011 sono state erogate 4.123 ore di formazione sulla applicazione della Direttiva MiFID che ha interessato 1.810 dipendenti).
- Incentivi alla rete di vendita connessi anche al raggiungimento di obiettivi di customer satisfaction.
- Informazioni rivolte ai clienti sui loro diritti e sui doveri della Banca. È stata resa disponibile ai clienti, tramite una collaborazione con le associazioni dei consumatori una specifica guida pratica.
- Sistemi di misurazione della customer satisfaction e conseguenti piani di miglioramento (vedi p. 76, 77).
- Supporti di Information Technology per l'ottimizzazione dei processi relativi all'erogazione dei servizi ai clienti. Nel 2011 sono stati effettuati investimenti pari a 57 milioni di euro, che hanno riguardato tra l'altro iniziative nel settore della multicanalità integrata e il progetto di CRM "PaschiFACE".

**FS16**  
Educazione finanziaria

Tra le iniziative realizzate nel 2011 con l'obiettivo di contribuire ad accrescere i livelli di educazione finanziaria dei consumatori e la sensibilità dei giovani rispetto al mondo bancario, vi sono in particolare i progetti svolti in collaborazione con le associazioni dei consumatori nell'ambito di ConsumerLab:

- BancAscuola - 12 incontri/eventi nelle scuole superiori.

- Consumer Lab a casa vostra - 10 eventi presso le filiali del Gruppo per mettere a confronto i dipendenti, le associazioni dei consumatori ed i clienti sui temi bancari-finanziari più sentiti (il tema centrale è stato quello della previdenza integrativa), anche attraverso l'apertura al pubblico per tre giorni di uno specifico corner informativo.
- Il Monte e le associazioni ascoltano i consumatori - 15 centri di ascolto in filiale aperti al pubblico per alcuni giorni, nei quali un dipendente ed un rappresentante delle associazioni sono stati a disposizione dei clienti e di tutti i possibili interessati per rispondere a domande ed affrontare apertamente i temi bancari e finanziari più sentiti.

Altre iniziative hanno riguardato:

- "Il Quaderno di Byt", un libro gioco destinato ai bambini di età tra i 6 e i 10 anni per aiutare i più piccoli a scoprire il mondo dell'economia e della finanza. Il Quaderno è stato distribuito in oltre 16 mila copie.
- Nell'ambito della partnership con Axa, il progetto "Sicura Mente", per insegnare ai bambini e ai ragazzi (dai 6 agli 11 anni) regole di sicurezza domestica e quotidiana.

## SICUREZZA DEI CONSUMATORI

### PR1

Valutazione della sicurezza di prodotti e servizi

---

La sicurezza dei servizi, a tutela dei clienti, è presidiata su più fronti, con particolare riguardo per:

- La sicurezza dei servizi online e dei sistemi di pagamento. Relativamente all'operatività online, nel 2011 le frodi hanno interessato 117 clienti con una perdita di 1,5 milioni di euro. Nell'ambito dei sistemi di pagamento vi è stata una riduzione del 50% rispetto all'anno precedente del numero delle frodi su carte di debito (l'80% in meno in termini di valore economico) per effetto di una rafforzata attività di prevenzione e monitoraggio e della migrazione verso le carte a chip.
- La continuità operativa dei servizi bancari in presenza di eventi critici (calamità naturali, eventi dolosi, attacchi informatici, ecc.).
- La prevenzione del rischio rapina - nel 2011 si sono verificate 169 rapine, equivalenti ad un indice di 5,8 rapine ogni cento sportelli. I dati sono in diminuzione rispetto all'anno precedente (188 rapine, equivalenti ad un indice di 6,4).
- La tutela dei dati personali (vedi p. 78).

Tali attività necessitano anche di idonei supporti di Information Technology: nel 2011 sono stati effettuati specifici investimenti per complessivi 3,3 milioni di euro.

### PR2

Non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti la sicurezza di prodotti e servizi

---

Nel 2011 la Banca non ha ricevuto sanzioni per la violazione di normative inerenti a prodotti e servizi bancari/finanziari né alla prestazione di servizi ed attività di investimento.

## INFORMAZIONI SU PRODOTTI E SERVIZI, E CUSTOMER SATISFACTION

### PR3

Informazioni su prodotti e servizi richiesti dalle procedure aziendali

---

I clienti sono informati in modo chiaro e completo sulle condizioni e le prestazioni di prodotti e servizi, per facilitarne la comprensione e favorire scelte consapevoli (👉 [Codice Etico](#)).

