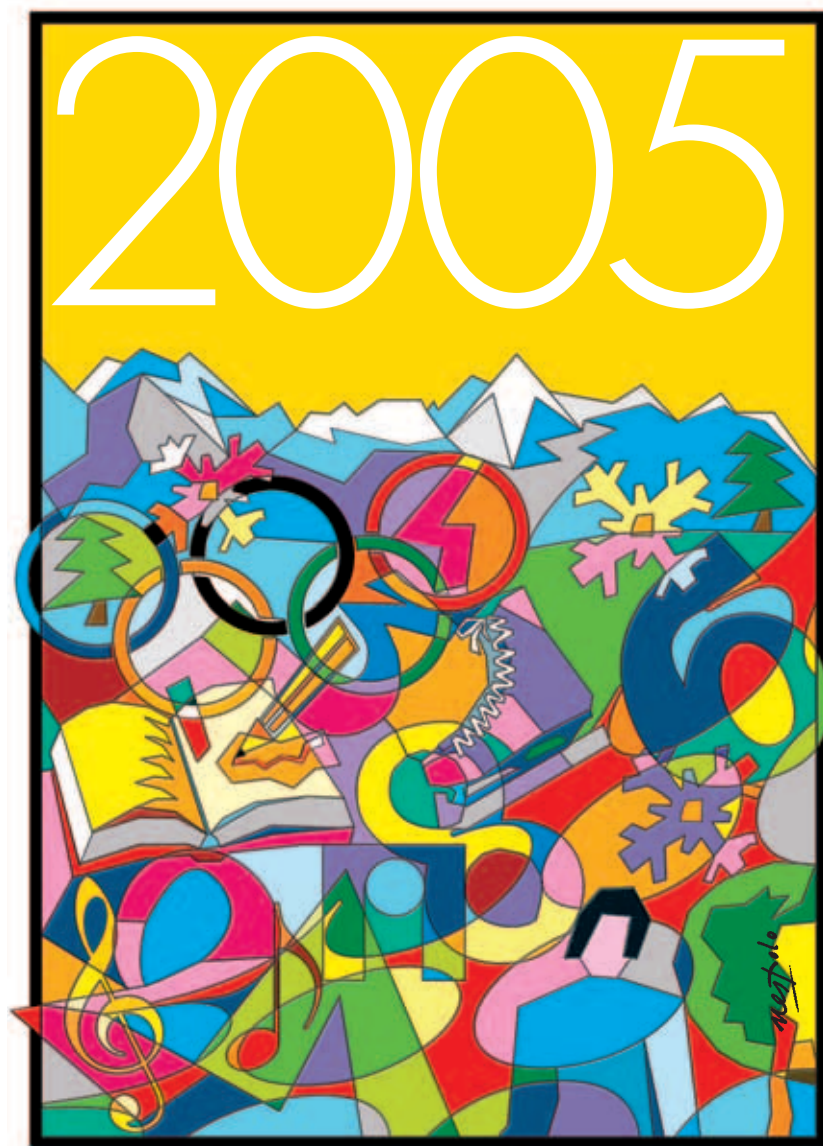


S A N P A O L O I M I



B I L A N C I O S O C I A L E  
REDATTO SECONDO I PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI IAS/IFRS

GRUPPO SANPAOLO IMI





# Bilancio Sociale 2005

---

## SANPAOLO IMI

---

SEDE SOCIALE IN TORINO, PIAZZA SAN CARLO 156

SEDI SECONDARIE:

- ROMA, VIALE DELL'ARTE 25

- BOLOGNA, VIA FARINI 22

REGISTRO DELLE IMPRESE DI TORINO N. 06210280019

CAPITALE SOCIALE EURO 5.239.223.740,80 INTERAMENTE VERSATO

---

CAPOGRUPPO DEL GRUPPO BANCARIO SANPAOLO IMI  
ADERENTE AL FONDO INTERBANCARIO DI TUTELA DEI DEPOSITI

---



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

*\* Membri del Comitato Esecutivo*

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

<b>Comitato Etico</b>	Anthony Orsatelli	<i>Presidente</i>
	Virgilio Marrone	<i>Componente</i>
	Leone Sibani	<i>Componente</i>

<b>Direttore Generale</b>	Pietro Modiano
---------------------------	----------------

<b>Società di revisione</b>	PricewaterhouseCoopers S.p.A.
-----------------------------	-------------------------------





# Indice

Lettera agli stakeholder	8
Introduzione e nota metodologica	10
<b>1. IDENTITÀ E GOVERNANCE</b>	<b>12</b>
Mission e valori	14
Profilo del Gruppo	16
Orientamento strategico	22
Il governo dell'impresa	23
Gli strumenti di gestione della governance	28
Il governo della responsabilità sociale	31
Mapa degli stakeholder	35



<b>2. LA RELAZIONE SOCIALE</b>	<b>36</b>
I clienti	38
Le persone	62
Gli azionisti	80
La collettività	86
I fornitori	96
<b>3. LA RELAZIONE AMBIENTALE</b>	<b>98</b>
<b>4. LA RELAZIONE ECONOMICA</b>	<b>110</b>
<b>5. OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO</b>	<b>118</b>
<b>6. ATTESTAZIONE DI CONFORMITÀ DA PARTE DI PRICEWATERHOUSECOOPERS</b>	<b>122</b>
<b>7. ALLEGATI</b>	<b>124</b>
Valutazioni esterne	126
Prospetto degli indicatori e dei contenuti	129
Glossario	131



## Lettera agli stakeholder

Negli ultimi anni il Gruppo Sanpaolo IMI ha vissuto una profonda trasformazione che l'ha portato ad essere una delle realtà bancarie ed assicurative italiane più presenti su tutto il territorio nazionale, e con una spiccata vocazione europea. Nel realizzare questo percorso abbiamo lavorato per mantenere e rafforzare i nostri valori di eccellenza ed il legame con i territori - che sono frutto di una storia e di una tradizione secolare - e per integrarli con l'arrivo di tanti giovani, con le nuove tecnologie, con la specializzazione delle nostre azioni per poter essere sempre più vicini ai nostri clienti e rispondere meglio ai loro bisogni e alle loro aspettative. Abbiamo dunque agito con la convinzione che si possa creare valore sostenibile nel tempo solo se la conduzione dell'impresa segue tre solide direttrici - quella economico-finanziaria, quella sociale e quella ambientale - e se è cementata da una sana e trasparente corporate governance.

Il Bilancio Sociale di Sanpaolo IMI, giunto alla sua quarta edizione, costituisce un utile strumento per seguire il percorso che abbiamo compiuto e per rendere conto con trasparenza e tempestività delle azioni poste in essere e dei risultati conseguiti su questi tre fronti: dalle azioni volte a rafforzare la relazione di fiducia con la clientela, a quelle rivolte all'interno per valorizzare e favorire la crescita e la motivazione delle persone che lavorano con noi, ai piani economico-finanziari per migliorare la performance, all'attenzione verso l'ambiente e le generazioni future. Con il Bilancio Sociale intendiamo anche affermare il nostro impegno continuo a promuovere lo sviluppo sostenibile, che già ci vede sostenere importanti programmi internazionali (il Global Compact e l'Environment Program dell'ONU) e che ci ha visti recentemente aderire agli Equator Principles ed ottenere la certificazione ambientale, nella convinzione che sia importante lavorare per migliorare costantemente i processi e disporre di sistemi di gestione e di controllo sempre più efficaci.

I risultati sul piano economico e finanziario conseguiti nel 2005 sono importanti non solo perché sono indice del nostro orientamento costante alla creazione di valore ma anche perché costituiscono il segnale tangibile ed evidente della fiducia che ci è stata accordata dai nostri clienti e perché sono il risultato dell'impegno e della professionalità delle persone che lavorano per il Gruppo.

Oggi ci attendono nuove ed importanti sfide.

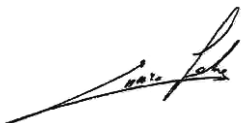
Nel 2005 abbiamo varato un nuovo Piano triennale, che ha fissato obiettivi ambiziosi e che si presenta come un piano innovativo perché ha visto un ampio coinvolgimento delle persone e dei diversi territori, che rappresenta per noi la migliore garanzia per il suo raggiungimento.

Coniugando la cittadinanza d'impresa agli obiettivi finanziari di lungo periodo, il Piano contiene un importante impegno alla creazione di valore esteso a tutti i nostri stakeholder e conferma dunque l'importanza che riveste per noi la responsabilità sociale di impresa, che è parte integrante e non accessoria della nostra strategia.

Sanpaolo IMI si impegna ad essere una banca competitiva sul piano internazionale, in grado di creare valore stabile nel tempo - assicurando una remunerazione adeguata agli azionisti - ed un attore responsabile verso i territori in cui opera, con i prodotti e i servizi migliori per i propri clienti.

Dunque un'azienda forte e solida, capace di offrire alle quasi 48mila persone che lavorano con il Gruppo, ed in particolare ai giovani, salde ed importanti prospettive professionali per il futuro. A loro va il nostro più sentito ringraziamento perché al loro impegno costante e alla loro passione va attribuito il merito dei risultati che abbiamo conseguito e perché siamo certi che proprio loro siano la nostra carta vincente.

Consci del rilevante ruolo che la Banca può rivestire per la società ed il Paese, siamo determinati ad assolverlo in pieno. Non possiamo sottovalutare il lavoro che ancora resta da fare ma faremo fronte all'impegno che è alla base di questo Bilancio Sociale.



Enrico Salza  
Presidente



Alfonso Iozzo  
Amministratore Delegato



Enrico Salza



Alfonso Iozzo

## Introduzione e nota metodologica

Sanpaolo IMI presenta il suo quarto Bilancio Sociale, il terzo di Gruppo, con lo scopo di comunicare il proprio profilo di responsabilità sociale e di rendere conto agli stakeholder della capacità di operare in coerenza con i propri valori e con l'ideale di sviluppo sostenibile. Si rendicontano dunque, in questo documento, la dimensione sociale ed ambientale della gestione d'impresa accanto ai tradizionali risultati economici. Oltre ad essere un utile mezzo di comunicazione, il Bilancio Sociale di Sanpaolo IMI diventa sempre più strumento di gestione volto ad aumentare la soddisfazione di un numero crescente di interlocutori del Gruppo - puntando a tradurre in progettualità le loro aspettative - ed a monitorare i progressi ottenuti.

I contenuti del documento sono stati raccolti ed elaborati da un gruppo di lavoro composto da rappresentanti delle diverse aree funzionali e società del Gruppo, coordinato dall'Unità Iniziative e Responsabilità Sociali. La fonte dei dati è costituita dai sistemi informativi utilizzati nella gestione ordinaria e nella contabilità delle attività aziendali. Il Bilancio Sociale 2005 è stato sottoposto al parere del Comitato Etico ed approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 23 marzo 2006.

La predisposizione del Bilancio Sociale fa riferimento ai "Principi di redazione del Bilancio Sociale" emanati dal GBS (Gruppo Bilancio Sociale), al "Modello di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito" dell'ABI e, in particolare, alle Sustainability Reporting Guidelines del GRI (Global Reporting Initiative) nella nuova edizione ancora non definitiva G3, che costituiscono il principale riferimento internazionale in materia di triple bottom line reporting.

Tutti i dati si riferiscono, ove non diversamente specificato, al perimetro di Gruppo e all'esercizio 2005. Ove possibile, sono raffrontati con quelli dei due precedenti esercizi.

Il Bilancio Sociale 2005 è stato sottoposto all'esame della società di revisione PricewaterhouseCoopers, per la prima volta in base ai principi ed alle indicazioni contenuti nell'International Standard on Assurance Engagement 3000 (ISAE3000). Tale analisi permette di verificare non solo la corrispondenza di dati e informazioni riportati nel bilancio rispetto a quanto realmente avvenuto, ma anche che il documento sia

redatto conformemente a quanto indicato nei principi di redazione di riferimento e rifletta i risultati di una gestione permeata da scelte di responsabilità sociale.

Il documento è articolato nelle seguenti sezioni:

- **Identità e governance:** ha lo scopo di presentare l'identità del Gruppo Sanpaolo IMI - mission e valori - ed il suo profilo. Un'attenzione particolare è dedicata agli aspetti di corporate governance e al governo della responsabilità sociale dell'impresa. Per la prima volta vengono presentati insieme i diversi strumenti di gestione della governance (le policy interne ed i sistemi di gestione certificati da enti esterni accreditati). Vengono inoltre identificati gli stakeholder rilevanti.
- **La relazione sociale:** è dedicata agli interlocutori con cui il Gruppo si relaziona. Ogni sezione esamina, per ciascuno stakeholder, le politiche, le attività svolte e i risultati raggiunti rispetto agli obiettivi fissati nel Bilancio Sociale 2004. All'interno della relazione sono presenti appositi riquadri dedicati ad alcune Società specializzate del Gruppo.
- **La relazione ambientale:** presenta la performance ambientale del Gruppo sia per gli aspetti ambientali diretti sia per quelli indiretti.
- **La relazione economica:** presenta la performance economica del Gruppo e la ripartizione del valore aggiunto fra i diversi stakeholder secondo le linee guida del modello ABI.
- **Obiettivi di miglioramento:** vengono definiti gli impegni prospettici verso gli stakeholder in un'ottica pluriennale.
- **Attestazione di conformità da parte di PricewaterhouseCoopers.**
- **In allegato, le Valutazioni Esterne, il Prospetto degli indicatori e dei contenuti:** prospetto di sintesi degli indicatori e delle informazioni fornite (fra quelle identificate dalle linee guida di riferimento GRI, GBS ed ABI), con l'indicazione della loro collocazione all'interno del documento; ed il Glossario.

## Principi di redazione secondo la Global Reporting Initiative (Draft G3)

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

### Inclusività

Nel corso dell'anno è stato svolto un approfondimento per meglio identificare l'articolazione dei diversi interlocutori all'interno di ciascuna macrocategoria di stakeholder, rappresentato in una mappa degli stakeholder. Nel corso dell'anno sono stati coinvolti alcuni stakeholder al fine di individuare le loro aspettative in termini di informazione e di determinare gli ambiti di miglioramento del documento.

### Rilevanza e materialità

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

### Contesto di sostenibilità

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

### Completezza

I dati riportati nel documento fanno riferimento all'aggregato delle Società del Gruppo, dove non diversamente indicato. Le informazioni inserite sono coerenti con il periodo temporale di riferimento (esercizio 1/1/2005 – 31/12/2005). Qualora vi siano stati sviluppi importanti nei primi mesi del 2006 se n'è dato conto.

### Equilibrio/neutralità

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

### Comparabilità

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

### Accuratezza

La maggior parte dei dati deriva da rilevazioni dirette, salvo alcune stime (segnalate in nota) formulate per alcuni dati ambientali. La relazione economica è stata redatta secondo i nuovi principi IAS.

### Tempestività

La tempistica è allineata con quella del Bilancio d'esercizio. Entrambi i documenti vengono sottoposti al Consiglio di Amministrazione a marzo e presentati all'Assemblea degli Azionisti di fine aprile.

### Chiarezza

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

### Verificabilità

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





# Identità e Governance





La mission di Sanpaolo IMI è quella di esercitare l'attività finanziaria e creditizia attraverso servizi di eccellenza rivolti alla gestione prudente delle risorse delle famiglie e all'impegno per lo sviluppo sostenibile del sistema imprenditoriale, anche ai fini di contribuire alla complessiva crescita economica del Paese. L'obiettivo della creazione di valore per gli azionisti viene perseguito nell'ottica della sua sostenibilità nel tempo e nel contesto di un'attenzione costante e responsabile alle esigenze di tutti i diversi interlocutori dell'azienda.

# Mission



## Creazione di valore

L'idea di valore che perseguiamo integra le dimensioni dello sviluppo sostenibile, cioè:

- la creazione di ricchezza economica;
- la promozione della coesione sociale;
- la tutela dell'ambiente e delle risorse naturali.

## Orientamento al cliente

Poniamo il cliente al centro dei nostri obiettivi di miglioramento continuo. Intendiamo fare in modo che ogni singolo cliente sia servito, in modo flessibile ed innovativo, al meglio delle nostre capacità, adottando lo stesso spirito di servizio anche verso il cliente interno.



## Integrità

Orientiamo le azioni e i comportamenti di tutti coloro che agiscono per conto del Gruppo verso criteri di integrità e rettitudine, nel pieno e sostanziale rispetto delle norme dell'ordinamento giuridico e del sistema finanziario e creditizio e dello spirito degli accordi sottoscritti con le nostre controparti.

## Tensione verso l'eccellenza

Vogliamo offrire servizi di alta qualità, ponendoci costantemente l'obiettivo di migliorare, di guardare lontano, di anticipare le sfide e di coltivare l'innovazione e la creatività.

## Crescita nel rispetto delle specificità

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

## Responsabilità nell'utilizzo delle risorse

Miriamo ad un uso attento delle risorse promuovendo comportamenti alieni all'ostentazione e allo spreco.

## Il profilo del Gruppo

Il Gruppo Sanpaolo IMI è una delle principali realtà bancarie ed assicurative italiane.

Può contare su circa 44.000 dipendenti e oltre 4.000 promotori finanziari al servizio di circa 7 milioni di clienti e su una rete di quasi 3.200 filiali diffuse su tutto il territorio nazionale, valorizzate da marchi locali fortemente radicati. Opera in 33 Paesi nel mondo attraverso filiali e uffici di rappresentanza. Grazie alla realizzazione del progetto del Polo di

Risparmio e Previdenza, il Gruppo si pone quale attore di dimensione europea e leader sul mercato italiano nella gestione professionale del risparmio e nelle attività assicurative.

A livello nazionale Sanpaolo IMI si posiziona ai primi posti per numero di filiali, raccolta diretta e impieghi. È la prima società di gestione del risparmio e la seconda in termini di masse gestite nel mercato assicurativo.