La trasparenza e la qualità delle comunicazioni sono riferimenti centrali per il servizio ai clienti. Il loro presidio è assicurato in particolare attraverso:

- Specifiche procedure interne ed i relativi sistemi di controllo.
- Fogli informativi conformi alle linee guida di Banca d'Italia e adeguati al fine di facilitare maggiormente il cliente nella comprensione del prodotto con particolare riguardo per i costi (attraverso l'utilizzo di indicatori comparabili), le commissioni applicate ed i rischi.
- L'implementazione delle iniziative promosse dal Consorzio PattiChiari e finalizzate a migliorare la semplicità, la chiarezza e la comparabilità delle informazioni rese ai clienti (👉 [www.pattichiari.it](http://www.pattichiari.it)).
- Format di estratti conto semplificati in ottica "client oriented".

**PR4**

Non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti le informazioni su prodotti e servizi

Nel 2011 la Banca non ha ricevuto sanzioni per la violazione della normativa in materia di trasparenza di prodotti e servizi bancari.

In relazione a procedimenti sanzionatori avviati negli anni passati:

- La Corte d'Appello di Roma ha confermato le sanzioni amministrative di 64.555 euro e 15.000 euro a carico del Direttore Generale per violazioni rilevate nel 2008.
- Banca d'Italia ha archiviato il procedimento sanzionatorio avviato nel 2010.

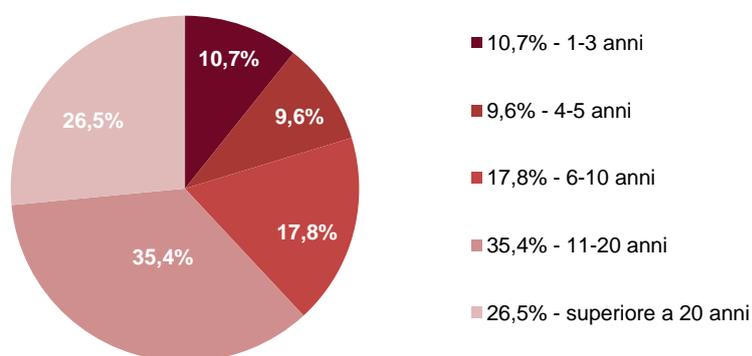
**PR5**

Pratiche relative alla customer satisfaction inclusi risultati delle indagini volte alla sua misurazione

I parametri che vengono monitorati per valutare i livelli di soddisfazione dei clienti comprendono: la fidelizzazione, i tassi di acquisition e retention, la customer satisfaction e le dinamiche dei reclami.

**FIDELIZZAZIONE**

Ripartizione della clientela per durata del rapporto al 31.12.2011

**ACQUISITION E RETENTION**

ACQUISITION E RETENTION (%)	2011	2010	2009
Retention	95,8	95,3	94,1
Acquisition	5,0	5,7	5,8

**CUSTOMER SATISFACTION**

Vengono svolte indagini annuali di Customer Satisfaction per misurare:

- La qualità dei prodotti e dei servizi come percepita dai clienti (Customer Perception Index - CPI). Il CPI viene elaborato in base ai dati raccolti mediante survey telefoniche, per i clienti retail e private, e tramite questionari per i clienti corporate. In particolare, nel 2011 sono stati interessati circa 41.000 clienti retail delle banche commerciali.
- La soddisfazione degli addetti della Rete rispetto alle condizioni di lavoro e agli strumenti disponibili per servire i clienti (Employee Perception Index – EPI). L'EPI viene determinato tramite survey interne alle quali nel 2011 hanno partecipato 7.200 dipendenti.

CUSTOMER SATISFACTION - CLIENTI RETAIL	2011	2010	2009
<b>Customer Perception Index (CPI)</b>			
Banca Monte dei Paschi di Siena	78,6	80,6	75,0
Banca Antonveneta	78,7	78,1	-
BiverBanca	77,8	81,2	-
<b>Employee Perception Index (EPI)</b>			
Banca Monte dei Paschi di Siena	68,9	69,2	65,2
Banca Antonveneta	73,3	71,9	-

I dati sono espressi in una scala variabile tra 20 e 100.

Nel 2011 le analisi della qualità del servizio erogato ai clienti sono state ulteriormente sviluppate attraverso l'attivazione di uno specifico modello di misurazione denominato "Tableau de Bord della Qualità", composto da circa 40 indicatori di base.

### RECLAMI

I reclami sono gestiti con sensibilità anche nell'ambito degli accordi con le associazioni dei consumatori. Essi costituiscono infatti opportunità di miglioramento, per superare conflittualità e recuperare fiducia e soddisfazione dei clienti (  [Codice Etico](#)).