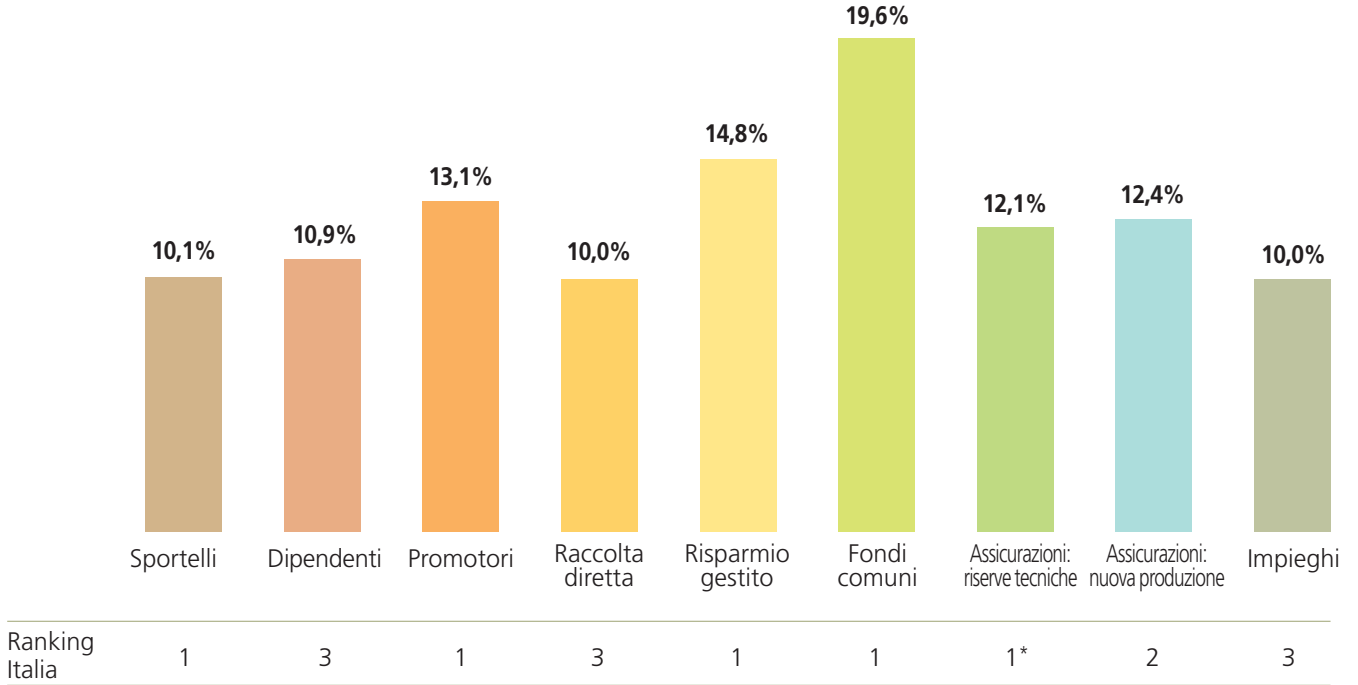
Clienti	7 milioni
Personale	43.666
Promotori finanziari	4.151
Filiali in Italia	3.172
Filiali estere e uffici di rappresentanza	136
Utile netto	1.983 milioni di euro
Tier 1 ratio	7,2 %
Capitalizzazione	24,7 miliardi di euro
Impieghi a clientela	138 miliardi di euro
Attività finanziarie della clientela	402 miliardi di euro
Raccolta diretta	165 miliardi di euro
Risparmio gestito	158 miliardi di euro
Riserve tecniche	46 miliardi di euro
Fondi comuni	106 miliardi di euro

*Può contare su circa 44.000 dipendenti e oltre 4.000 promotori finanziari al servizio di circa 7 milioni di clienti e su una rete di quasi 3.200 filiali diffuse su tutto il territorio nazionale, valorizzate da marchi locali fortemente radicati. Opera in 33 Paesi nel mondo attraverso filiali e uffici di rappresentanza*



Paolo Arcagni

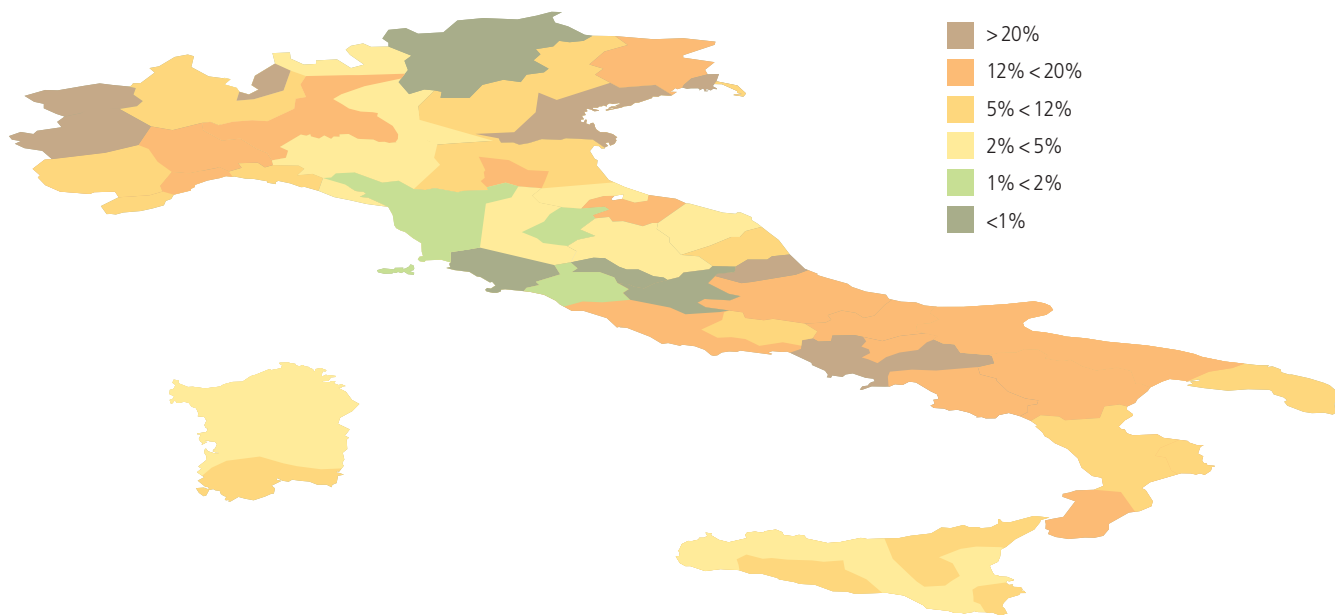
QUOTE DI MERCATO OPERATIVITÀ ITALIA



\* Con riferimento ai Gruppi bancari.

## La presenza geografica

### QUOTE DI MERCATO FILIALI PER PROVINCIA



#### SANPAOLO

Sanpaolo mette al servizio dei clienti circa 21.000 dipendenti e oltre 1.400 filiali su tutto il territorio nazionale, con una particolare concentrazione nelle zone di radicamento storico della Banca: Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta. È anche fortissima la presenza in Lombardia, in Sicilia e nella Capitale.

#### SANPAOLO BANCO DI NAPOLI

I 5.750 dipendenti di Sanpaolo Banco di Napoli – la più grande banca del Mezzogiorno – sono a disposizione della clientela in 687 filiali, presenti in modo capillare in Campania, Puglia, Calabria e Basilicata.

#### CASSA DI RISPARMIO DI PADOVA E ROVIGO

La Cassa, che conta oltre 3.000 dipendenti, rappresenta un'importante realtà economica per tutto il Veneto e comprende 322 filiali, presenti in prevalenza nelle province di Padova, Rovigo, Treviso, Venezia, Vicenza e Belluno.

#### CARISBO

La Cassa di Risparmio in Bologna ha circa 2.000 dipendenti, con una struttura distributiva di 200 filiali, dislocate prevalentemente in Emilia Romagna, con particolare concentrazione su Bologna e provincia.

#### CASSA DI RISPARMIO DI VENEZIA

La rete commerciale della Cassa di Risparmio di Venezia comprende 144 filiali, servite da circa 1.400 dipendenti, con una presenza particolarmente capillare a Venezia.

#### BANCA POPOLARE DELL'ADRIATICO

Le 141 filiali della Banca Popolare dell'Adriatico – che conta più di 1.100 dipendenti – sono diffuse nelle regioni della dorsale adriatica: Marche, Abruzzo e Molise. A inizio 2006 è stata approvata la fusione della Banca in Sanpaolo IMI e il successivo scorporo in una nuova banca denominata Sanpaolo Banca dell'Adriatico.

#### FRIULCASSA CASSA DI RISPARMIO REGIONALE

Friulcassa – Cassa di Risparmio Regionale – nasce a fine 2003 dalla fusione della Cassa di Risparmio di Udine e Pordenone e della Cassa di Risparmio di Gorizia. Le 140 filiali e gli oltre 1.100 dipendenti sono presenti in tutto il Friuli Venezia Giulia.

## LA PRESENZA INTERNAZIONALE

### FILIALI

UFFICI DI RAPPRESENTANZA



### BANCHE CONTROLLATE

Banka Koper (Slovenia)  
Inter-Europa Bank (Ungheria)  
Sanpaolo IMI Bank Ireland (Dublino)

Sanpaolo Bank, Lussemburgo  
Sanpaolo IMI Bank Romania  
Sanpaolo Bank Suisse (Ginevra)



## L'evoluzione storica

### Dalle origini agli anni '90

#### 1563

Viene fondata a Torino la Compagnia della Fede Cattolica sotto l'invocazione di San Paolo, che diventa Monte di Pietà esercitando l'attività di prestito gratuito su pegno a favore dei poveri per sottrarli al ricorso dell'usura.

#### Secoli XVIII e XIX

Si accentua il carattere creditizio del Monte, che nell'800 diventa una vera e propria banca, abilitata ad applicare interessi.

#### 1928

La Banca assume la denominazione di Istituto di San Paolo di Torino – Beneficenza e Credito.

#### 1931

Per sostenere la ricostruzione del sistema industriale nazionale viene costituito l'Istituto Mobiliare Italiano (IMI), istituto di credito di diritto pubblico.

#### 1932

Il San Paolo diventa Istituto di credito di diritto pubblico.

#### Anni '50-'90

Negli anni '60 la Banca espande la propria rete a livello nazionale. Nel decennio successivo avvia un modello di espansione territoriale che vede l'acquisto di banche locali nazionali e straniere. Alla crescita dimensionale si accompagna lo sviluppo della gamma dei prodotti e dei servizi offerti ai clienti.

### La storia recente

#### 1992 - 1997

Nel 1992 la Banca è trasformata in SpA e completa il processo di privatizzazione nel 1997.

#### 1998

Fusione con l'IMI con conseguente assunzione della denominazione Sanpaolo IMI: il Gruppo multifunzionale che ne scaturisce opera nei vari settori di attività attraverso società dedicate o unità di business.

#### 2000

Sanpaolo IMI acquisisce il Banco di Napoli (che trae origine nel lontano 1539 come pia istituzione improntata a spirito di carità verso i bisognosi) e realizza alleanze strategiche con importanti realtà creditizie italiane e straniere.

#### 2001 - 2002

Viene avviata l'integrazione con il Gruppo Cardine, nato dall'unione dei Gruppi Casse Venete e Casse Emiliano Romagnole e composto da sette banche

(Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, Cassa di Risparmio in Bologna, Cassa di Risparmio di Venezia, Cassa di Risparmio di Udine e Pordenone, Cassa di Risparmio di Gorizia, Banca Popolare dell'Adriatico e Banca Agricola di Cerea) operanti nel Nord Est dell'Italia e sulla dorsale adriatica.

#### 2003

Vengono avviati i passi necessari per realizzare l'integrazione del Banco di Napoli e delle Banche del Gruppo Cardine. Per agevolare il processo di integrazione di queste ultime vengono aggregate società operanti nel medesimo territorio: la Banca Agricola di Cerea viene assorbita dalla Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, mentre la Cassa di Risparmio di Udine e Pordenone e la Cassa di Risparmio di Gorizia si fondono dando vita a Friulcassa.

Nel luglio 2003 viene perfezionato lo scorporo che dà origine al Sanpaolo Banco di Napoli, la maggiore banca del Sud Italia.

#### 2004

Si completa l'integrazione di tutte le Banche commerciali del Gruppo, che adottano il medesimo modello organizzativo e commerciale e la stessa piattaforma informatica.

#### 2005

Si avvia il progetto per il nuovo polo assicurativo e ad ottobre viene presentato il Piano strategico per il triennio 2006-2008.

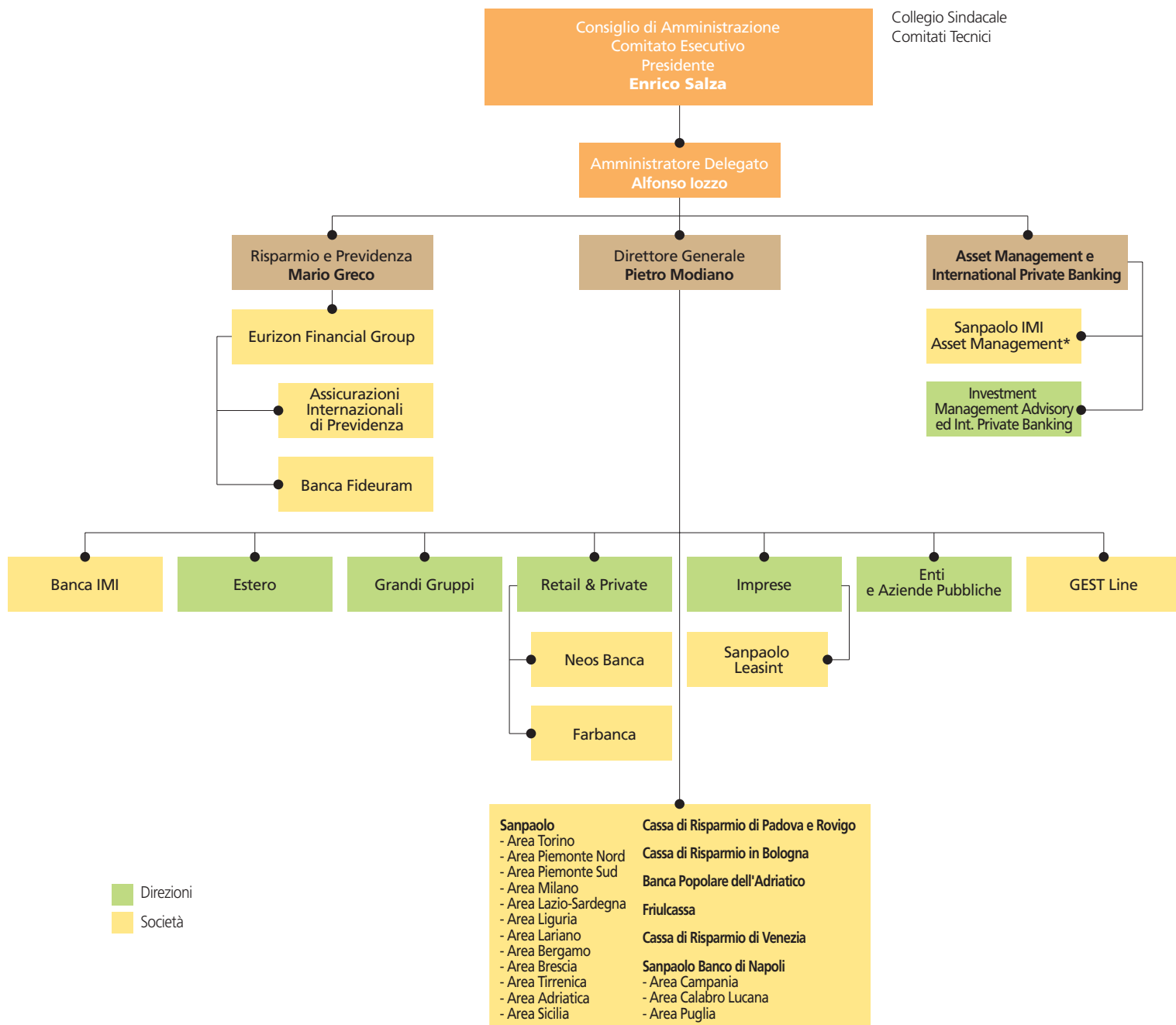
#### 2006

A gennaio viene approvata la seconda fase del progetto di sviluppo del Polo Risparmio e Previdenza che prevede il confluire anche dell'Asset Management nella società Eurizon Financial Group cui fanno già capo la compagnia assicurativa AIP e Banca Fideuram.



Fabio Grosso

## L'assetto organizzativo



\* In data 24 gennaio 2006 il Consiglio di Amministrazione di Sanpaolo IMI ha deciso la concentrazione dell'Asset Management di Gruppo in Eurizon. Tale operazione è soggetta all'autorizzazione delle Autorità di Vigilanza competenti. Aggiornamento al 31/03/2006

## Orientamento strategico

Il nuovo Piano industriale per il triennio 2006-2008 del Gruppo Sanpaolo IMI, presentato ad ottobre 2005, pone obiettivi ambiziosi, in particolare il raddoppio dell'utile rispetto alla fine del 2004. La realizzazione del percorso di crescita indicato dal Piano punta a consentire al Gruppo Sanpaolo IMI di esprimere il proprio potenziale e conquistare la leadership sul mercato nazionale in termini di crescita sostenibile, ricavi e redditività.

*Il Piano conferma il modello di banca nazionale dei territori ribadendo l'importanza di valorizzare il radicamento territoriale ed i marchi locali ed integrandola con una forte competenza e specializzazione per segmento di clientela e per prodotti*



Luciano Pavesio

### OBIETTIVI AL 2008

Utile ordinario	4,1 miliardi di euro
Utile netto	2,5 miliardi di euro
ROE	18%
Cost/income	52%

Il Piano conferma, per quanto concerne l'attività bancaria, il modello di banca nazionale dei territori ribadendo l'importanza di valorizzare il radicamento territoriale ed i marchi locali ed integrandola con una forte competenza e specializzazione per segmento di clientela e per prodotti. Esso prevede, all'indomani del completamento del processo di integrazione, il pieno dispiegamento della forza competitiva del Gruppo nel corso del triennio, ponendo l'enfasi sulla centralità della relazione con i clienti e con le comunità locali. Si definisce dunque un'organizzazione snella e decentrata, la cui strategia di crescita è legata a due leve fondamentali: l'incremento dei ricavi legato alla convergenza di tutte le unità operative verso i livelli di best practice del Gruppo ed iniziative volte ad accrescere l'efficacia commerciale e la produttività. L'importanza del decentramento e del radicamento territoriale si è anche chiaramente evidenziata nella modalità con cui il Piano è stato realizzato. Il nuovo Piano strategico, frutto di un processo innovativo, rappresenta infatti l'integrazione e la sinergia dei 20 piani triennali elaborati dalle altrettante aree territoriali, corrispondenti alle aree geografiche e alle Banche che compongono la struttura. Nel 2005 e nei primi mesi del 2006 è inoltre proseguito il progetto per la creazione del Polo Risparmio e Previdenza del Gruppo, secondo pilastro a fianco di quello bancario, finalizzato a massimizzare l'efficienza e l'innovazione di prodotto in un settore aperto alla concorrenza internazionale ed a consolidare la distinzione tra le fabbriche prodotto e le reti distributive bancarie. In quest'ottica sono state concentrate sotto la nuova società Eurizon Financial Group la compagnia assicurativa AIP, Banca Fideuram e, ad inizio 2006, è stata deliberata la concentrazione anche di Sanpaolo IMI Asset Management.

## Il governo dell'impresa

Il modello di governo societario di Sanpaolo IMI ha come obiettivo quello di garantire adeguate ripartizioni di responsabilità e poteri, con un corretto equilibrio tra le funzioni di gestione e di controllo. È improntato alla massima trasparenza ed accoglie le indicazioni del Codice di Autodisciplina delle Società Quotate della Borsa Italiana e le prescrizioni della normativa statunitense. La società è infatti

registrata presso la U.S. Security and Exchange Commission (SEC) ed emette strumenti finanziari quotati presso il New York Stock Exchange.

Il tema della corporate governance, qui trattato sinteticamente, viene approfondito nella Relazione sulla Corporate Governance (disponibile su [www.grupposanpaoloimi.com](http://www.grupposanpaoloimi.com) ed in versione cartacea su richiesta), cui si rimanda per ulteriori dettagli.

*Il modello di governo societario di Sanpaolo IMI ha come obiettivo quello di garantire adeguate ripartizioni di responsabilità e poteri, con un corretto equilibrio tra le funzioni di gestione e di controllo*

### ASSETTO PROPRIETARIO

- Lista dei principali azionisti aggiornata sul sito di Gruppo
- 35% capitale ordinario in possesso di azionisti stranieri (di cui 30% localizzato in Europa)
- Compagnia di San Paolo, Fondazione Cassa di Risparmio Padova e Rovigo e Fondazione Cassa di Risparmio Bologna detengono il 13,7% del capitale ordinario (26,8% del capitale totale)
- Patti di consultazione, in scadenza nel 2007, riguardanti il 25,4% del capitale ordinario

### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- Separazione di ruoli tra Presidente (non esecutivo) ed Amministratore Delegato (esecutivo)
- Presenza di Comitati Tecnici: Comitato Tecnico Audit, Comitato Tecnico per la Remunerazione, Comitato Etico
- Consiglieri indipendenti: 8 su 17
- Remunerazione dei consiglieri anche collegata ai risultati reddituali di Gruppo

### TRASPARENZA E AUDIT

- Tempestiva disclosure pubblica
- Adeguamento alla normativa americana: redazione del Form 20-F, presenza di un Comitato Disclosure con il compito di esprimere un parere tecnico sui controlli e sulle procedure di disclosure nonché di supervisionare la predisposizione dei principali documenti contabili - e di uno Steering Committee
- Sistema di controllo interno articolato su tre livelli: Collegio Sindacale, Comitato Tecnico Audit, Direzione Audit

### DIRITTI DEGLI AZIONISTI

- Ogni azione dà diritto ad un voto (le azioni privilegiate votano solo nelle assemblee straordinarie)
- Deposito preventivo delle azioni non richiesto
- Assenza di misure anti-takeover
- Presenza di un Codice Etico

## Struttura del Governo Aziendale

### Consiglio di Amministrazione

<b>Funzioni</b>	Assolve compiti di indirizzo strategico ed è titolare di tutti i poteri di gestione della Banca. Delibera, tra l'altro, con il vaglio del Comitato Tecnico Audit, sulle operazioni con parti correlate considerate significative.
<b>Composizione</b>	17 Amministratori, di cui 1 esecutivo e 8 indipendenti
<b>Nomina</b>	La nomina degli Amministratori avviene sulla base delle proposte degli azionisti presentate in sede assembleare. Le proposte di nomina – secondo la disciplina in materia di requisiti di onorabilità e professionalità degli amministratori di banche - implicano un'adeguata verifica da parte dei proponenti in ordine alle caratteristiche personali e professionali dei candidati alla carica in oggetto. Il Consiglio stesso, entro trenta giorni dalla nomina, verifica in ogni caso la sussistenza dei predetti requisiti, in conformità alla normativa di vigilanza emanata dalla Banca d'Italia. In Sanpaolo IMI non opera al momento un comitato per le proposte di nomina alla carica di amministratore, dato il carattere vigile e attivo degli azionisti nel partecipare alle adunanze assembleari e nel presentare adeguate candidature.
<b>N° riunioni nel 2005</b>	15, partecipazione pari al 90%
<b>Scadenza</b>	In occasione dell'approvazione del bilancio riferito all'esercizio 2006

### Comitato Esecutivo

<b>Funzioni</b>	Esercita, sulla base delle deleghe conferite dal Consiglio, i propri poteri nell'ambito delle strategie, degli indirizzi e dei piani espressi dal Consiglio di Amministrazione con l'obbligo di riferire trimestralmente al Consiglio sull'attività svolta. Esso può assumere provvedimenti urgenti, nell'interesse della Banca, riferendone poi al Consiglio alla prima adunanza.
<b>Composizione</b>	8 Amministratori, di cui 1 esecutivo e 4 indipendenti
<b>N° riunioni nel 2005</b>	19, partecipazione pari al 98%

Il Consiglio di Amministrazione è supportato nello svolgimento delle sue funzioni istituzionali da 3 Comitati Tecnici istituiti tra i suoi membri e con funzioni consultive, istruttorie e di controllo.

## Comitato Tecnico Audit

<b>Funzioni</b>	Ha il compito di analizzare le problematiche e le pratiche rilevanti, con la facoltà di richiedere analisi specifiche sui temi giudicati meritevoli di approfondimenti, aventi a riferimento la valutazione del sistema di controllo interno. Valuta l'adozione di misure correttive volte a migliorare i processi di audit, sia interni sia ad opera delle società di revisione. Svolge funzioni di Organismo di vigilanza, per l'applicazione del DLgs n. 231/2001 sulla responsabilità amministrativa delle società.
<b>Composizione</b>	3 Amministratori, tutti indipendenti
<b>N° riunioni nel 2005</b>	12

## Comitato Tecnico per la Remunerazione e gli Orientamenti sulle Politiche del Personale

<b>Funzioni</b>	Ha il compito di valutare, d'intesa con il Presidente del Collegio Sindacale, la remunerazione di Amministratori rivestiti di particolari cariche, di esaminare la struttura di remunerazione degli Amministratori, di approfondire temi relativi alle politiche retributive del top management e all'approvazione e modifica della normativa generale sui rapporti di lavoro.
<b>Composizione</b>	3 Amministratori, di cui 1 indipendente
<b>N° riunioni nel 2005</b>	6

## Comitato Etico

<b>Funzioni</b>	Ha il compito di approfondire e valutare i principi da sottoporre al Consiglio di Amministrazione per l'identificazione di una corporate policy di carattere etico-ambientale, di monitorare all'interno della struttura aziendale il livello di attuazione dei principi prescelti nonché di presidiare alla redazione del Bilancio Sociale e alle linee guida per la comunicazione all'esterno della policy aziendale in tale settore.
<b>Composizione</b>	3 Amministratori
<b>N° riunioni nel 2005</b>	3



Quadro sinottico delle cariche e dei requisiti degli Amministratori nonché della loro appartenenza ai Comitati.

### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE\*

	Carica	Non esecutivo	Indipendente	Comitato Esecutivo	Comitato Tecnico Audit	Comitato Tecnico Remunerazione e Orientamenti sulle Politiche del Personale	Comitato Etico
<b>Enrico Salza</b>	Presidente	●	●	●			
<b>Maurizio Barracco</b>	Consigliere	●	●		●		
<b>Pio Bussolotto</b>	Consigliere	●		●			
<b>Giuseppe Fontana</b>	Consigliere	●	●		●		
<b>Ettore Gotti Tedeschi</b>	Consigliere	●		●			
<b>Alfonso Iozzo</b>	Amministratore Delegato			●			
<b>Virgilio Marrone</b>	Consigliere	●					●
<b>Iti Mihalich</b>	Consigliere	●				●	
<b>Anthony Orsatelli</b>	Consigliere	●					●
<b>Emilio Ottolenghi</b>	Consigliere	●	●	●			
<b>Orazio Rossi</b>	Vice Presidente	●	●	●			
<b>Gian Guido Sacchi Morsiani</b>	Consigliere	●	●	●			
<b>Alfredo Saenz Abad</b>	Consigliere	●				●	
<b>Mario Sarcinelli</b>	Consigliere	●	●		●		
<b>Leone Sibani</b>	Consigliere	●					●
<b>Alberto Tazzetti</b>	Consigliere	●	●			●	
<b>Josè Manuel Varela</b>	Consigliere	●		●			

\* Brevi note biografiche sono presenti sul sito di Gruppo ([www.grupposanpaoloimi.com](http://www.grupposanpaoloimi.com))

**Ruolo di Presidente, Vice Presidente, Amministratore Delegato e Direttore Generale**

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione, che non è titolare di deleghe operative e dunque considerato non esecutivo, ha compiti di coordinamento dell'attività della Società e la legale rappresentanza nonché il potere di prendere - d'intesa con l'Amministratore Delegato o, in sua assenza, con il Direttore Generale - ogni provvedimento urgente nell'interesse della Società, riferendone al Consiglio di Amministrazione o al Comitato Esecutivo nella prima adunanza utile.

Anche il Vice Presidente è Amministratore non esecutivo, chiamato ad assumere i poteri del Presidente nonché la legale rappresentanza della Società, in caso di sua assenza o impedimento.

All'Amministratore Delegato fa capo il coordinamento complessivo dell'attività del Gruppo secondo gli indirizzi formulati dal Consiglio di Amministrazione. Gli competono la definizione delle attività di indirizzo strategico, di governo e di controllo della Banca e del Gruppo, sovrintendendo al processo di pianificazione di Gruppo, al monitoraggio del coerente sviluppo dei piani e dei budget ed al presidio centralizzato dei rischi. Fanno anche capo all'Amministratore Delegato le attività

del settore risparmio e previdenza (Assicurazioni Internazionali di Previdenza, Banca Fideuram e Sanpaolo IMI Asset Management) e il governo delle partecipazioni.

Al Direttore Generale - capo della struttura operativa ed esecutiva - riportano tutte le Funzioni attinenti l'attività bancaria, con le relative strutture di governo e supporto e fanno riferimento le reti bancarie operanti sul territorio domestico e internazionale nonché le società specialistiche a presidio di mercati, territori e business specifici quali enti pubblici (Banca OPI), investment banking (Banca IMI), private equity (Sanpaolo IMI Private Equity), credito al consumo (Neos Banca), leasing (Sanpaolo Leasint) ed esattorie (Gest Line).

In base alla ripartizione delle rispettive competenze, il Consiglio ha conferito all'Amministratore Delegato e al Direttore Generale poteri da esercitarsi nell'ambito delle strategie, degli indirizzi e dei piani espressi dal Consiglio stesso, con facoltà di sub-delega e con l'obbligo di riferire trimestralmente al Consiglio sull'attività svolta, sulle decisioni assunte e sulle deleghe conferite. L'Amministratore Delegato e il Direttore Generale, sulla base delle rispettive deleghe e competenze, formulano inoltre le proposte di delibera al Consiglio di Amministrazione e al Comitato Esecutivo.

**Collegio Sindacale**

<b>Funzioni</b>	È chiamato a vigilare sull'osservanza della legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza della struttura organizzativa, per gli aspetti di competenza, del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo-contabile della società nonché sull'adeguatezza delle disposizioni impartite dalla società alle proprie controllate al fine dell'adempimento degli obblighi di comunicazione e di informazione previsti dalla legge. Ha ampi poteri di ispezione e indagine interna, può convocare - nei casi previsti dalla legge - l'Assemblea degli Azionisti, il Consiglio di Amministrazione e il Comitato Esecutivo, impugnare le deliberazioni dell'Assemblea e del Consiglio e denunciare al Tribunale le irregolarità nella gestione; informa la Consob e la Banca d'Italia sulle irregolarità riscontrate nell'attività di vigilanza. Sanpaolo IMI ha ritenuto di affidare al Collegio Sindacale altresì le funzioni di audit committee previste dalla disciplina americana, che consistono soprattutto nell'attività di controllo dei processi di reporting bilancistico e finanziario nonché di revisione contabile della Banca.	
<b>Composizione</b>	Maurizio Dallochio Aureliano Benedetti Gianluca Ferrero Augusto Franchini Paolo Mazzi Carlo Pavesio Paolo Piccatti	Presidente Sindaco Effettivo Sindaco Effettivo Sindaco Effettivo Sindaco Effettivo Sindaco Supplente Sindaco Supplente
<b>Riunioni nel 2005</b>	—	12, partecipazione pari al 87%
<b>Scadenza</b>	—	In occasione dell'approvazione del Bilancio riferito all'esercizio 2007

La società di revisione, cui spetta il controllo contabile del Bilancio di esercizio e consolidato per gli esercizi 2004-2005-2006, è la PricewaterhouseCoopers.

## Gli strumenti di gestione della Governance

La gestione strategica di un'organizzazione si avvale di diversi strumenti che pur apparendo eterogenei rappresentano un sistema gestionale articolato, ma unico

e coerente nel complesso.

Con l'obiettivo di garantire trasparenza e professionalità nelle relazioni con la clientela e sicurezza e qualità nei processi di gestione di aree chiave per le attività della Banca, Sanpaolo IMI ha sviluppato nel corso degli ultimi anni una serie di policy interne e ha richiesto ed ottenuto numerose certificazioni da un ente certificatore esterno accreditato.

Le policy	Anno di avvio	Ambito applicativo
Loan policy	1999	Definisce linee guida, criteri e meccanismi per la concessione del credito.
Regolamento di Gruppo	2002	Definisce i principi essenziali dell'organizzazione del Gruppo, i principi base secondo i quali esso opera, le aree di competenza e le responsabilità delle funzioni centrali di Gruppo, nonché le regole fondamentali del modello di direzione e coordinamento delle società controllate.
Policy relativa al settore armamenti	2002	Codice interno di disciplina che delimita il perimetro di operatività del Gruppo nell'ambito del sostegno alle forniture militari esclusivamente alle operazioni: - richieste dalle imprese italiane in ottemperanza alla vigente normativa (legge 185/90), in particolare all'art. 5, che recita: "L'esportazione ed il transito di materiale di armamento, nonché la cessione delle relative licenze di produzione, sono vietati quando siano in contrasto con la Costituzione, con gli impegni internazionali dell'Italia e con i fondamentali interessi di sicurezza dello Stato, della lotta contro il terrorismo e del mantenimento delle buone relazioni con gli altri Paesi, nonché quando manchino adeguate garanzie sulla definitiva destinazione dei materiali"; - richieste dalle imprese estere purché destinate a Paesi appartenenti all'Unione Europea e/o alla NATO e comunque destinate, per loro natura, a finalità di sicurezza.
Commercial policy	2003	È una carta dei valori che contiene i principi che guidano l'attività di gestione delle esigenze finanziarie delle imprese.
Investment policy	2003	È una carta dei valori che esplicita i principi che guidano l'attività di assistenza alla clientela in materia di investimento del patrimonio finanziario e dei flussi di risparmio. Contiene le regole di comportamento per tutti coloro che si relazionano con i clienti ed i principi adottati dalla Banca nella realizzazione di supporti informatici, informativi e formativi, logiche commerciali e prodotti coerenti con i principi della policy.

*“Lo sviluppo dell'operatività con le imprese trova un naturale limite nel rispetto dei valori etici riconosciuti come fondamentali dalla Banca.”* Commercial Policy

*“La gestione del risparmio della clientela costituisce una delle attività professionali più importanti e complesse della Banca. L'obiettivo del servizio di assistenza agli investimenti è servire al meglio la clientela nelle proprie scelte, aiutandola a soddisfare le esigenze finanziarie.”* Investment Policy

*“Nello svolgimento delle proprie attività professionali sono richiesti ad ogni amministratore, dipendente e collaboratore, comportamenti in linea con i principi di correttezza ed onestà, oltre che rispettosi dei doveri di riservatezza inerenti alla gestione delle informazioni in proprio possesso.” Codice Etico*

Le policy	Anno di avvio	Ambito applicativo
Codice Etico	2003	Esplicita i principi di onestà, lealtà, correttezza ed imparzialità ed in generale le regole di condotta cui devono attenersi il management, il personale ed i collaboratori esterni del Gruppo. Prevede inoltre dei meccanismi ed un organo di controllo, identificato nel Comitato Etico. Il Codice Etico è stato inviato nominativamente a tutto il personale italiano ed estero e ai principali fornitori (dal 2005 tutti i nuovi contratti con i fornitori fanno riferimento al Codice Etico).
Policy per le erogazioni liberali	2004	La policy, attiva per Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli, disciplina le modalità di ripartizione del plafond complessivo nei vari territori e fornisce linee guida per la selezione dei beneficiari delle erogazioni e criteri relativi alle specifiche iniziative, prevedendo un principio di rotazione degli interventi. Introduce inoltre meccanismi di approvazione, di rendicontazione e di controllo.
Policy ambientale	2005	Contiene i principi ispiratori del sistema di gestione ambientale certificato dalla norma ISO14001. Ribadisce l'importanza di operare nell'ottica di uno sviluppo sostenibile che integri gli aspetti economici e gestionali del "fare impresa" con gli aspetti sociali ed ambientali, a tutela delle generazioni presenti e future.
Le direttive sul credito	2005	Definiscono le regole cui il gestore deve ispirarsi nella valutazione e concessione del credito alle imprese aggiornando la loan policy del 1999. Le Direttive rientrano nel progetto Basilea II e hanno lo scopo di collegare in maniera virtuosa i vantaggi informativi sulle realtà produttive locali, sulla loro storia, sul loro management, di cui beneficiano le Banche del Gruppo grazie alla loro copertura territoriale, con avanzate metodologie di valutazione, in modo da cogliere le specificità di tali realtà per poterne sostenere le necessità finanziarie ed i piani di sviluppo, anche in un'ottica di medio lungo periodo.

*“Sanpaolo IMI ha scelto di perseguire la propria mission ispirandosi a valori definiti nell'ottica di uno sviluppo sostenibile che integri gli aspetti economici e gestionali del "fare impresa" con gli aspetti sociali ed ambientali, a tutela delle generazioni presenti e future.” Policy Ambientale*

## Le certificazioni

Nello svolgere la sua attività Sanpaolo IMI persegue i principi di efficacia e di efficienza, il principio della trasparenza verso i clienti e del reciproco vantaggio della relazione con loro, la costante ricerca di miglioramento della sicurezza dei servizi offerti. Per verificare l'adeguatezza dei propri processi rispetto ai migliori standard internazionali ha richiesto in diversi ambiti la certificazione da parte di un ente esterno accreditato (DNV – Det Norske Veritas).



Gianni Chiri

Certificazione	Ambito applicativo	Anno di avvio
UNI EN ISO 9002:1994	Progettazione ed erogazione di servizi di pagamento UE e internazionali. Il campo di applicazione è il seguente: "Agente erogatore della procedura di clearing finanziario e commerciale Euro e relativo customer service".	1999
UNI EN ISO 9001: 2000	Estensione della certificazione ISO 9002 sulla progettazione ed erogazione di servizi di pagamento UE e internazionali. Il campo di applicazione è il seguente: "Agente per la progettazione, realizzazione ed erogazione dei servizi di Clearing Finanziario e Commerciale (EURO) e relativo Customer Service e dei bonifici end-to-end per operazioni di pagamento in ingresso dalla Single Euro Payments Area (SEPA) e cross-border".	2002
BSS 7799	Certificazione delle specifiche che definiscono i requisiti di progettazione, implementazione e gestione del sistema di sicurezza informatica dei servizi di Internet Banking. Tali servizi sono risultati conformi allo standard sotto il profilo tecnico, organizzativo, legale, di gestione delle risorse umane e di impostazione dei contratti di acquisto di prodotti e servizi.	2002
PattiChiari	L'iniziativa è volta a fornire al cliente strumenti semplici e concreti che facilitino la comprensione dei prodotti bancari e consentano di paragonare agevolmente l'offerta di più banche per scegliere il prodotto più adatto alle proprie esigenze. In tal modo i clienti, resi più consapevoli, possono assumere un ruolo più attivo nei rapporti con la Banca. Tutte le Banche commerciali del Gruppo hanno ottenuto le 8 certificazioni PattiChiari.	2003
UNI EN ISO 9001:2000	Progettazione di prodotti finanziari per l'acquisto, la costruzione e la ristrutturazione di immobili a uso abitativo.	2004
UNI EN ISO 9001:2000	Ampliamento dell'ambito certificativo ai processi di erogazione dei mutui ed alla consulenza e assistenza alla clientela da parte della rete di vendita.	2005
UNI EN ISO 14001:2004	Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale.	2005

## LE OTTO INIZIATIVE PATTICHIARI

### **FARO (Funzionamento ATM rilevato on line)**

un servizio che via telefono o via Internet indica lo sportello automatico funzionante più vicino.

### **Elenco delle obbligazioni a basso rischio-basso rendimento**

uno strumento per rendere i clienti consapevoli che a un maggior rendimento corrisponde un maggior rischio.

### **Informazioni chiare su obbligazioni bancarie strutturate e subordinate**

uno strumento informativo elaborato con lo scopo di facilitare la comprensione dei titoli complessi e rendere l'investitore consapevole dei rischi associati a questa forma di investimento.

### **Criteri di valutazione della capacità di credito delle PMI**

un manifesto con l'indicazione chiara e semplice dei criteri con cui le banche valutano generalmente i prestiti alle piccole e medie imprese.

### **Conti correnti a confronto**

una "carta d'identità" con l'indicazione chiara e facilmente comprensibile delle caratteristiche, dei servizi e dei prezzi dei conti correnti.

### **Servizio bancario di base**

un prodotto che mette a disposizione tutti i servizi bancari di base, facilmente accessibile per semplicità e costo ai soggetti che oggi non hanno un conto corrente, dai giovani ai pensionati.

### **Tempi medi di risposta sul credito alle piccole imprese**

una comunicazione volta a consentire di conoscere in anticipo il tempo che una banca mediamente impiega per fornire una risposta (positiva o negativa) su una richiesta di finanziamento.

### **Tempi certi di disponibilità delle somme versate con assegno**

una comunicazione circa i tempi per la disponibilità giuridica sul proprio conto corrente delle somme versate con assegni.

## Il Governo della Responsabilità Sociale

In Sanpaolo IMI l'organizzazione dell'impresa è orientata alla creazione di valore in una prospettiva di lungo periodo contribuendo ad uno sviluppo sostenibile delle comunità in cui il Gruppo opera. Questo orientamento viene mantenuto rafforzando le relazioni e il dialogo con tutti gli stakeholder e consolidando il legame di fiducia sulla base dell'inclusione proattiva e progressiva delle loro esigenze nelle strategie organizzative ed operative dell'impresa. Questo approccio è ripreso nel nuovo Piano strategico per il triennio 2006-2008, dove si ribadisce l'importanza della sostenibilità di lungo periodo e della costante e responsabile attenzione verso gli stakeholder dell'azienda. Nel Piano vengono sinteticamente presentate le linee d'azione fondamentali volte ad approfondire le relazioni con i clienti, valorizzare e coinvolgere i dipendenti, soddisfare le aspettative reddituali degli azionisti, promuovere un processo di sviluppo che tenga conto delle esigenze delle comunità locali e tutelare l'ambiente.



Daniele Volpicelli

*In Sanpaolo IMI l'organizzazione dell'impresa è orientata alla creazione di valore in una prospettiva di lungo periodo contribuendo ad uno sviluppo sostenibile delle comunità in cui il Gruppo opera*



## Supervisione e coordinamento

### Comitato Etico

Il Comitato Etico, organo interno al Consiglio di Amministrazione, ha funzioni di indirizzo e controllo sui temi etici, sociali e ambientali. Adempie ai seguenti compiti:

- approfondire e valutare i principi da sottoporre al Consiglio di Amministrazione per lo sviluppo delle politiche di carattere etico ed ambientale;
- proporre la definizione di codici di comportamento e vagliare l'adesione a dichiarazioni di principio o ad organismi di settore;
- monitorare all'interno della struttura aziendale il livello di attuazione dei principi cui il Gruppo si ispira;
- presidiare alla redazione del Bilancio Sociale e alle linee guida per la comunicazione all'esterno della policy aziendale in tale settore.

Nel corso del 2005, il Comitato Etico ha espresso un parere positivo in merito all'adozione di un sistema di gestione ambientale, agli sviluppi del progetto di Microcredito Sociale, oltre ad aver seguito l'avanzamento dei lavori per il Bilancio Sociale 2004. Ha inoltre esaminato svariati temi relativi alla Responsabilità Sociale dell'impresa quali la formazione sulla responsabilità sociale e sul Bilancio Sociale per i dipendenti del Gruppo nonché le attività svolte in relazione all'iniziativa interbancaria PattiChiari. Al Comitato viene poi fornita periodica informativa circa l'attività svolta nei confronti di investitori SRI (Socially Responsible Investors), l'inclusione in indici etici e le valutazioni esterne su aspetti di corporate governance e di responsabilità sociale del Gruppo. Nei primi mesi del 2006 il Comitato Etico ha valutato con favore l'opportunità di aderire agli Equator Principles (linee guida sociali e ambientali per il project financing).