È stata definita una specifica policy nella quale sono indicati le modalità, le condizioni e le tempistiche per la presentazione e la trattazione dei reclami nonché i modi a disposizione del cliente per rivolgersi ai sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie (Arbitro Bancario Finanziario, Camera di Conciliazione e Arbitrato presso la Consob, Ombudsman, ecc.). Tale Policy viene consegnata, su richiesta del cliente, all'apertura di un nuovo rapporto ed è disponibile nel sito internet  [www.mps.it/Reclami/](http://www.mps.it/Reclami/).

Nel 2011 sono pervenuti 10.176 reclami (-12% rispetto all'anno precedente). Il tempo medio di risposta ai reclami è stato di 24 giorni.

37 clienti hanno ricorso all'Ombudsman e 181 all'Arbitro Bancario Finanziario.

RECLAMI	2011	2010	2009
Attività bancaria	7.072	8.280	7.925
Prodotti di investimento	3.104	3.306	3.851
<b>Totale</b>	<b>10.176</b>	<b>11.586</b>	<b>11.776</b>
<b>Reclami totali ogni mille clienti</b>	<b>1,8</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>

*I dati non comprendono i casi di clonazione di carte di credito/debito, in quanto il fenomeno non è imputabile alle procedure delle banche.*

## **MARKETING E COMUNICAZIONE**

### **PR6**

Conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing e pubblicità

La pubblicità viene predisposta a livello accentrato dalla Funzione Comunicazione della Capogruppo Bancaria che, ove necessario, si raccorda con le Funzioni Legale e Compliance per garantire il costante rispetto delle leggi applicabili. Ogni prodotto pubblicitario (materiali e comunicazioni di marketing diretti al cliente, comunicazioni di servizio, ecc.) viene verificato in termini di coerenza di comunicazione e di compliance con la legislazione vigente (Codice Civile, Testo Unico Bancario, Testo Unico Finanziario, normativa Isvap) o con codici a carattere volontario (  [Codice di autodisciplina](#) pubblicitaria promosso dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria).

Verifiche di appropriatezza e di conformità delle comunicazioni ai clienti ed al mercato sono effettuate dalla Funzione Comunicazione della Capogruppo Bancaria anche nei casi in cui le banche del Gruppo operano da intermediario di prodotti realizzati da società terze.

### **PR7**

Casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riferiti all'attività di marketing e pubblicità

Nel 2011 non ci sono stati rilievi da parte dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, né sanzioni o avvertimenti da parte dell'Autorità Garante per la Concorrenza e del Mercato per pubblicità ingannevole o comparativa.

## TUTELA DELLA PRIVACY

**PR8**  
Reclami per violazioni  
della privacy

---

Le informazioni riguardanti i clienti ed altri soggetti, quali dipendenti, fornitori, amministratori, azionisti, sono trattate con riservatezza e nel rispetto della normativa in materia di tutela della privacy. Inoltre, azioni di marketing ed informazioni pubblicitarie sono indirizzate solo ai clienti che ne abbiano dato il consenso ([↗](#) [Codice Etico](#)).

Nel 2011 sono state fatte 58 richieste da parte dei clienti per accedere ai dati personali e vi è stata una ispezione da parte dell'Autorità Garante della Privacy. Non sono state contestate irregolarità in merito al trattamento dei dati.

Non sono inoltre emersi casi di fallimento del sistema di gestione delle informazioni che abbiano condotto a furti o perdite di dati.

## CONFORMITÀ

**PR9**  
Sanzioni per non  
conformità a leggi o  
regolamenti  
riguardanti la vendita  
di prodotti e servizi

---

Nel 2011 sono stati risolti oltre 10 mila reclami, con un esborso complessivo di circa 13 milioni di euro.

Altri oneri sono riconducibili alle cause con i clienti per la vendita di prodotti e servizi in cui le società del Gruppo sono risultate soccombenti per circa 13 milioni di euro complessivi.

Si veda anche il [↗](#) [Bilancio Consolidato al 31.12.2011 \(fondi per rischi ed oneri, voce 120 della Nota Integrativa\)](#).



## **CONTATTI**

Banca Monte dei Paschi di Siena

Servizio Pianificazione Operativa di Gruppo e Reporting Direzionale

Piazza Salimbeni, 3 – 53100 Siena

Tel. (+39) 0577 - 299654/6

[csr@banca.mps.it](mailto:csr@banca.mps.it)

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



**MONTE  
DEI PASCHI  
DI SIENA**  
BANCA DAL 1472

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

*Rocca Salimbeni, Siena,  
scala interna della Direzione  
Generale della Banca  
realizzata su disegno  
dell'Architetto Pierluigi Spadolini*