### Unità Iniziative e Responsabilità Sociali

La struttura organizzativa dedicata al presidio diretto delle tematiche etiche, sociali e ambientali nell'ambito del Gruppo è l'Unità Iniziative e Responsabilità Sociali, in staff all'Amministratore Delegato. L'Unità ha i seguenti incarichi:

- monitorare le diverse aree tematiche che confluiscono nel Bilancio Sociale;
- definire i piani di intervento in materia di erogazioni liberali (donazioni) nell'ottica di renderli funzionali agli obiettivi di Sanpaolo IMI nel contesto sociale;
- svolgere le funzioni di segreteria del Comitato Etico.

## Diffusione e condivisione della cultura della sostenibilità

### Formazione interna

Nel 2005 è stato predisposto un corso di formazione on line sulla responsabilità sociale di impresa e sul Bilancio Sociale. Il corso, disponibile sulla piattaforma di formazione intranet e realizzato internamente per rendere l'iniziativa il più possibile aderente alle specificità di Sanpaolo IMI, si poneva l'obiettivo di fornire informazioni di base e creare consapevolezza su questi temi ed in particolar modo sulle strategie ed azioni in merito avviate dal Gruppo. Il corso è stato completato da quasi 15.000 persone. È stato inoltre predisposto un corso on line obbligatorio per il personale sulla "Responsabilità amministrativa delle imprese e Codice Etico". Il corso, prendendo spunto dalle disposizioni di legge e dalla normativa in vigore, si prefiggeva l'obiettivo di fornire informazioni complete sulla responsabilità amministrativa d'impresa, sul Codice Etico e sulle attività aziendali "sensibili" nelle quali si potrebbe configurare il rischio di commissione dei reati previsti dal D.Lgs 231/01. Circa 22.000 persone hanno completato il corso.

*Nel 2005 è stato predisposto un corso di formazione on line sulla responsabilità sociale di impresa e sul Bilancio Sociale*

### Comunicazione interna ed esterna

Le attività svolte da Sanpaolo IMI nell'ambito della responsabilità sociale sono diffuse all'interno e all'esterno dell'azienda attraverso la pubblicazione del Bilancio Sociale e l'aggiornamento costante di un'ampia sezione dedicata, presente sul sito internet di Gruppo, nonché tramite presentazioni e la partecipazione ad eventi dedicati al tema. Nel corso dell'anno è stata inoltre progettata e resa operativa una nuova sezione del portale intranet "Green Village" per i dipendenti, dedicata all'approfondimento dei temi legati alla responsabilità sociale. La sezione contiene un'introduzione generale sulla CSR, approfondimenti relativi ad iniziative che Sanpaolo IMI ha realizzato in tale ambito, un archivio di articoli ed un glossario con i termini tecnici più frequentemente utilizzati. Viene regolarmente aggiornata ed arricchita di nuovi contenuti.



**Collaborazioni**

Sanpaolo IMI sostiene alcune rilevanti iniziative internazionali sulla responsabilità sociale dell'impresa ed in particolare UNEP e UN Global Compact. È inoltre impegnata in una serie di collaborazioni con associazioni e gruppi di lavoro su temi legati alla finanza etica, alla responsabilità sociale e all'ambiente. In

alcuni casi si tratta di collaborazioni a carattere permanente (ad esempio la partecipazione ai gruppi di lavoro dell'ABI o la partecipazione al Forum per la Finanza Sostenibile), in altri casi di partecipazione a progetti specifici dalla durata circoscritta (il progetto Social Accountability and Consumers di Adiconsum e il Master in Corporate Citizenship di FONDACA).



**UNEP – Financial Institutions (Iniziativa del Settore Finanziario del Programma**

**delle Nazioni Unite per l'Ambiente):** partnership fra le Nazioni Unite ed il settore dei servizi finanziari che promuove un dialogo sul collegamento fra sviluppo economico e performance finanziarie, protezione ambientale e sviluppo sostenibile. Sanpaolo IMI partecipa al gruppo di lavoro sull'asset management che nel 2005 ha presentato alla comunità finanziaria lo studio su "La rilevanza dell'impatto degli aspetti socio-ambientali nella valutazione finanziaria delle società quotate". [www.unepfi.org](http://www.unepfi.org)



**UN Global Compact:** iniziativa promossa dalle Nazioni Unite che mira a promuovere il rispetto di 10 principi relativi a diritti umani, diritti del lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione. Sanpaolo IMI pubblica annualmente la comunicazione sui progressi realizzati. [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

**CARBON DISCLOSURE PROJECT**

**Carbon Disclosure Project:** iniziativa congiunta di investitori istituzionali che mira a sensibilizzare i vertici delle principali società quotate sull'impatto della loro attività sui cambiamenti climatici. Sanpaolo IMI Asset Management, in qualità di investitore istituzionale, è fra i promotori di tale iniziativa, mentre il Gruppo risponde annualmente al questionario sulle emissioni di gas ad effetto serra inviato alle società quotate. [www.cdproject.net](http://www.cdproject.net)



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



**Gruppo di lavoro ABI sulla Responsabilità Sociale delle imprese bancarie; Gruppo di lavoro ABI sulle Associazioni di consumatori; Consorzio Abienergia:** punto di riferimento per attività legate all'ottimizzazione dell'efficienza energetica nel sistema bancario. [www.abi.it](http://www.abi.it)



**Fondazione Adriano Olivetti:** Sociale e sui temi della responsabilità sociale d'impresa della Dott.ssa Laura Olivetti, Presidente della **Fondazione Adriano Olivetti**. La Fondazione Adriano Olivetti, costituita nel 1962 con lo scopo di "provvedere alla prosecuzione dell'opera di studio e di sperimentazione, teorica e pratica, suscitata da Adriano Olivetti", svolge un'intensa attività di ricerca e promozione culturale e scientifica. [www.fondazioneadrianolivetti.it](http://www.fondazioneadrianolivetti.it)

**Gruppo di lavoro ABI sulla Responsabilità Sociale delle imprese**

Si ricorda la preziosa collaborazione nella redazione del Bilancio Sociale e sui temi della responsabilità



**Sodalitas,** Associazione per lo sviluppo del Terzo settore e per la diffusione della responsabilità sociale d'impresa. [www.sodalitas.it](http://www.sodalitas.it)



**Adiconsum** progetto coordinato da Adiconsum con l'obiettivo di definire linee guida per la redazione di un bilancio sociale orientato alle aspettative del cliente consumatore. [www.consumoetico.info](http://www.consumoetico.info)



**Fondaca** Master in Corporate Citizenship – strategie integrate di responsabilità sociale, corso di specializzazione organizzato da **FONDACA** -Fondazione per la cittadinanza attiva sui temi della cittadinanza d'impresa. [www.fondaca.org](http://www.fondaca.org)



**Green Light:** Programma della Commissione Europea per la realizzazione di interventi di miglioramento delle tecnologie e delle modalità di gestione dell'illuminazione degli edifici aziendali.

### Il confronto sul Bilancio Sociale

Nel corso dell'anno abbiamo collaborato con alcuni stakeholder al fine di migliorare la chiarezza e la rilevanza dei contenuti del Bilancio Sociale Sanpaolo IMI. In particolare sono state due le iniziative di rilievo in questo ambito: il progetto "SA&Co: Social Accountability and Consumers" di Adiconsum ed il focus group sul Bilancio Sociale Sanpaolo IMI organizzato nell'ambito del Master in Corporate Citizenship di Fondaca. Il progetto "SA&Co: Social Accountability and Consumers", predisposto e coordinato in Italia dall'associazione di consumatori Adiconsum, fa parte di un più ampio progetto a livello europeo realizzato grazie al contributo della DG Lavoro e Affari Sociali della Commissione Europea. Il progetto ha un duplice obiettivo: ripensare al Bilancio Sociale come strumento di rendicontazione sociale orientato alle aspettative del cliente-consumatore e sensibilizzare i consumatori al tema della responsabilità sociale. Nell'ambito di tale iniziativa il Bilancio Sociale 2004 Sanpaolo IMI, sia nella versione completa sia in una versione sintetica e semplificata, redatta appositamente, è stato oggetto di valutazione e discussione, insieme ai bilanci di altre imprese, da parte di Adiconsum e di un gruppo eterogeneo di consumatori. I risultati del focus group e le informazioni sul progetto sono disponibili nel sito [www.consumoetico.info](http://www.consumoetico.info).

La seconda iniziativa ha coinvolto un gruppo multistakeholder di partecipanti al Master in Corporate Citizenship promosso ed organizzato da FONDACA - Fondazione per la cittadinanza attiva, con il supporto del Centre for Responsible Leadership del Boston College e della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. In generale il Bilancio Sociale di Sanpaolo IMI è stato giudicato completo, veritiero, equilibrato, ma un documento per addetti ai lavori: voluminoso, con un linguaggio spesso tecnico (difficilmente comprensibile per il lettore medio) e descrizioni di attività e programmi dettagliate ma che non sempre danno risalto alla rilevanza nel contesto della responsabilità sociale (ad esempio il carattere innovativo, l'utilità per gli stakeholder ecc.).

Facendo tesoro dei risultati di queste consultazioni, il Bilancio Sociale 2005 è stato realizzato con un ulteriore sforzo verso la chiarezza, con un maggior utilizzo di grafici, tabelle e prospetti ed un linguaggio più accessibile anche ai non addetti ai lavori (dove possibile sono stati eliminati i termini in inglese). Si è inoltre cercato di esplicitare maggiormente la rilevanza dei contenuti presentati nel documento nel contesto della responsabilità sociale.

*Facendo tesoro dei risultati delle consultazioni, il Bilancio Sociale 2005 è stato realizzato con un ulteriore sforzo verso la chiarezza, con un maggior utilizzo di grafici, tabelle e prospetti ed un linguaggio più accessibile anche ai non addetti ai lavori*

### Il dialogo con i dipendenti

La comunicazione interna avviene in Sanpaolo IMI attraverso una molteplicità di canali sull'intranet aziendale. Ogni canale prevede modalità di dialogo a due vie, in particolare nella forma delle lettere inviate alla relativa redazione, che trovano spazio in apposite sezioni. Il sito intranet dedicato alla comunicazione commerciale verso la rete filiali ha introdotto fin dal 2002 lo strumento del forum che consente ai dipendenti di esprimere direttamente opinioni sui vari aspetti dell'operatività, condividere esperienze e casi di successo, segnalare disagi e criticità e proporre idee e suggerimenti sul miglioramento di prodotti, servizi e procedure. Accanto a forum permanenti (al momento ne sono attivi 14) nascono forum temporanei dedicati a raccogliere suggerimenti e proposte su specifiche tematiche di rilievo. Caratteristica dei forum è l'assenza di un vaglio preventivo ai messaggi inseriti, che vengono pubblicati in tempo reale. Il dialogo diretto tra le filiali e le strutture centrali, i cui responsabili intervengono spesso personalmente, consente di cogliere e risolvere tempestivamente le criticità che si presentano e di raccogliere utili informazioni per il miglioramento di prodotti e servizi. Il continuo confronto di esperienze tra colleghi delle diverse Banche del Gruppo ha contribuito fra l'altro a favorire il processo di integrazione delle persone provenienti dalle Banche di più recente migrazione.

Il crescente gradimento ed utilizzo da parte delle persone di filiale è misurato dal numero di messaggi inviati (il forum su "l'idea in più che non c'è" ha ricevuto in un anno oltre 2.000 messaggi) e dal fatto che oltre il 50% dell'utenza potenziale consulta regolarmente le discussioni on line ritenendole di interesse ed utilità.

# La mappa degli Stakeholder





A serene sunset scene over a body of water. The sun is low on the horizon, casting a warm, golden glow across the sky and reflecting on the water's surface. Silhouettes of trees and branches are visible in the foreground, framing the scene. A light green rectangular box is centered in the lower half of the image, containing the text "La Relazione Sociale" in a white, serif font.

# La Relazione Sociale





## Creazione di valore

Il nostro lavoro mira a produrre utilità reale per i clienti, cioè è rivolto ad ottenere dei risultati che siano - e siano percepiti - coerenti con le loro aspettative e corrispondenti al compenso economico previsto.

## Orientamento al cliente

Vogliamo che la nostra clientela si senta seguita attraverso un'organizzazione del lavoro pensata sulle esigenze concrete, che offra disponibilità al dialogo ed una buona capacità di ascolto.

## Integrità

Siamo convinti che nel lungo termine la lealtà e la chiarezza dei patti nei confronti della clientela si tradurranno in un'ulteriore fonte di benefici per tutta la nostra organizzazione.

## Tensione verso l'eccellenza

Vogliamo offrire alla clientela prodotti e servizi di qualità facilmente accessibili integrando, attraverso la Rete filiali ed i canali virtuali, la "tradizione" con la comodità e la ricchezza informativa degli strumenti tecnologici.

## Crescita nel rispetto delle specificità

Ci adoperiamo affinché venga mantenuta alta l'attenzione nei confronti dei singoli ed in particolare verso le esigenze di categorie specifiche di clientela.

## Responsabilità nell'utilizzo delle risorse

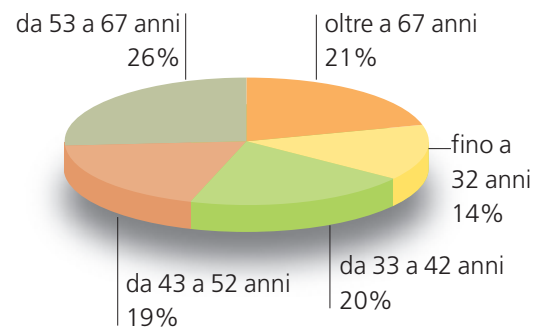
Miriamo all'impiego responsabile delle risorse finanziarie, facendo incontrare, attraverso il nostro operato quotidiano, l'esigenza della tutela del risparmio e di remunerazione dei depositi, propria delle famiglie, con l'esigenza di finanziamento del mondo imprenditoriale.



I clienti del Gruppo sono circa 7 milioni. Tra di loro vi sono circa 6,5 milioni di clienti privati e small business (professionisti, negozianti, piccole imprese familiari, ecc.) e circa 78 mila imprese. I clienti delle Banche estere del Gruppo ammontano complessivamente a 270.000.

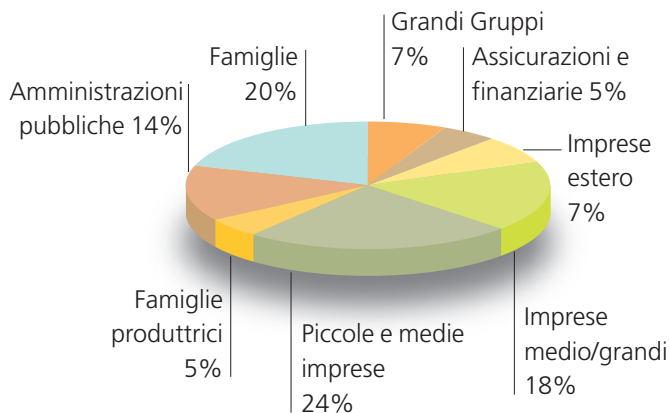
Le Banche del Gruppo hanno erogato crediti, sotto forma di finanziamenti a breve e lungo termine, mutui, prestiti personali, per un totale di circa 140 miliardi di euro a fine 2005. Le imprese medio/grandi e i grandi gruppi rappresentano insieme circa il 25% del portafoglio impieghi mentre piccole e medie imprese e famiglie produttrici, che comprendono professionisti, artigiani, commercianti e altri piccoli operatori economici, sono destinatarie di circa il 30% del totale dei crediti.

**CLIENTI PER FASCE DI ETÀ\***

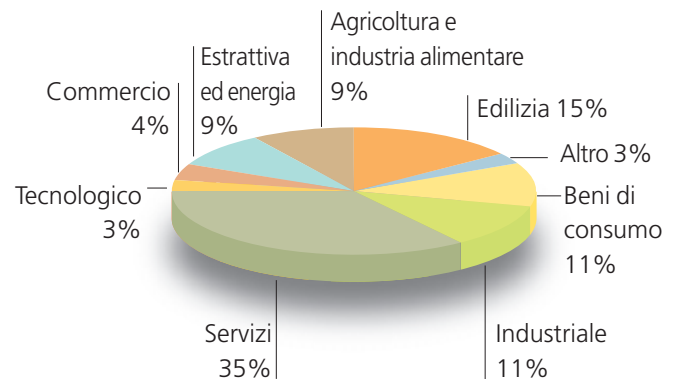


\* Dati riferiti alle Banche commerciali.

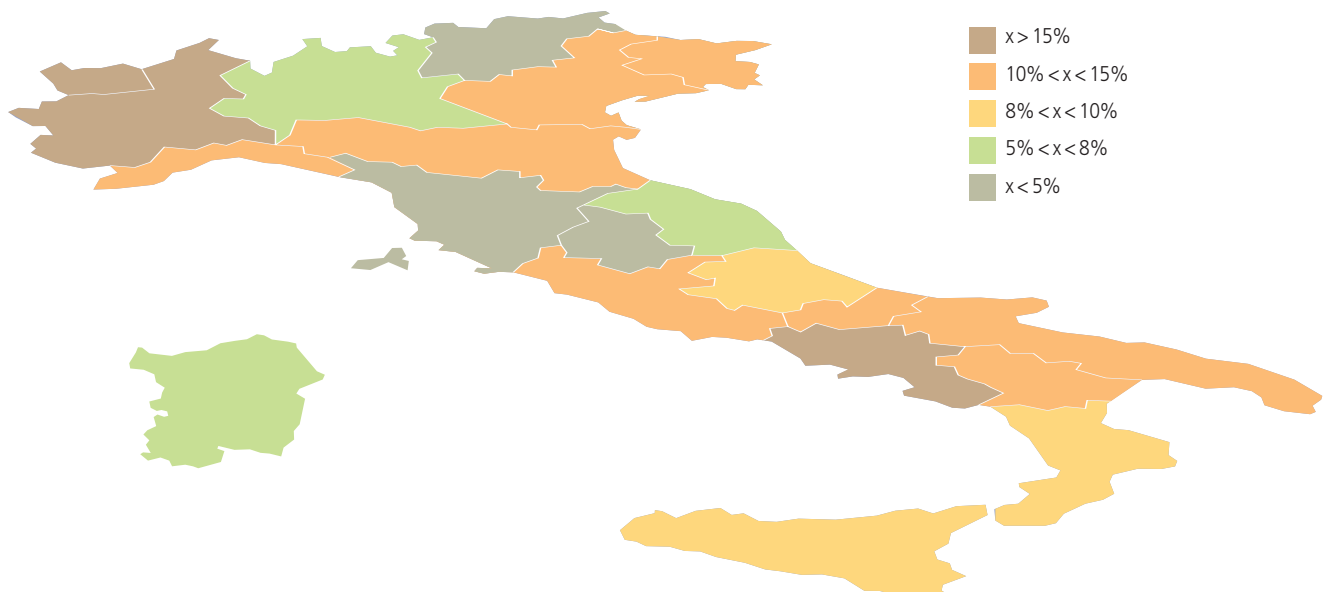
**IMPIEGHI PER TIPO DI DESTINATARIO**



**IMPIEGHI PER SETTORE**



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



## OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI

### Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2004

### Azioni e risultati raggiunti nel 2005

Iniziative di customer satisfaction, volte ad approfondire il confronto con i clienti. In particolare:

- a. indagine quali-quantitativa sulla percezione dei servizi verso clientela privata;
- b. conclusione dell'indagine nei confronti della clientela imprese.

- a. Sono state realizzate ricerche sul grado di soddisfazione di 11.000 clienti privati del Gruppo, ripartite per segmento di clientela, nonché indagini ad hoc su temi specifici.
- b. È stata condotta un'indagine su circa 2.000 imprese clienti di Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli, che verrà in seguito estesa anche alle altre Banche commerciali del Gruppo.

Redazione e diffusione di due policy contenenti i principi che guidano i comportamenti verso i clienti imprese relativamente al credito (alla luce dell'introduzione della normativa di Basilea II) ed ai prodotti derivati, al fine di garantire l'omogeneità dei comportamenti e di creare un'occasione di condivisione dei valori sui temi suddetti.

Alla luce della normativa di Basilea II è stata realizzata la policy del Credito "Le Direttive sul Credito, concessione e gestione".

La redazione della Policy sui Derivati è ancora in corso ed è inquadrata in un ampio contesto di revisione del processo distributivo dei derivati che tenga conto delle modifiche normative allo studio della Consob.

Sviluppo di prodotti che mirano a rispondere a nuove esigenze della clientela, avendo cura di fornire un servizio personalizzato e nell'interesse dei clienti. In particolare:

- a. per i clienti privati, completamento della gamma di conti prodotto attraverso la realizzazione di iniziative dedicate a specifici segmenti di clientela (ad es. clienti Over 65) o di prodotti modulari che consentano di ridurre il canone di gestione in funzione dell'intensità di relazione; sviluppo dell'offerta di prodotti e servizi per il segmento 18-30 anni, con proseguimento delle relazioni intraprese con il mondo universitario; implementazione della gamma di prodotti assicurativi dell'area danni (Polizza Infortuni, Linea Salute, copertura di prodotti di finanziamento); revisione della gamma di prodotti previdenziali e di rendita;
- b. per i clienti imprese, realizzazione di un nuovo prodotto volto a favorire la capitalizzazione delle imprese, in vista degli Accordi di Basilea. Verrà inoltre previsto un nuovo plafond per le medie imprese destinato a finanziare gli investimenti in ricerca e innovazione aziendale.

- a. È stato lanciato il conto Benefit over 65 e sono stati ampliati i servizi legati al programma Esprit, dedicato ai giovani tra i 18 e i 30 anni. È stata implementata la gamma di prodotti assicurativi dell'area danni (Polizza Infortuni, Linea Salute, Polizza Assidomus abbinata ai mutui). La revisione della gamma di prodotti previdenziali è in fase di conclusione ed in particolare è stato realizzato da parte di AIP il restyling della forma individuale di previdenza, denominata "Vita & Previdenza Sanpaolo". Inoltre sono stati avviati i lavori per la revisione dei prodotti di rendita.
- b. In vista di Basilea II sono stati realizzati due nuovi prodotti di finanziamento a medio-lungo termine destinati al rafforzamento patrimoniale (Basilea Equity) e al miglioramento della struttura finanziaria dell'impresa (Basilea Finanza). Per quanto concerne il sostegno agli investimenti in ricerca ed innovazione, oltre al raddoppio del plafond Ricerca Applicata a 500 milioni di euro (con cui sono stati finanziati 564 progetti per un ammontare di 477 milioni di euro a marzo 2006), è stato predisposto un nuovo prodotto Innovation-Buy, che finanzia l'acquisizione di tecnologia già esistente.

### Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2004

Ampliamento dei servizi disponibili su web. Per quanto concerne la clientela privata, l'obiettivo è di raggiungere il milione di contratti multicanale.

Valorizzazione degli investimenti effettuati per l'ottenimento delle certificazioni di qualità e traduzione in azioni di miglioramento delle informazioni derivanti dalla gestione degli esposti e degli aspetti critici della relazione con il cliente.

### Azioni e risultati raggiunti nel 2005

Sono state realizzate nuove funzionalità su web per la clientela privata (rendicontazione on line, rendicontazione finanziaria con esposizione del prezzo medio di carico e della posizione a rischio dei singoli titoli in portafoglio, sottoscrizione polizze RC Auto, pagamento MAV e tasse). È stato inoltre sviluppato e lanciato il nuovo servizio di T-Banking su piattaforma digitale televisiva terrestre. A fine 2005 il numero di contratti multicanale di clienti privati ammontava a oltre un milione. Per i clienti imprese è stata revisionata ed arricchita la piattaforma web per le attività di remote banking "Links Sanpaolo" su cui operano 30.000 clienti. È stato rilasciato il nuovo servizio "Links Sanpaolo Basic", versione monobanca specifica per professionisti e piccole imprese, con funzionalità semplificate e costi ridotti.

Nel corso del 2005 sono stati realizzati interventi di carattere organizzativo sul territorio, al fine di coordinare le attività necessarie al mantenimento degli standard previsti dai protocolli di certificazione ed avviare eventuali azioni correttive finalizzate al miglioramento dei processi operativi. La sistematica analisi degli esposti pervenuti dalla clientela ha consentito inoltre la tempestiva individuazione di fenomeni di criticità nella relazione con i clienti, che nel corso dell'anno hanno dato origine a primi interventi sui processi interni, ad una revisione delle modalità adottate nella comunicazione al pubblico delle caratteristiche dei prodotti interessati o ad un aggiornamento di specifiche previsioni contrattuali.

## L'organizzazione della Banca al servizio dei clienti

Il modello di Banca nazionale dei territori, che il Gruppo Sanpaolo IMI ha adottato, si fonda sul forte radicamento locale, sull'autonomia delle strutture organizzative territoriali e sulla valorizzazione della specializzazione del servizio. Il legame con i territori, testimoniato anche dal mantenimento dei marchi delle diverse Banche che compongono il Gruppo e che servono il contesto geografico a cui sono storicamente legate, consente una sempre maggiore vicinanza al cliente, con 3.422 punti operativi capillarmente diffusi su tutto il territorio nazionale. L'estesa presenza di filiali e punti operativi specializzati consente di offrire un servizio personalizzato per le diverse esigenze della clientela, ponendo al centro l'elemento umano e riconoscendo nella professionalità e competenza del personale gli strumenti necessari per gestire la relazione con il cliente, coglierne le esigenze e predisporre le conseguenti soluzioni in termini di offerta.



Giovanni Ruffo

## La specializzazione dei punti operativi

### DISTRIBUZIONE TERRITORIALE\*

- 2.765 Filiali Privati e Small Business
- 173 Filiali Imprese
- 74 Team distaccati Imprese
- 131 Punti Private specialistici
- Altri 279 sportelli ripartiti sull'intero territorio nazionale\*\*

#### Nord Ovest

- Filiali Privati e Small Business:** 871
- Filiali Imprese:** 85
- Team distaccati Imprese:** 35
- Private banking:** 59

#### Nord Est

- Filiali Privati e Small Business:** 786
- Filiali Imprese:** 34
- Team distaccati Imprese:** 18
- Private banking:** 37

#### Centro

- Filiali Privati e Small Business:** 345
- Filiali Imprese:** 25
- Team distaccati Imprese:** 11
- Private banking:** 15

#### Sud

- Filiali Privati e Small Business:** 657
- Filiali Imprese:** 22
- Team distaccati Imprese:** 3
- Private banking:** 16

#### Isole

- Filiali Privati e Small Business:** 106
- Filiali Imprese:** 7
- Team distaccati Imprese:** 7
- Private banking:** 4

\* Dati riferiti alle Banche commerciali  
 \*\* Distacco di filiali, punti di consulenza, Punti Domus, sportelli di Tesoreria, ecc.



Anna Iandolino

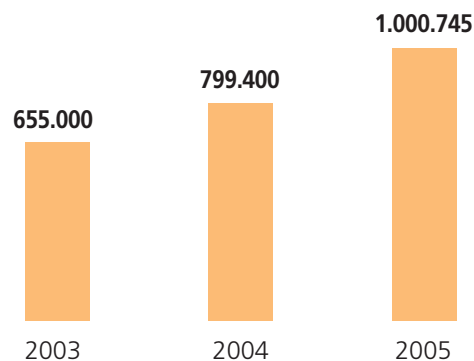
Il Gruppo ha inoltre una rete di circa 3.900 ATM (Bancomat), di cui è prevista una progressiva sostituzione con apparecchi dotati di tecnologia Web (a fine 2005 pari al 9% del totale rispetto all'1% di fine 2004). I nuovi ATM Web offrono, oltre alle tradizionali funzionalità, anche servizi quali il bonifico, il prelievo veloce e servizi informativi evoluti (alcuni di essi consentono di versare contanti o assegni).

## La comodità dei servizi bancari

### I canali diretti

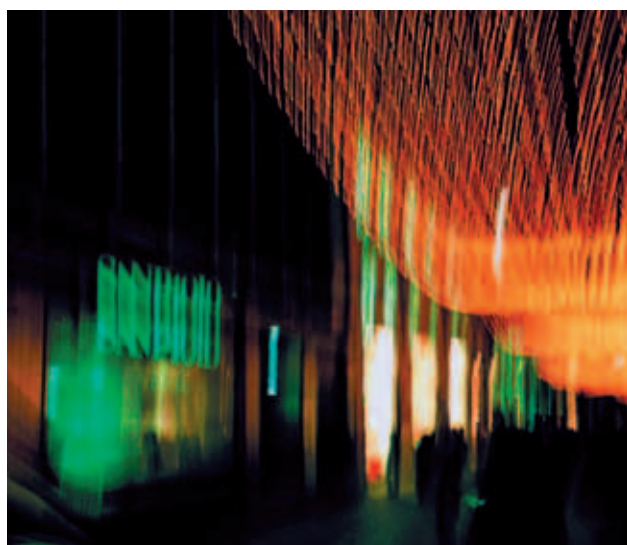
Accanto alla prossimità fisica delle filiali, il Gruppo Sanpaolo IMI mette a disposizione i suoi servizi bancari anche attraverso altri canali - internet, il telefono e la televisione - che consentono al cliente un accesso diretto e sicuro all'operatività bancaria. Nel corso dell'anno è stata arricchita la gamma di servizi di pagamento e di investimento disponibili tramite i canali diretti e il livello di automazione delle operazioni su bonifici e titoli ha raggiunto, rispettivamente, il 30% e il 64% del totale delle transazioni.

### NUMERO DI CONTRATTI MULTICANALE



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

Per i clienti che hanno attivato il servizio di internet banking - oltre un milione tra privati, professionisti e ditte individuali - è stata realizzata la funzionalità di rendicontazione on line, che permette di ricevere e visualizzare in formato elettronico, in una apposita sezione dell'area riservata del sito internet della Banca, le comunicazioni altrimenti trasmesse tramite posta ordinaria al domicilio del cliente. Tale funzionalità, oltre a consentire un notevole risparmio di carta, presenta per il cliente il vantaggio di una ricezione più veloce delle comunicazioni provenienti dalla Banca, nonché un risparmio sulle spese di invio. Per rendere ancora più semplice l'accesso ai servizi bancari, è stato messo a disposizione della clientela il servizio di T-banking su piattaforma digitale televisiva terrestre. Il T-banking si aggiunge agli altri canali diretti (internet, telefono fisso e mobile) e consente ai clienti di visualizzare la situazione aggiornata dei movimenti relativi al conto corrente.



Riccardo Granato





I clienti imprese hanno invece a disposizione per la propria operatività un articolato ed affidabile servizio di remote banking, denominato Links Sanpaolo. La piattaforma web è stata rinnovata nella navigazione e nei contenuti e si rivolge a tutti gli interlocutori aziendali e non solo ai tradizionali operatori del settore amministrativo. La nuova organizzazione dei prodotti e servizi disponibili all'interno di Links Sanpaolo corrisponde alle diverse attività aziendali: dalla gestione della liquidità alla relazione con clienti e fornitori, dall'operatività con l'estero alle opportunità per l'ampliamento del business. Links Sanpaolo è uno strumento di uso e contatto quotidiano con la Banca per oltre 30.000 clienti titolari del servizio e rappresenta il canale attraverso il quale ottenere informazioni in tempo reale. L'operatività conta oggi più di 10 milioni di transazioni mensili - informative e dispositive - nell'intero Gruppo, con un tasso di utilizzo superiore all'88% ed un trend in costante crescita.

Dal 2005 la Banca offre anche Links Sanpaolo Basic, un servizio studiato per i professionisti e le piccole imprese, che presenta funzionalità semplificate e costi ridotti rispetto alla versione completa. Links Basic si rivolge alla clientela che opera unicamente sul mercato italiano (non sono infatti previsti servizi dispositivi di incasso e pagamento all'estero) e che non ha necessità di attribuire ai propri dipendenti diversi profili di accesso.

Ai clienti imprese e professionisti che hanno attivato Links Sanpaolo è inoltre riservato l'accesso completo alle banche dati, alle notizie e ai dossier di approfondimento pubblicati sul portale internet

"SanpaoloImprese.com". Oltre a presentare l'ampia gamma dei prodotti e servizi della Banca, il portale ha promosso nel corso dell'anno un continuo aggiornamento di informazioni (oltre 2.500 notizie e 60 dossier) su temi di attualità e sulla gestione d'impresa, realizzando inoltre newsletter personalizzate in base agli interessi definiti dall'utente e pubblicando notizie e banche dati incentrate su argomenti specifici ([www.agricoltura.sanpaoloimprese.com](http://www.agricoltura.sanpaoloimprese.com) e [www.europa.sanpaoloimprese.com](http://www.europa.sanpaoloimprese.com)).

*I clienti imprese hanno a disposizione per la propria operatività un articolato ed affidabile servizio di remote banking, denominato Links Sanpaolo*

Nel corso del 2005 è anche aumentata l'offerta dei servizi di pagamento in mobilità: possibilità di acquisto di biglietti ferroviari durante il viaggio, incremento dei lettori di carte di pagamento presenti sui taxi, emissione di carte di pagamento che funzionano anche come ski pass.



Vittorio Libanori



### La tutela della sicurezza informatica

Il servizio di internet banking è stato il primo della Banca ad essere certificato per la sicurezza con lo standard BSS 7799, fin dall'inizio della sua attività. Alla salvaguardia dell'operatività dei clienti viene prestata un'attenzione costante sia con l'utilizzo dei più avanzati sistemi di sicurezza disponibili sia attraverso monitoraggi continui, che consentono un'analisi delle operazioni anomale con particolare attenzione a importi rilevanti, beneficiari sospetti, causali ricorrenti.

Per accrescere la sicurezza percepita dai clienti nell'utilizzo di internet banking e garantirli da impropri utilizzi del servizio è stato introdotto nel 2005 il servizio di notifica operazione bonifico Internet via SMS: il cliente abilitato al servizio riceve un SMS per ogni bonifico effettuato dai propri conti correnti

tramite internet banking.

Negli ultimi tempi si sta diffondendo anche in Italia una modalità di truffa on-line (nota come "phishing") che, senza violare i sistemi di sicurezza della Banca, punta a catturare in modo fraudolento i codici di accesso all'internet banking dei clienti. Ciò avviene attraverso l'invio di una e-mail, che sembra provenire dalla banca stessa, ad un elenco di indirizzi creato in



modo casuale dai truffatori. In tale e-mail si richiede di accedere ad un link (che sembra riportare al sito ufficiale di tale banca) e di inserire i propri codici di accesso, adducendo generici motivi di sicurezza. In realtà, seguendo le istruzioni riportate, il cliente si collega al sito del truffatore e ad esso trasmette le informazioni personali inserite.

Per proteggere i clienti da possibili truffe è stata pubblicata su tutti i siti internet delle Banche del Gruppo apposita informativa, finalizzata a portare a conoscenza di tutta la clientela internet i fenomeni in questione e le opportune modalità di prevenzione. Analoga comunicazione è stata inviata tramite newsletter ai circa 200.000 clienti di Banca Diretta che ne hanno chiesto gratuitamente l'invio. Anche per quanto riguarda l'operatività effettuata con carte di pagamento sono stati realizzati servizi allo scopo di consentire al cliente di fruire di maggiore sicurezza. Il servizio di allarme e di rendicontazione fornita via SMS consente ad esempio al cliente di essere avvisato a fronte di ogni operazione effettuata con carta di pagamento e di intervenire in caso di utilizzo fraudolento delle stesse. Nel corso del 2005 si è inoltre dato corso a un piano di progressivo utilizzo di tecnologie evolute (microchip) che, a fronte di forti investimenti per l'adeguamento di carte di pagamento, ATM e POS, garantirà una sempre maggiore sicurezza nell'ambito dei servizi di pagamento elettronici e la possibilità di arricchire le funzionalità delle carte di pagamento.

*Il servizio di internet banking è stato il primo della Banca ad essere certificato per la sicurezza con lo standard BSS 7799, fin dall'inizio della sua attività. Alla salvaguardia dell'operatività dei clienti viene prestata un'attenzione costante sia con l'utilizzo dei più avanzati sistemi di sicurezza disponibili sia attraverso monitoraggi continui*

## L'apertura al dialogo e all'ascolto

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

### I canali di comunicazione e di ascolto

Le persone che lavorano nei diversi punti operativi del Gruppo rappresentano il nostro primo e più importante canale di comunicazione con i clienti. Per questo la formazione a loro diretta è indirizzata in particolare a supportare lo sviluppo di una specifica attenzione verso la comprensione dei bisogni espressi dai clienti e verso una gestione della relazione il più possibile chiara, semplice e diretta. La Banca mantiene inoltre aperti numerosi altri canali attraverso i quali le persone interessate possono richiedere informazioni e presentare istanze. In particolare si può entrare in contatto diretto con la Banca attraverso i diversi siti internet del Gruppo che contengono indirizzi di posta dedicati. Nel corso del 2005 l'ufficio che si occupa dell'assistenza clienti ha gestito oltre 40.000 e-mail, per la maggior parte relative a informazioni su prodotti, assistenza all'utilizzo dei canali diretti e chiarimenti operativi sui servizi della banca.

Nel corso del 2005 è stato predisposto il nuovo servizio di assistenza "La tua Banca risponde": clienti e non clienti possono chiamare un numero verde per ricevere informazioni sui prodotti e servizi della Banca e per trovare risposta a comuni problematiche legate all'operatività bancaria. Nei primi sei mesi di vita del servizio i contatti gestiti sono stati quasi 13.000 con un tempo medio di risposta di 15 secondi. È stata inoltre prevista, per il cliente che necessiti di informazioni ulteriori o personalizzate, la possibilità di fissare un appuntamento telefonico per essere richiamato da un operatore, in modo da ricevere tutti i chiarimenti necessari.

*Riteniamo che approfondire il confronto con i clienti - sia chiedendo loro un giudizio sui nostri servizi sia analizzando le segnalazioni e le domande che ci vengono inviate - possa consentirci di continuare a migliorare la qualità e l'efficienza dei servizi offerti*

### Le indagini sulla soddisfazione dei clienti

Da diversi anni vengono svolte approfondite indagini periodiche sulla soddisfazione dei clienti e sull'evolversi dei loro bisogni, estese dal 2005 a tutte le Banche commerciali del Gruppo. Inoltre ogni anno vengono svolte analisi più specifiche sulla soddisfazione e le aspettative di determinati segmenti di clientela e sul gradimento in merito ad alcune tipologie di prodotti e programmi di offerta. In tutte le analisi svolte è stata posta la massima attenzione alle modalità del contatto con i clienti, in particolare per quanto riguarda la tutela della privacy e il livello di invasività delle interviste.



Marco Lombardini

*Da diversi anni vengono svolte approfondite indagini periodiche sulla soddisfazione dei clienti e sull'evolversi dei loro bisogni, estese dal 2005 a tutte le Banche commerciali del Gruppo*

## PROSPETTO DELLE INDAGINI CONDOTTE NEL CORSO DEL 2005

Attività	Obiettivi	Target	Metodologia/campionamento
Indagine sulla soddisfazione dei clienti Retail	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Monitorare il grado di soddisfazione e recepire le valutazioni dei clienti sull'attuale offerta di prodotti e sull'adeguatezza dei servizi offerti</li> </ul>	Clienti famiglie e alto profilo delle Banche commerciali	11.000 interviste telefoniche, effettuate in due fasi
Indagine Osservatorio ABI sulla customer satisfaction del segmento clienti Retail	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Monitorare il posizionamento di Sanpaolo nello stato attuale e tendenziale della relazione tra sistema bancario italiano e clienti.</li> </ul>	Clienti retail Sanpaolo	1.200 interviste telefoniche realizzate da Eurisko
Indagine sulla soddisfazione dei clienti Imprese	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Monitorare l'attuale offerta di servizi finanziari per le imprese e il sistema di attese ancora da coprire</li> <li>● Definire il posizionamento e il valore del marchio nel mondo delle imprese</li> </ul>	Clienti imprese di Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli	Interviste ad un campione di circa 2.000 imprese clienti
Indagine Osservatorio ABI sulla customer satisfaction del segmento Small Business	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Monitorare il grado di soddisfazione e recepire le valutazioni dei clienti sull'attuale offerta di prodotti e sull'adeguatezza dei servizi offerti</li> <li>● Valutare l'importanza degli aspetti relazionali e la capacità della banca di rispondere alle esigenze del cliente</li> </ul>	Clienti Small Business Sanpaolo	500 interviste telefoniche realizzate da Eurisko
Indagine su clienti Private	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rilevare il grado di soddisfazione e valutare la percezione del cliente rispetto all'evoluzione del modello di servizio</li> </ul>	Clienti private delle Banche commerciali	Questionario inviato ai clienti del segmento (3.573 risposte)
Indagine su prodotti etici	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ricostruire il quadro delle attese in relazione ad eventuali proposte di finanza etica</li> <li>● Accertare il gradimento e l'interesse su una specifica proposta di investimento etico</li> <li>● Valutare l'interesse della clientela del Gruppo rispetto ai temi etici e confrontarlo con il sistema</li> </ul>	Clienti Sanpaolo	300 interviste telefoniche a clienti Sanpaolo che hanno sottoscritto un prodotto etico
Indagine Esprit per i giovani	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Misurare il gradimento del programma di membership associato al prodotto Esprit</li> </ul>	Clienti delle Banche commerciali aderenti al programma	Questionario da compilare via internet (1.255 risposte)
Indagine prodotti di tutela (polizza sanitaria, polizza casa, polizza vita puro rischio, e polizza RC Capofamiglia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Indagare le aspettative nei confronti della banca dei clienti Sanpaolo che manifestano esigenze di tipo assicurativo</li> <li>● Valutare il percorso che ha portato il cliente all'acquisto e le aspettative al momento della sottoscrizione</li> <li>● Analizzare le motivazioni sottostanti alla sottoscrizione del prodotto, il grado di soddisfazione nei confronti di tutto il processo di vendita del prodotto</li> </ul>	Clienti Sanpaolo	480 interviste telefoniche a clienti Sanpaolo di età compresa tra i 18 ed i 60 anni
Indagine nuovi clienti: motivazioni e processo decisionale di scelta	Acquisire informazioni sui bisogni finanziari dei clienti e sulle motivazioni che inducono i nuovi clienti a scegliere una banca rispetto ad un'altra (leve di attrazione)	Non clienti	300 interviste telefoniche a nuovi clienti della concorrenza. 18 colloqui in profondità con neo-clienti di realtà concorrenti in aree territoriali di interesse

### Indagine sulla customer satisfaction dei clienti retail

La ricerca condotta sui clienti retail del Gruppo ha permesso di aggiornare i risultati ottenuti negli anni precedenti da Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli e costituisce invece una prima rilevazione per le altre Banche commerciali del Gruppo.

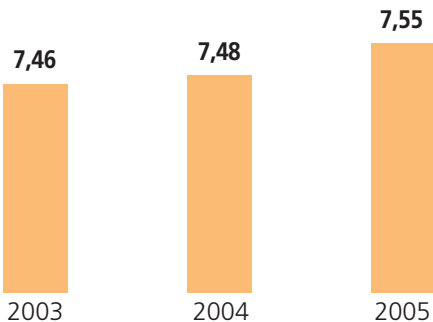
L'indagine è stata condotta mediante 11.000 interviste telefoniche, distribuite in due fasi temporali.

La prima fase, conclusa nel luglio 2005, ha visto la realizzazione di 7.000 contatti telefonici ed ha consentito la lettura dei risultati per segmento di clientela all'interno di ciascuna Banca del Gruppo.

L'indagine ha evidenziato un giudizio medio di soddisfazione dei clienti delle Banche commerciali del Gruppo pari a 7,47 (su una scala da 1 a 10).

Il grafico mostra in particolare l'andamento del grado di soddisfazione dei clienti di Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli.

#### TREND DEL GRADO DI SODDISFAZIONE DEI CLIENTI DI SANPAOLO E SANPAOLO BANCO DI NAPOLI (Voto medio)



Da questa prima fase è emerso che:

- all'interno del Gruppo si registra una maggiore soddisfazione dei clienti che hanno una relazione più intensa con la Banca grazie al contributo del personale che viene mediamente molto apprezzato;
- il grado di soddisfazione risulta in miglioramento per i clienti di Sanpaolo e, in misura ancora più accentuata, per i clienti di Sanpaolo Banco di Napoli;
- i clienti di Sanpaolo Banco di Napoli hanno colto i vantaggi derivanti dalla integrazione nel Gruppo Sanpaolo IMI, mostrando un elevato apprezzamento per il marchio ed una crescente fidelizzazione.

La seconda fase dell'indagine, realizzata a fine 2005, ha comportato altre 4.000 interviste telefoniche e ha posto una particolare attenzione a misurare il grado di soddisfazione della clientela a livello locale.

La ricerca includeva anche un focus sulla percezione e sulla conoscenza dell'iniziativa PattiChiari, il progetto ABI promosso da un consorzio composto dalle principali banche italiane per migliorare i rapporti tra sistema bancario e clientela. I risultati hanno evidenziato che più della metà del campione intervistato è a conoscenza dell'adesione del nostro Gruppo al progetto.

### Indagini di scenario dell'Osservatorio ABI sulla customer satisfaction 2005/2006

Anche nel 2005 Sanpaolo IMI ha aderito alle ricerche di scenario dell'ABI che rappresentano uno strumento utile per conoscere lo stato attuale e tendenziale della relazione tra sistema bancario e clienti in Italia.

- Nell'ambito dei clienti retail i risultati dello studio ABI evidenziano una positiva inversione di tendenza rispetto al passato per quanto riguarda la soddisfazione complessiva. I voti di eccellenza espressi sono aumentati infatti di 5 punti percentuali rispetto alla precedente edizione, passando da un 42% ad un 47% di clientela pienamente soddisfatta.
- Per quanto riguarda le piccole imprese clienti della rete Sanpaolo, si evidenzia un buon grado di soddisfazione sia a livello complessivo sia per i singoli aspetti di servizio, primo fra tutti il personale a contatto con i clienti e quello direttivo che hanno ottenuto un giudizio di piena soddisfazione in oltre il 70% dei casi. Emerge inoltre che le necessità più pressanti da parte dei clienti riguardano l'area della relazione: sono richiesti infatti, prima di tutto, interlocutori stabili e preparati, che riconoscano le esigenze specifiche del cliente small business e che vi rispondano in modo chiaro e tempestivo, garantendo un supporto completo, con particolare attenzione al tema dei finanziamenti.

### Indagine sui clienti imprese

La ricerca ha riguardato 2.000 imprese clienti Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli.

I risultati della ricerca effettuata sui clienti imprese mostrano che il 57% dei clienti esprime un elevato livello di soddisfazione, in particolare rispetto ai diversi ambiti che compongono la relazione banca-impresa: l'efficienza dei canali utilizzati per

l'operatività dell'impresa, la qualità del servizio offerto e la varietà della gamma prodotti.

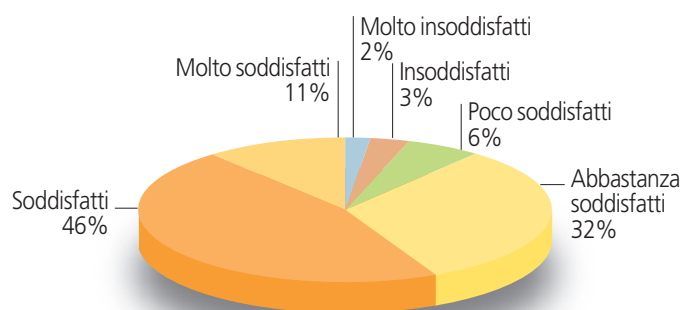
Un risultato positivo è stato attribuito alla persona che intrattiene la relazione con l'impresa: il 66% dei clienti si dichiara soddisfatto, confermando il valore dell'aspetto umano all'interno della relazione con la clientela.

Oltre all'analisi della soddisfazione della clientela di Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli, l'indagine si propone di fungere da base per un osservatorio

permanente del sistema delle imprese italiane. A tal fine, l'analisi della soddisfazione dei clienti Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli è stata confrontata con quella espressa da un ulteriore campione di 1.000 imprese con caratteristiche analoghe, ma clienti di banche concorrenti operanti sul territorio nazionale. I risultati hanno indicato un ottimo posizionamento competitivo della Banca e hanno fornito nuovi spunti utili al continuo processo di adeguamento dell'offerta di servizi finanziari alla domanda delle imprese.

### Indagine di benchmarking

Per poter confrontare le performance del Gruppo Sanpaolo IMI con quelle delle altre banche del sistema si è aderito ad un'analisi di confronto a livello di sistema condotta su un campione della popolazione italiana di età compresa tra i 18 e i 75 anni. Da questa indagine è emerso che la soddisfazione dei clienti del Gruppo Sanpaolo IMI è superiore a quella dei principali concorrenti in tutti gli ambiti analizzati: un apprezzamento particolare, per il secondo anno consecutivo, va al personale che ottiene un elevato gradimento da parte della clientela (più del 70% dei clienti del Gruppo intervistati si dichiara pienamente soddisfatto del personale).



## La gestione della relazione con il cliente

### NUMERO RECLAMI\*

	2003	2004	2005	Var. 2005/2004
Conti correnti e depositi	1.747	2.175	1.712	-21%
Investimenti	1.596	6.131	3.082	-50%
Finanziamenti	1.031	1.233	924	-25%
Sistemi di pagamento	1.221	1.566	1.007	-36%
Altro	375	617	515	-17%
Totale	5.970	11.722	7.240	-38%

\*Dati relativi alle Banche commerciali.

La gestione dei reclami inoltrati dai clienti ha assunto sempre maggiore rilevanza nell'ambito del Gruppo a seguito della progressiva evoluzione della sensibilità sociale ed aziendale sull'argomento. È stata riservata una sempre maggiore attenzione a ricercare la massima omogeneità dei criteri di valutazione nell'ambito del Gruppo, nella convinzione che la correttezza e la

trasparenza di tali criteri possa contribuire al rafforzamento della relazione con il cliente. Sotto il profilo organizzativo si è ulteriormente perseguita la tempestività del riscontro. A tale fine, nel corso del 2005 si è conclusa la fase di realizzazione di una nuova procedura informatica - estesa a tutto il Gruppo ed operativa da inizio 2006 - finalizzata a consentire la più

sollecita evasione della pratica, con il diretto coinvolgimento delle filiali interessate alla gestione del singolo caso.

In ambito più generale, il Gruppo Sanpaolo IMI ha direttamente partecipato alla costituzione dell' "Associazione per le Alternative Dispute Resolution di controversie societarie, bancarie e finanziarie" promossa dall'ABI nell'intento di fornire alla clientela, a livello di sistema interbancario, un ulteriore strumento per la risoluzione delle controversie in via conciliativa e non giudiziale, da affiancare all'Ombudsman.

Dal 1° gennaio 2006 la competenza dell'Ombudsman - che ha assunto la denominazione di "Ombudsman-Giurì Bancario" - è stata elevata fino a 50.000 euro (valore del danno lamentato dal cliente) ed è stata estesa anche a imprese, professionisti e altri operatori economici.

Nel corso dell'anno 2005, i ricorsi inoltrati all'Ombudsman da parte di clienti non soddisfatti dei riscontri ricevuti dagli Uffici Reclami del Gruppo sono stati complessivamente 185; anche sotto tale profilo si rileva quindi la sensibile diminuzione, rispetto ai dati 2004 (203 ricorsi) che già si riscontra sul numero totale di reclami inoltrati dai clienti.

#### **La gestione degli esposti su obbligazioni non rimborsate**


Nella gestione degli esposti dei clienti, Sanpaolo IMI ha adottato un approccio che prevede l'esame caso per caso, mirato a esaminare le posizioni per cui la clientela lamenta specifiche carenze nel rapporto con la propria filiale di riferimento. Lo scopo è verificare l'adeguatezza e la coerenza formale e sostanziale dell'investimento con il profilo di rischio attribuibile al cliente promuovendo, qualora emergano perplessità in proposito, la definizione amichevole delle controversie. Nel corso del 2005 si è sostanzialmente concluso l'esame dei reclami relativi ai titoli Cirio e Parmalat, che ha condotto a riscontrare, nella maggioranza dei casi, la regolarità formale e sostanziale dell'operato del Gruppo. Prosegue l'esame dei reclami relativi a titoli Argentina anche per i quali si sta riscontrando, nella maggioranza dei casi esaminati, la regolarità formale e sostanziale dell'operato del Gruppo. Nei casi in cui l'operazione di investimento in obbligazioni Cirio, Parmalat o Argentina sia apparsa non adeguata (circa il 5% dei reclami complessivamente pervenuti alle Banche del Gruppo in relazione alle tre tipologie di investimento, per un valore nominale complessivo di circa 14 milioni di euro) si è proceduto a effettuare i relativi rimborsi alla clientela, per un ammontare pari a circa 6 milioni di euro.

#### **Anatocismo**

Si sono inoltre registrati - analogamente a quanto già rilevato negli ultimi mesi del 2004 - numerosi reclami inerenti l'asserita illegittimità della capitalizzazione trimestrale degli interessi passivi (anatocismo), riconducibili alla pronuncia più recente resa in argomento, nel novembre 2004, dalla Cassazione a Sezioni Unite. A tali esposti - pari a 6.221 nel 2005 (1.864 nel 2004) - la Banca ha ritenuto di rispondere evidenziando (sulla base di argomenti non affrontati dalla Cassazione ma spesso accolti da una parte della giurisprudenza di merito) la ritenuta legittimità del comportamento adottato.

## Rispondere ai bisogni dei clienti

### L'assistenza nella gestione del risparmio e della previdenza

L'assistenza ai clienti nella gestione del risparmio è una delle attività più importanti e, al tempo stesso, più complesse fra quelle offerte dalla nostra Banca. Per questo motivo - già negli scorsi anni è stato avviato un articolato percorso teso a costruire un bagaglio di cultura, regole e strumenti per poter meglio guidare i clienti nella scelta degli investimenti. L'attività è regolata, fin dal 2002, dalle "Linee guida in materia di attività di vendita/collocamento al pubblico di prodotti di risparmio e gestione del rischio" e, dal 2003, dall'Investment Policy, documento che raccoglie i principi e le regole di comportamento per il personale in tema di assistenza agli investimenti e l'impegno della Banca in tale ambito (  28). Coerentemente con i principi della policy, sono stati realizzati strumenti informatici dedicati e corsi di formazione per il personale nonché iniziative di comunicazione ed informazione ai clienti. In particolare, i consulenti e i gestori hanno a disposizione strumenti informatici di analisi finanziaria che incorporano le logiche dell'Investment Policy. Tali applicazioni sono il supporto per l'analisi e la valutazione del rischio di portafoglio del cliente e consentono di verificarne la coerenza rispetto ai suoi obiettivi e alla sua propensione al rischio. La





base dati risultante consente di avere un quadro globale della natura del portafoglio della clientela, individuando eventuali situazioni di particolare rischiosità e monitorando la reazione dei portafogli ai movimenti dei mercati finanziari.

Nel 2005 è stata avviata l'iniziativa Risparmio Consapevole, un ulteriore sforzo per rendere il servizio di accompagnamento nella scelta e nella pianificazione degli investimenti sempre più coerente con gli obiettivi di tutela dei risparmiatori. L'iniziativa è volta a guidare i clienti verso percorsi di conversione graduale e programmata dei propri investimenti, in coerenza con il proprio profilo finanziario. Nello specifico viene proposta la conversione di investimenti su singoli titoli azionari o obbligazionari senza rating o con basso livello di rating o di investimenti monetari - non più in grado di assicurare la protezione dall'inflazione - in prodotti di risparmio gestito caratterizzati da un rapporto rischio-rendimento più efficiente ed in grado di conservare il potere d'acquisto degli investimenti medesimi. L'iniziativa ha il fine di accrescere la consapevolezza del cliente rispetto al suo profilo di rischio e alle sue attese di rendimento e la capacità di prendere decisioni razionali anziché emotive. A supporto dell'iniziativa Risparmio Consapevole è stata realizzata la brochure "Sanpaolo. Meno banca, più Investimento Consapevole", che esplicita l'impegno della Banca per accompagnare i clienti nella scelta e nella pianificazione consapevole ed equilibrata dei loro investimenti e rafforza la comunicazione nelle occasioni di incontro con i clienti.

Il Gruppo ha poi avviato i lavori per aderire alla nuova iniziativa di PattiChiari sull'informativa allo sportello nelle operazioni di compravendita di strumenti finanziari. Prendendo a base le norme che disciplinano la vendita degli strumenti finanziari, l'iniziativa prevede un iter comportamentale dello sportellista impegnato in tale attività che sia certo, verificato e tracciato informaticamente e che valorizzi i momenti di comunicazione e di education dei clienti.

## SANPAOLO INCONTRA

Nell'ambito dell'attività di comunicazione ai clienti è inoltre proseguita l'iniziativa "Sanpaolo Incontra" - nel 2004 incentrata sul tema delle scelte di investimento e dei rischi connessi agli strumenti finanziari - con la realizzazione nel 2005 di incontri di approfondimento sul tema della previdenza e della tutela delle persone e dei loro beni. L'iniziativa si è sviluppata in una serie di undici incontri in altrettante città italiane e ha coinvolto clienti, opinion leader e più in generale le comunità locali, con una media di 200 partecipanti ad evento. Gli incontri, con l'obiettivo di informare e sensibilizzare i partecipanti su tali temi, prendevano avvio dai risultati di una ricerca sulle tendenze evolutive della società e fornivano le risposte ai più sentiti quesiti su tutela e previdenza dando vita ad un proficuo dibattito e scambio.

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



Stefano Pandiani



Banca Fideuram, società del Gruppo specializzata nella consulenza finanziaria e nel private banking con oltre 64 miliardi di euro di attività in gestione a fine 2005, fa parte del Polo Risparmio e Previdenza del Gruppo Sanpaolo IMI.

A Banca Fideuram fa capo un complesso integrato di società, italiane ed estere, specializzate nella produzione e nella gestione di prodotti finanziari distribuiti in esclusiva dai propri Private Banker. A tali prodotti si affiancano anche i tradizionali servizi bancari di compravendita titoli e fondi del Gruppo, i fondi comuni di investimento di alcune delle più importanti case di investimento internazionali e prodotti assicurativi e previdenziali.

Il servizio ai circa 700.000 clienti è garantito da un modello di business che si struttura su due reti distinte di Private Banker (la rete Fideuram e la rete Sanpaolo Invest) con un governo unitario che

ha il compito di formulare le strategie e allocare le risorse umane e finanziarie.

A partire dal 10 novembre 2005, Sanpaolo IMI S.p.A. ha conferito il 73,4% del capitale di Banca Fideuram al Polo Risparmio e Previdenza creato all'interno del Gruppo. La parte restante del capitale è sul mercato. Il titolo Banca Fideuram è quotato presso la Borsa di Milano e risulta uno dei pochi titoli italiani ad essere incluso sia nel FTSE4Good sia nel Dow Jones Sustainability Index, considerati i due più importanti indici etici di riferimento a livello europeo.

In linea con gli anni precedenti, anche nel 2005 Banca Fideuram si è contraddistinta per aver adottato una generosa politica di distribuzione dell'utile, con un payout ratio pari a circa l'87% dell'utile 2005, senza peraltro erodere la solidità patrimoniale della Banca. L'andamento del titolo Banca Fideuram nel 2005 è stato molto positivo e ha registrato un incremento superiore al 20%.

## DATI DI SINTESI

	2004	2005
Totale attivi in gestione (miliardi di euro)	59,5	64,3
Fondi comuni	16,8	18,8
Gestioni patrimoniali	16,0	17,3
Assicurazioni/Fondi pensione	13,6	14,2
Titoli / conti correnti	13,1	14,0
Raccolta netta complessiva (milioni di euro)	-798	1.222
Numero private banker	4.313	4.150
Numero dipendenti	1.824	1.866
Filiali	89	91
Uffici dei private banker	263	257
Capitalizzazione di borsa (milioni di euro)	3.735	4.500
Rating Standard & Poor's:		
breve termine	A-1	A-1
medio/lungo termine	A+	A+
Consumi energia elettrica (milioni di Kwh)	7,9	10,6
% energia idroelettrica sui consumi totali di energia elettrica	70%	100% (a partire da maggio 2005)


### La missione

Realizzare il benessere finanziario e previdenziale dei propri clienti, guidandoli verso una gestione razionale e consapevole del proprio patrimonio. Banca Fideuram è impegnata da sempre a tradurre le esigenze dei clienti in soluzioni efficaci, coerenti con ogni profilo di rischio.

### I valori

Banca Fideuram, nello svolgere la sua attività, considera fondamentale l'attenzione verso i clienti, privilegiandone sempre l'interesse e cercando di superarne le aspettative. Opera con integrità e riservatezza professionale, disponibilità e precisione, perseguendo soluzioni innovative ed efficaci.

### La cura dei clienti: servizi di assistenza agli investimenti e trasparenza

Nel corso del 2005 Banca Fideuram ha incrementato l'informativa di carattere preventivo sugli strumenti finanziari destinata ai clienti, al fine di migliorare la loro consapevolezza sulle scelte di investimento. Tale iniziativa ha comportato una revisione dei processi operativi: infatti, prima di un ordine di acquisto, la Banca fornisce ai propri clienti una scheda che analizza le principali caratteristiche dello strumento finanziario oggetto dell'operazione (livello di rischio, caratteristiche dell'emissione, il grado di liquidità, i mercati di quotazione) completata da una legenda per aiutare i clienti nella comprensione dei termini utilizzati. Con l'obiettivo di aiutare i clienti a comprendere e comparare i prodotti e i servizi bancari, Banca Fideuram ha poi proseguito nell'adesione a PattiChiari, il progetto promosso dall'ABI per migliorare i rapporti tra le banche ed i clienti. In particolare nel corso del 2005, in aggiunta alle iniziative FARO e Disponibilità assegni, già avviate rispettivamente nel 2003 e 2004, Banca Fideuram ha aderito e ha certificato le iniziative Conti Correnti a confronto e Obbligazioni a basso rischio e a basso rendimento (  31 per una illustrazione delle iniziative).

Particolare impegno viene posto nello sviluppo dell'offerta online, che nel corso dell'anno, anche accogliendo i suggerimenti forniti dai clienti, è stata rinnovata e ampliata con interventi mirati ad aumentarne la trasparenza, la semplicità d'uso e la sicurezza. Nel corso del 2005 si è assistito ad una costante crescita del numero di clienti che hanno scelto di utilizzare il canale internet per informarsi sui prodotti sottoscritti ed effettuare le proprie operazioni bancarie. Sono infatti oltre 159.000 i clienti che hanno aderito a Fideuram Online (+12% rispetto allo scorso anno).

### I Private Banker e il presidio del territorio

I Private Banker sono professionisti legati alla Banca da un contratto di agenzia che assistono i clienti nelle scelte di investimento. Al 31/12/2005 sono in totale 4.150 i Private Banker che operano nelle due reti - Fideuram e Sanpaolo Invest - a stretto contatto con le comunità di riferimento. La struttura di rete, diffusa capillarmente sul territorio nazionale, è organizzata in Aree, che possono comprendere più regioni o solo alcune province. Con l'obiettivo di potenziare il presidio del territorio, nel 2005 la struttura territoriale delle due reti è stata oggetto di una ristrutturazione che ha portato il numero di Aree da sei alle attuali otto nella rete Fideuram e da tre alle attuali quattro nella rete Sanpaolo Invest. La particolare attenzione già da tempo rivolta alla formazione dei Private Banker si è accentuata nel 2005, con un totale di 56.000 ore di formazione (13,5 ore pro-capite) fra interventi in aula e a distanza rispetto alle circa 23.000 del 2004. Tra le iniziative mirate alla crescita professionale dei Private Banker, nel 2005 è stato confermato l'impegno ad accordare borse di studio per la qualificazione di European Financial Advisor, certificazione europea rilasciata dalla €FPA (European Financial Planning Association). La €FPA è una fondazione europea al servizio del financial planning che ha come obiettivo primario la promozione di elevati standard professionali, formativi ed etici del settore. Nel corso del 2005 hanno ottenuto la certificazione €FPA 162 Private Banker del Gruppo Banca Fideuram, che si aggiungono ai 73 del 2004. È stata inoltre rafforzata la piattaforma di formazione a distanza, che mette a disposizione dei Private Banker tutte le informazioni relative all'offerta di Banca Fideuram, gli aggiornamenti normativi, i corsi nell'ambito dell'iniziativa PattiChiari, senza tralasciare aspetti più propriamente formativi legati all'attività di promozione finanziaria (ad esempio corsi finalizzati al superamento dell'esame Consob necessario per l'iscrizione all'albo dei promotori finanziari). Il Gruppo Banca Fideuram pubblica dall'esercizio 2004 un proprio Bilancio Sociale, disponibile sul sito [www.fideuram.it](http://www.fideuram.it).

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

È continuata la collaborazione con ABI nell'ambito dell'iniziativa interbancaria PattiChiari (☞ 31), che si propone di migliorare alcuni aspetti critici della relazione fra mondo delle banche e collettività offrendo a cittadini e clienti una serie di strumenti che favoriscono la comprensione dei prodotti bancari e che permettono di comparare l'offerta di più operatori. Le banche che aderiscono a PattiChiari mettono a disposizione, sul sito [www.pattichiari.it](http://www.pattichiari.it) e presso i punti operativi, un'ampia quantità di informazioni finanziarie, agevolando i clienti nella scelta del prodotto più adatto alle proprie esigenze. Nell'ambito dell'iniziativa PattiChiari è stato creato un Servizio Bancario di Base con lo scopo di avvicinare alla Banca chi non è titolare di conto corrente offrendo, a costi molto contenuti, un insieme di strumenti e di servizi essenziali finalizzati a soddisfare esigenze bancarie di base. Tale iniziativa contava a fine 2005 l'accensione di 8.300 rapporti bancari (un terzo dei conti attivati nel sistema bancario). Sono stati inoltre avviati i cantieri di lavoro per le due nuove iniziative PattiChiari: la nona iniziativa, relativa all'informativa allo sportello nelle operazioni di compravendita di strumenti finanziari, e la decima iniziativa, che intende affrontare le problematiche legate alle "barriere all'uscita" (e specularmente alle barriere all'entrata di nuovi clienti) attraverso una serie di interventi che offrano chiarezza informativa sulle procedure e sui costi di chiusura dei conti correnti e di trasferimento titoli e rendano più semplice e rapido cambiare banca.

Al fine di ridurre le barriere all'uscita legate ai costi di chiusura conto, nel corso dell'anno sono state eliminate le spese di estinzione su tutti i conti a catalogo (Benefit e MultiBenefit) e sui libretti di deposito dedicati ai giovani. Tale iniziativa si integra con quella, avviata nel 2004, per i medesimi prodotti, del blocco dei costi di gestione fino a giugno 2006.

Nel 2005 è stato inoltre lanciato un conto corrente a costo zero che consente a nuovi clienti di provare gratuitamente la banca per sei mesi.

## I FONDI ETICI

Il Sistema Etico di Sanpaolo IMI Asset Management SGR si compone di 3 fondi gestiti secondo criteri etici, sociali e ambientali: Azionario Internazionale Etico, Obbligazionario Etico ed Etico Venezia Serenissima. A fine dicembre 2005 il loro patrimonio complessivo ammontava a 759 milioni di euro (1,5% del totale fondi di diritto italiano gestiti dalla SGR).

	Patrimonio al 31/12/05 (milioni di euro)	Rendimento 2005
Azionario Internazionale Etico	335,0	+17,6%
Obbligazionario Etico	406,3	+3,6%
Etico Venezia Serenissima	17,8	+3,8%

### Criteri di investimento e Comitato Etico

Il processo di investimento dei fondi etici prevede che gli investimenti vengano selezionati utilizzando criteri di tipo sia positivo (principio inclusivo) sia negativo (principio esclusivo). I criteri positivi servono ad individuare la presenza di caratteristiche etiche nelle società o enti analizzati, i criteri negativi di selezione individuano invece le aree di attività ritenute in contrasto con i principi etici dichiarati dai fondi. Contestualmente viene anche utilizzato il principio "best in class", che permette di coniugare i criteri positivi e negativi di selezione, allo scopo di individuare società che, all'interno di determinati mercati a rischio (es. settore petrolifero) si distinguono comunque per i meriti conseguiti su tematiche socio-ambientali. Nel corso del 2005, l'applicazione dei sopra citati criteri ha determinato la variazione dell'universo investibile, ossia l'inclusione o l'esclusione di alcune società/emittenti dal portafoglio dei fondi. Per quanto riguarda la parte obbligazionaria, tra i titoli di Stato è stata confermata l'esclusione, avvenuta nel 2003, di Regno Unito ed Australia a motivo dell'intervento in Iraq non intrapreso sotto l'egida delle Nazioni Unite. Gli Stati Uniti, che sarebbero rientrati in questo motivo di esclusione, erano peraltro già assenti dal portafoglio a causa dell'applicazione della pena di morte in alcuni degli stati membri. Tra le

agenzie federali statunitensi è stata confermata l'esclusione di Fannie Mae, colosso dei prestiti immobiliari, a motivo di irregolarità contabili riscontrate nel bilancio. Per quanto concerne le società, i cambiamenti della composizione dei fondi sono dovuti alle variazioni nella composizione del benchmark: le esclusioni hanno riguardato i titoli Teliasonera (per coinvolgimento nel settore pornografico), Morgan Stanley (mancanza di trasparenza ed insufficienti standard di Corporate Governance), Cardinal Health (informazioni fuorvianti ai consumatori) e Schering Plough (politiche dei prezzi di un farmaco non corrette).

Al fine di assicurare la rispondenza delle scelte gestionali ai principi etici dichiarati dai Fondi, il Consiglio di Amministrazione di Sanpaolo IMI Asset Management SGR si avvale della collaborazione di un Comitato Etico indipendente ed autonomo costituito nell'ambito dell'associazione Ethica - Associazione per una finanza socialmente responsabile e presieduto dal Cardinale Ersilio Tonini. La consulenza e la ricerca riguardante tematiche ambientali, sociali e di governance è fornita da Avanzi SRI Research, società italiana di ricerca SRI del network SiRi, e dalla statunitense KLD. A partire dal 2005 è stata avviata la collaborazione con Avanzi come advisor per le tematiche SRI anche per la componente obbligazionaria.

Gli indici utilizzati come benchmark del Sistema Etico sono forniti da E. Capital Partners, società di consulenza nel campo dell'investimento socialmente responsabile.

### Le devoluzioni

Secondo quanto previsto dal regolamento dei fondi Obbligazionario Etico e Azionario Internazionale Etico, Sanpaolo IMI Asset Management SGR si impegna a finanziare progetti ed iniziative di carattere umanitario tramite la devoluzione dello 0,01% del patrimonio netto medio giornaliero dei fondi del Sistema Etico. A ciò si possono aggiungere integrazioni ad hoc decise dal Consiglio, come è avvenuto anche nel 2005. I fondi devoluti nel 2005 - pari a 106.000 euro - sono stati destinati in parte alle 18 associazioni convenzionate e in parte a progetti specifici proposti dal Comitato Etico:

- Progetto per la coltivazione dell'Artemisia annua per la diffusione gratuita come farmaco antimalarico specifico;
- Progetto sezione Pontificio Istituto Giovanni Paolo II (Zambia);
- Centro San Biagio (Senegal);
- Casa-famiglia per bambini in difficoltà a Campina (Romania);
- Centro Obra Social PP. Dominicos, San Juan de Letran (La Habana);
- Asianews del PIME (Pontificio Istituto Missioni Estere);
- Radio Maria;
- Centro di Integrazione familiare "Spazio Libero" (Brasile);
- Cooperativa Sociale A.E.P.E.R. (Animazione, Educazione, Prevenzione e Reinserimento);
- Fondazione Legrenzi-Cazzullo per il disagio psichico e familiare.

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

### Fondi pensione gestiti con criteri etici

Sanpaolo IMI Asset Management ha adottato politiche SRI, rispondenti cioè a criteri etici, sociali ed ambientali, nella gestione di quattro fondi pensione, cui aderiscono circa 80.500 iscritti: Previambiente (lavoratori del settore ambientale), Fondo Fon.te (settore commercio), Fondo Eurofer (Gruppo Ferrovie dello Stato) e Fondo Famiglia (casalinghe). Al 31/12/2005 la SGR gestisce per questi Fondi Pensione quasi 26 milioni di euro secondo criteri SRI, corrispondenti a oltre un terzo del patrimonio complessivo in gestione.



## L'attenzione verso i giovani ed il supporto alla formazione

Sanpaolo IMI dedica un'attenzione specifica ai giovani con un'offerta bancaria attenta alle loro esigenze e corredata da una serie di vantaggi e agevolazioni di carattere extrabancario grazie a collaborazioni con partner di rilievo nazionale e iniziative legate, in particolare, allo sviluppo formativo.

### Under 18

L'offerta dedicata ai clienti under 18 è volta alla tutela delle esigenze di risparmio dei ragazzi, oltre che a permettere loro di gestire autonomamente le piccole spese, e va incontro ai genitori che desiderano costruire un capitale per il futuro dei loro figli, ad esempio per la formazione universitaria. In particolare i libretti di risparmio per i giovani under 18 presentano un tasso di interesse più favorevole e nessun costo di tenuta conto (compreso il bollo). Per quanto riguarda le iniziative di carattere extra-bancario, viene rimarcata la componente educativa e la funzione di sensibilizzazione ai valori sociali degli omaggi legati alle diverse iniziative che interessano i giovani titolari di conto, quali:

- libri, atlanti, dizionari di inglese e di italiano (in collaborazione con alcune case editrici e il WWF) in sede di accensione del rapporto;
- per i ragazzi di età inferiore ai 10 anni, dvd "L'Isola degli Smemorati" realizzato con il patrocinio di Unicef contenente un cartone animato nel quale vengono raccontati i diritti dell'infanzia. Per ogni dvd donato viene devoluto 1 euro all'Unicef per i bambini del Sud Est Asiatico vittime del maremoto del dicembre 2004;
- per i ragazzi di età compresa tra gli 11 ed i 17 anni, una copia del Diario Agenda Tremenda realizzata dalla Onlus Fondazione Exodus di Don Mazzi impegnata nella soluzione di situazioni di disagio giovanile;
- invio di biglietti augurali Unicef in occasione delle festività natalizie.

### I giovani dai 18 ai 30 anni

Ai giovani dai 18 ai 30 anni è dedicato Esprit, un programma relazionale che ha preso avvio nel giugno 2004 e che registra a fine 2005 oltre 150 mila aderenti con un'età media di 24 anni. Si articola in tre ambiti di attività:

1. offerta bancaria dedicata che comprende carte di credito, mutui per la prima casa, prestiti personali e un conto corrente per chi ha meno di 26 anni con alcune condizioni economiche agevolate quali numero illimitato di operazioni e canone annuo zero. Anche per il 2005 è proseguita, presso i locali dell'E.DI.S.U (Ente per il Diritto allo Studio Universitario) del Piemonte, l'attività bancaria del primo Punto Ateneo, uno sportello bancario dedicato agli studenti universitari. La collaborazione con l'E.DI.S.U. prevede anche la corresponsione di 30.000 euro l'anno per borse di studio da riservare agli studenti dell'Università di Torino;
2. benefit extra bancari in collaborazione con alcuni partner esterni che offrono servizi nelle aree di interesse per i giovani (musica, internet, giochi, viaggi, cinema);
3. University Network, un programma informativo realizzato in collaborazione con il Consorzio Interuniversitario Almalaurea, che fornisce informazioni selezionate relative alla formazione post-universitaria ed all'accesso al mondo del lavoro. È stata predisposta inoltre una newsletter elettronica che viene inviata a tutti gli aderenti a Esprit con cadenza quindicinale.

Nell'ambito delle iniziative rivolte ai giovani, è proseguito nel 2005 il programma "Carta di Credito Formativo" promosso dalla Regione Campania quale strumento finalizzato alla diffusione delle conoscenze informatiche ed all'innalzamento del tasso di occupazione. Attraverso tale iniziativa si intende offrire finanziamenti a tasso agevolato per l'acquisto di hardware, software e formazione a distanza utilizzando un conto di appoggio a condizioni favorevoli.

### I servizi agli immigrati

Per venire incontro ai bisogni delle persone immigrate, sono state messe a punto iniziative mirate alla loro integrazione e a rispondere alle esigenze finanziarie più diffuse: punti di accoglienza dedicati in filiale (Multiethnic Point), un servizio di rimesse all'estero ed il microcredito (come evidenziato a pag. 91, il 50% dei destinatari dei finanziamenti è di cittadinanza non italiana).



Serena Pecori



I Multiethnic Point - con personale che parla arabo, cinese, francese e inglese - offrono consulenza personalizzata e prodotti bancari per l'investimento dei propri risparmi, l'acquisto di una casa o di altri beni, il trasferimento di fondi verso i paesi d'origine e l'avvio di attività imprenditoriali. L'obiettivo è quello di accompagnare i cittadini stranieri lungo un percorso di integrazione affinché

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

possano usufruire dei servizi bancari senza alcuna difficoltà linguistica, culturale e tecnica. A tal riguardo, anche il Servizio Bancario di Base, che permette di accedere ai servizi bancari a costi facilmente accessibili, è risultato un primo approccio molto efficace. Sono finora presenti quattro Multiethnic Point in altrettante città italiane dove è molto consistente la presenza straniera - Torino, Padova, Pescara e Poggiomarino (Napoli). Alla progettazione del Multiethnic Point di Torino hanno collaborato le istituzioni pubbliche con mediatori culturali e The Gate, un'associazione attiva sui temi dell'accoglienza agli immigrati a livello comunale. A Pescara hanno collaborato i rappresentanti delle principali comunità straniere presenti nel territorio, agevolando l'intesa con questa realtà per conoscerne le esigenze finanziarie e studiare soluzioni in grado di soddisfarle.

Per quanto riguarda le rimesse, Sanpaolo IMI offre dal 2004 un servizio di trasferimento di denaro per gli immigrati in Italia, attualmente attivo verso 12 paesi extra-UE in forza di accordi commerciali che vengono via via stipulati con banche ubicate nei paesi di origine dei migranti. Il servizio, denominato GETMONEY TO FAMILY, prevede commissioni concorrenziali e predeterminate lungo tutta la catena del pagamento, con tempi di esecuzione contenuti. Nel corso del 2005 si è registrato un rilevante incremento dell'operatività.

## Il sostegno al sistema imprenditoriale

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

*I nostri sforzi per accrescere la capacità competitiva del sistema vanno in tre direzioni: il sostegno ai processi di cambiamento e di crescita, alla ricerca e sviluppo ed all'internazionalizzazione*



Renato Bernardini

## I processi di cambiamento e di crescita delle imprese

L'accordo internazionale conosciuto come Basilea II, che sarà pienamente operativo dal 2007, prevede una nuova versione dei requisiti minimi patrimoniali cui devono attenersi le banche, individuando uno stretto legame fra questi e i rischi derivanti dall'attività di intermediazione: a rischi maggiori corrispondono requisiti patrimoniali più elevati.

Tale normativa, che incentiva il rafforzarsi di rapporti banca-impresa fondati sulla conoscenza e sulla trasparenza, rappresenta una nuova sfida sia per le imprese sia per le banche.

Le imprese italiane, nella maggior parte dei casi di piccole e medie dimensioni, hanno un ulteriore incentivo a rafforzare il proprio capitale aziendale e a perseguire il buon equilibrio delle struttura finanziaria, avviando un processo destinato a migliorare il posizionamento di mercato della propria azienda.

Le banche sono incentivate ad accrescere le proprie capacità di valutazione del credito e a rafforzare la relazione con il cliente.

Sanpaolo IMI si è preparato per tempo ai cambiamenti dotandosi in primo luogo di strumenti avanzati di misurazione e di gestione del rischio di credito e, considerando cruciale l'elemento umano e professionale, ha dedicato una particolare e diffusa attenzione alla formazione interna delle persone.

Inoltre ha prestato particolare cura a supportare e dare consulenza alle imprese che si preparano a questo processo.

Nel corso del 2005 sono state molteplici le iniziative formative e informative rivolte agli imprenditori promosse da Sanpaolo IMI - in collaborazione con associazioni locali e nazionali - legate a Basilea II e al rapporto banca-imprese: convegni e seminari si sono tenuti a Roma, Perugia, Bari, Caserta, Cosenza, Udine, Alba (Cn) e Viadana (Mn).

In coerenza con gli scopi del nuovo accordo sul capitale, il Gruppo ha arricchito la propria offerta di prodotti finanziari con due tipi di finanziamento a medio-lungo termine destinati rispettivamente al rafforzamento patrimoniale (Basilea Equity) e al miglioramento della struttura finanziaria dell'impresa, con riguardo alle poste passive del bilancio (Basilea Finanza).

## SEMINARI SU BASILEA II

Nel 2005 la Banca ha organizzato, in collaborazione con l'Unione degli Industriali di Roma, un ciclo di 3 seminari su "Basilea II: la gestione finanziaria della piccola impresa e i rapporti bancari".

L'iniziativa, che si prefiggeva di avviare un processo di sempre maggior contatto, anche culturale, tra il mondo imprenditoriale e le banche, ha rappresentato un momento di importante coesione tra queste due realtà.

In particolare, la presenza in aula di 30 imprenditori e di 4 gestori delle filiali imprese della Banca ha contribuito a favorire momenti di dialogo e scambio reciproco e a fornire ulteriori elementi conoscitivi per giungere pronti all'appuntamento con Basilea II.

*Il Gruppo Sanpaolo IMI si propone di offrire alle aziende italiane la consulenza e gli strumenti per trasformare la nuova normativa su Basilea II in opportunità di crescita e incremento di competitività*



### Gli accordi di collaborazione a sostegno delle piccole imprese

Nel 2005 sono stati avviati accordi di collaborazione con Confcommercio, Confartigianato e Coldiretti Piemonte, finalizzati alla valorizzazione ed al miglioramento qualitativo dell'offerta proposta agli associati. Nella scelta di sostenere lo sviluppo delle piccole imprese, avendo cura di fornire un servizio personalizzato e nell'interesse dei clienti, rientrano anche altre iniziative, quali la collaborazione con Ordini professionali, Associazioni di categoria e Consorzi di Garanzia Fidi, volti allo sviluppo di progetti congiunti a favore degli aderenti. Di non trascurabile importanza è poi il comparto dei finanziamenti agevolati, che rappresentano una grande opportunità per le imprese, in particolare per quelle di più piccola dimensione, intervenendo su una molteplicità di aree tematiche, dal sostegno agli investimenti alla riduzione degli squilibri territoriali, dalla tutela ambientale all'investimento in ricerca e sviluppo.

### Ricerca e sviluppo ed innovazione

La capacità di fare ricerca e sviluppo e di investire in tecnologia ed innovazione costituiscono fattori cruciali per lo sviluppo competitivo del sistema imprenditoriale italiano. In questa prospettiva il nostro Gruppo, sulla base di un'esperienza di 35 anni di gestione delle agevolazioni pubbliche alla ricerca e sviluppo (R&S), ha messo a disposizione dei clienti le competenze tecniche e finanziarie maturate nella valutazione dei progetti ed ha attivato un plafond creditizio dedicato al finanziamento di progetti di ricerca applicata delle imprese.

### *Il Gruppo ha attivato un plafond creditizio dedicato al finanziamento di progetti di ricerca applicata delle imprese*

I progetti scelti sono finalizzati ad aumentare il livello di tecnologia dei prodotti e dei processi produttivi, a sviluppare programmi di ricerca applicata relativi alla realizzazione di prodotti, processi produttivi e servizi tecnologicamente innovativi, al loro completamento o al loro miglioramento se già esistenti. Dato il successo dell'iniziativa, il plafond, lanciato nel 2004 ed inizialmente pari a 250 milioni di euro, è stato raddoppiato a 500 milioni di euro nel corso del 2005.

### SOSTEGNO ALLA NEO IMPRENDITORIA

Nell'ottica di facilitare l'accesso al credito e di prestare attenzione a categorie specifiche di clienti, il Gruppo ha stipulato una serie di convenzioni con enti regionali finalizzate allo sviluppo della neo imprenditoria, in particolare giovanile e femminile. Complessivamente Sanpaolo IMI ha finanziato, al 31/12/2005, 502 progetti per l'avvio di nuove iniziative imprenditoriali e di cooperative per un totale di circa 15 milioni di euro, nelle Regioni Lombardia, Piemonte e Molise.

Sono inoltre state introdotte alcune innovazioni volte ad ampliare l'ambito applicativo dell'offerta, che può ora sostenere programmi di maggiore entità, e a snellire il processo di erogazione dei finanziamenti. Al finanziamento si affianca un servizio di consulenza - fornito da una struttura interna con competenze specifiche - volto ad aiutare le imprese nella impostazione del progetto, nella valutazione della sua convenienza tecnologica ed economica, nella adozione di criteri di gestione dell'investimento in grado di ridurre il rischio e massimizzarne l'efficacia. L'iniziativa si rivolge a tutte le imprese e prioritariamente alle piccole e medie imprese - ad eccezione di quelle operanti nel settore della difesa - con modalità di accesso al finanziamento (che può raggiungere il 100% dei costi) semplificate ed agevolate. Al 15 marzo 2006 risultano oggetto di finanziamento 564 progetti, per un ammontare complessivo di circa 477 milioni di euro. Oltre il 90% dei destinatari sono imprese di piccole e medie dimensioni, con una media di fatturato compreso tra i 5 ed i 20 milioni di euro; sono inoltre presenti numerose imprese di dimensioni ancora più contenute. I progetti presentati riguardano in larga parte l'innovazione di prodotto, a testimonianza dell'emergere di un nuovo ciclo, dopo una lunga prevalenza di investimenti in tecnologia di processo. La distribuzione geografica dei progetti vede al primo posto le Regioni a maggiore industrializzazione, con Lombardia e Piemonte in testa. Al terzo posto, con il 10% del totale dei progetti finanziati, si colloca la Campania, dove la collaborazione con il governo regionale ha dato ottimi risultati, a riprova

di quanto possa essere efficace il lavoro congiunto tra i vari protagonisti del territorio. Emerge, infine, l'ampia distribuzione per ambito operativo dei finanziamenti: non solo i settori a tradizionale vocazione tecnologica, come meccanica ed informatica, ma anche alimentare, materiali, trasporti, tessile ed abbigliamento. Gli interventi di Sanpaolo IMI nel settore della Ricerca e Sviluppo puntano a far compiere alle aziende un



*Al finanziamento si affianca un servizio di consulenza - fornito da una struttura interna con competenze specifiche - volto ad aiutare le imprese nella impostazione del progetto e nella valutazione della sua convenienza tecnologica ed economica*

vero e proprio salto di qualità. Per questa ragione la Banca, oltre a svolgere il lavoro di istruttoria e di erogazione, è disponibile ad entrare nel merito dei progetti, condividendo la strategia dell'impresa. La semplicità procedurale, la tempestività delle erogazioni, una valutazione del progetto da finanziare affidata a specialisti con adeguate

competenze tecnologiche, che l'impresa riconosca come interlocutori competenti in grado anche di aiutarla ad affrontare per la prima volta la strada dell'hi-tech sono alla base dell'apprezzamento dell'iniziativa da parte della clientela. Sulla scia di tale apprezzamento, nel mese di dicembre 2005 il Gruppo ha affiancato alla preesistente una seconda soluzione - Innovation-Buy - che finanzia le spese ed i costi sostenuti per l'acquisizione di tecnologia già esistente. Anche questa iniziativa è rivolta a tutte le imprese ad eccezione di quelle operanti nel settore della difesa, con un importo finanziabile fino al 100% del costo del progetto. Viene pertanto offerta alle imprese la possibilità di scegliere tra le due alternative strategiche atte ad arricchire il contenuto tecnologico dei propri processi e prodotti: sviluppare internamente l'innovazione attraverso l'attuazione di progetti di ricerca applicata, ovvero acquisirla direttamente sul mercato. Il Gruppo è inoltre fortemente impegnato a sostenere l'innovazione di un settore particolarmente importante per il nostro Paese, quello agricolo ed agro-alimentare, secondo in Italia dopo il metalmeccanico e simbolo dell'eccellenza dell'immagine italiana nel mondo. Attraverso il progetto Agricoltura di Qualità Sanpaolo IMI propone soluzioni e iniziative modulate sulle esigenze specifiche delle diverse filiere produttive (vino, carne, olio, latte e formaggi ecc.). L'impegno nel settore si è indirizzato anche verso il sostegno di quelle aziende che hanno realizzato o che hanno in programma investimenti nel settore della tracciabilità e della sicurezza alimentare. In particolare nel 2005 è stato lanciato un plafond di 75 milioni di euro destinato a sostenere gli investimenti delle imprese del settore per l'adeguamento alle norme di legge sulla tutela della sicurezza alimentare e per potenziamento del sistema di qualità oltre agli obblighi di legge. A marzo 2006 è stato erogato un ammontare complessivo di oltre 10 milioni di euro. Per comunicare con il mondo delle imprese del settore, la Banca ha promosso la pubblicazione, d'intesa con Federalimentare e Il Sole 24Ore, di un manuale sulla tracciabilità dei prodotti agroalimentari ed ha realizzato una serie di incontri con operatori delle filiere agroalimentari e rappresentanti delle istituzioni, a Torino, Parma, Udine, Foggia e Palermo, nei quali è stato approfondito il tema della qualità e della sicurezza alimentare e il significato di una alleanza sulla qualità tra produttori, consumatori, istituzioni e mondo bancario.



## SANPAOLO IMI PRIVATE EQUITY

Sanpaolo IMI Private Equity è la società del Gruppo che, tramite le due SGR controllate e i relativi team di investimento, promuove e gestisce fondi mobiliari chiusi che investono nel capitale di rischio delle piccole e medie imprese, a supporto del loro sviluppo, aggregazione e riorganizzazione.

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

Il Fondo, lanciato a fine 2003, con un capitale di 100 milioni di euro sottoscritto da investitori italiani ed esteri e gestito dalla controllata Sanpaolo IMI Investimenti per lo Sviluppo SGR, ha già investito 23 milioni di euro in 5 operazioni in imprese, prevalentemente di piccole e medie dimensione, localizzate nelle regioni Campania e Abruzzo. Gli investimenti del 2005 hanno riguardato un'impresa nel settore meccanico ed un'impresa di nuova costituzione del settore delle biotecnologie.

La SGR partecipa inoltre a bandi pubblici indetti da enti locali per l'impiego di risorse pubbliche e private nel capitale di rischio delle imprese nei rispettivi territori di riferimento.

### Altri fondi multiregionali

Nel corso del 2005 si sono chiuse le sottoscrizioni di due nuovi fondi chiusi multiregionali, Fondo Centro Impresa e Fondo Nord Ovest Impresa, gestiti dalla controllata Sanpaolo IMI Fondi Chiusi SGR, dedicati ad investimenti nel capitale di piccole e medie imprese. Le sottoscrizioni hanno raggiunto complessivamente 180 milioni di euro, di cui 100 milioni riferibili al Fondo Centro Impresa e 80 milioni afferenti il Fondo Nord Ovest Impresa.

## I processi di internazionalizzazione

La capacità di attrarre investimenti esteri e di aprire il sistema imprenditoriale nazionale all'estero costituiscono processi cruciali per il futuro del sistema imprenditoriale italiano. Sanpaolo IMI favorisce e sostiene l'internazionalizzazione delle imprese italiane e promuove gli investimenti e le attività delle multinazionali estere in Italia grazie ad un'offerta finanziaria dedicata ed un esteso network internazionale. Il Gruppo è presente in 33 Paesi nel mondo, in particolare in tutte le principali piazze europee, asiatiche e del continente americano e nei mercati emergenti con le maggiori prospettive di sviluppo e di opportunità per le imprese italiane. Tale presenza è assicurata tramite 13 filiali, 19 uffici di rappresentanza, 2 desk operativi e la sussidiaria irlandese

Sanpaolo IMI Bank Ireland, cui si aggiungono le 96 filiali delle banche estere controllate operanti nell'Europa centro-orientale. Per dare maggior efficacia al servizio di assistenza alla clientela italiana sui mercati esteri sono stati creati, presso ciascuna filiale estera e presso le banche estere controllate, gli "Italian desk", nuclei di specialisti bilingue. Il Gruppo ha inoltre stipulato numerosi accordi operativi con banche presenti nei Paesi dove il miglior servizio alle imprese italiane può essere garantito solo avvalendosi anche di una primaria banca locale. Oltre a quelli già in atto in vari Paesi tra cui la Cina (con l'Industrial Bank of China e la China Merchants Banks che dispongono di oltre 20.000 filiali), la Tunisia (con la Banque Internationale Arabe de Tunisie di cui il Sanpaolo detiene il 5,6%), gli Emirati Arabi Uniti (National Bank of Abu Dhabi) e il Marocco (Banque Marocaine du Commerce Extérieur), nel corso del 2005 sono stati siglati due nuovi accordi commerciali: in India, con la ICICI Bank Ltd, seconda banca indiana, e in Thailandia con la TMB Bank Public Company Ltd. Entrambi gli accordi prevedono, fra l'altro, la possibilità per le imprese clienti di accedere, a condizioni privilegiate, ai servizi e ai finanziamenti in valuta locale. Completano il quadro delle alleanze strategiche l'accordo con la Caisse National des Caisses d'Epargne in Francia, per il tramite di Banque Palatine, e con il Gruppo Santander Central Hispano (più di 4.000 filiali in 9 Paesi dell'America Latina); quest'ultima ha anche portato alla costituzione di appositi "Desk America Latina" in Italia, con personale proveniente dal network latino-americano della banca spagnola. Il supporto alla clientela italiana orientata ad intensificare gli scambi commerciali e gli investimenti nell'Est Europa, oggi già garantito della presenza del Gruppo in Ungheria tramite l'Inter Europa Bank, in Romania attraverso Sanpaolo IMI Bank Romania e in Slovenia tramite la Banka Koper, è stato a fine 2005 consolidato grazie all'accordo siglato per l'acquisizione di una partecipazione dell'80% della Banca Italo Albanese.

Le imprese italiane che operano in paesi a rischio elevato trovano adeguata copertura/mitigazione del fattore "rischio paese" grazie all'accordo quadro Sanpaolo IMI/SACE cui si è aggiunta, lo scorso ottobre, l'adesione (prima banca italiana) al programma Global Trade Finance dell'International Finance Corporation, che consente a Sanpaolo IMI di ottenere una copertura parziale o totale dei rischi assunti verso le banche dei Paesi emergenti nell'ambito di attività di import/export di beni e servizi. Da evidenziare, inoltre, l'accordo stipulato con SACE per l'attivazione di una linea di finanziamento, garantita al 95% da SACE, a sostegno degli imprenditori italiani per la ricostruzione e/o riattivazione delle attività commerciali, turistiche, alberghiere e manifatturiere che hanno subito danni economici a seguito del maremoto del dicembre 2004 nei Paesi del Sud Est Asiatico.



### Creazione di valore

Riserviamo attenzione alle persone e valorizziamo il patrimonio di competenze ed esperienze perché queste costituiscono il fattore chiave per la generazione di vantaggi competitivi sostenibili e, quindi, di creazione del valore.

### Orientamento al cliente

Poniamo la massima attenzione alle singole persone dell'azienda, che rappresentano i "clienti interni", fornendo loro supporto ed informazione affinché si esprimano al meglio.

### Integrità

Vogliamo esprimere costantemente comportamenti, azioni e decisioni orientate ad imparzialità, onestà, eticità e responsabilità sociale.

### Tensione verso l'eccellenza

Coltiviamo dinamismo e innovazione perseguendo prassi operative allineate alle best practice ed in coerenza con le esigenze del business; sviluppiamo il senso di responsabilità nel perseguire gli obiettivi attesi guardando alle implicazioni sul futuro.

### Crescita nel rispetto delle specificità

Intendiamo sviluppare un sistema sociale aziendale armonico ed integrato, che, valorizzando le identità e le capacità professionali dei singoli, sia fautore di sviluppo.

### Responsabilità nell'utilizzo delle risorse

Ricerchiamo l'efficienza, la partecipazione responsabile delle persone e dedichiamo attenzione ad ogni sorgente di costo per assicurare la crescita nel futuro.



## OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI

### Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2004

Evoluzione dei sistemi di retribuzione variabile attraverso l'adozione di meccanismi che enfatizzano il superamento degli obiettivi assegnati.

Realizzazione di nuove iniziative mirate allo sviluppo delle capacità ed alla valorizzazione delle competenze. In particolare:

- a. estensione del sistema delle competenze di management ai dirigenti;
- b. evoluzione del sistema delle competenze professionali relativo al restante personale, quale base del più complessivo sistema di gestione e sviluppo relativo a quadri e personale delle aree professionali.

### Azioni e risultati raggiunti nel 2005

Con il sistema di incentivazione 2005 il precedente meccanismo di correlazione lineare tra la percentuale di raggiungimento degli obiettivi e la percentuale di erogazione dell'incentivo è stato sostituito con uno di natura esponenziale che enfatizza il raggiungimento dei risultati, premiando le performance migliori e superiori alle attese.

- a. È stato realizzato un ambiente intranet finalizzato ad accompagnare e promuovere lo sviluppo delle capacità manageriali dei dirigenti, attraverso seminari di formazione, materiale didattico e percorsi formativi di auto-apprendimento.
- b. È stata ultimata la progettazione del nuovo sistema di gestione delle competenze che si qualifica per:
  - stretta coerenza delle competenze richieste ai diversi profili professionali rispetto al Piano Industriale;
  - innovazione nel processo di rilevazione delle competenze possedute dalle persone.
 È stato così possibile un affinamento del modello a supporto delle scelte e delle azioni di sviluppo professionale delle persone e di quello a supporto degli interventi di tipo gestionale.

*Il personale del Gruppo Sanpaolo IMI si caratterizza per un'elevata componente femminile, un alto tasso di scolarità ed un'età media più bassa rispetto al sistema*

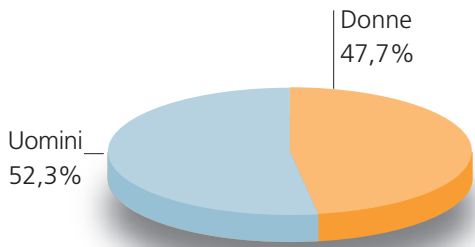


Angela Grazioli

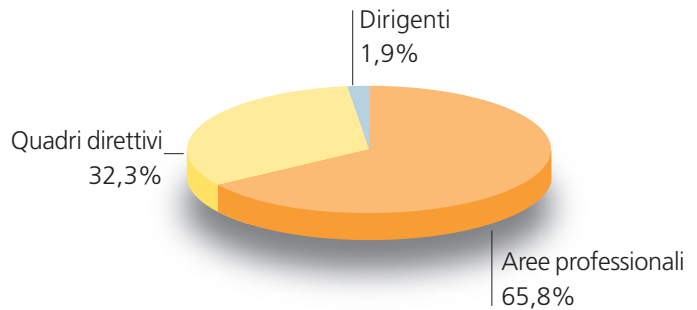
## La composizione del personale

Al 31 dicembre 2005 il Gruppo si compone di 43.476 dipendenti, cui si aggiungono 190 risorse con contratti di lavoro atipico (contratti di somministrazione lavoro e collaboratori a progetto). Il personale del Gruppo Sanpaolo IMI si caratterizza per un'elevata componente femminile, un alto tasso di scolarità, un'età media più bassa rispetto al sistema ed una più elevata incidenza dei lavoratori a tempo determinato a seguito dell'utilizzo di tale tipologia contrattuale per l'inserimento di personale nel secondo semestre 2003 nell'attesa della piena applicabilità dei nuovi istituti previsti dalla Legge 30/2003. D'altro lato i lavoratori a tempo determinato si sono ridotti nel 2005 di oltre un terzo a seguito della trasformazione in rapporti di lavoro stabili.

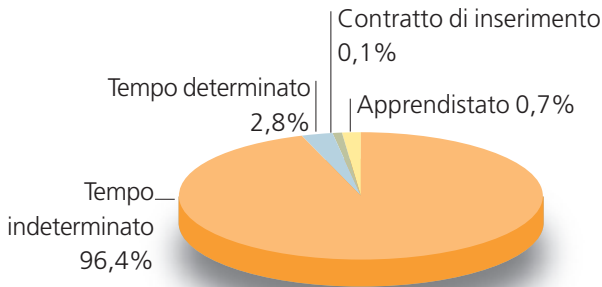
### RIPARTIZIONE PER GENERE



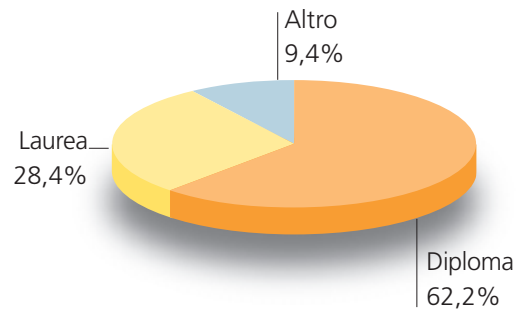
### RIPARTIZIONE PER CATEGORIA CONTRATTUALE



### RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

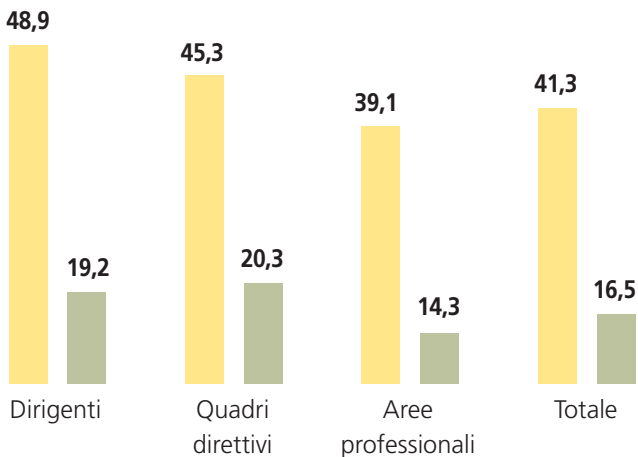


### SCOLARITÀ



### ETÀ E ANZIANITÀ MEDIE

■ Età media  
■ Anzianità media



### Dati medi di sistema\*

- Donne: 38,6% Uomini: 61,4%
- Dirigenti: 1,8% Quadri direttivi: 36,8% Aree professionali: 61,4%
- Tempo indeterminato: 97,9% Tempo determinato: 1,5% Formazione lavoro: 0,6%
- Laurea: 24,3% Diploma: 58,2% Altro: 17,5%
- Età media: 43,1 anni (Dirigenti: 49,6 Quadri Direttivi: 45,9 Aree Professionali: 41,3)

\*Dati 2004 relativi alle maggiori banche.  
Fonte: Rapporto ABI 2005 sul mercato del lavoro nell'industria finanziaria.

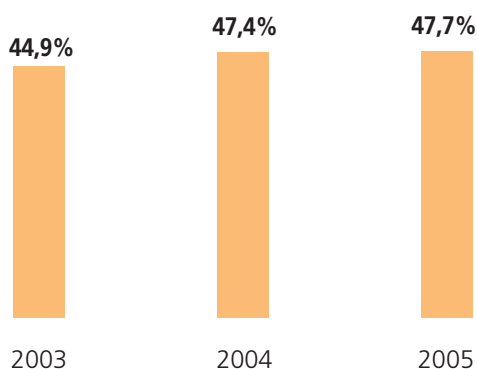
## L'evoluzione del personale

L'evoluzione del personale negli ultimi due esercizi mostra le seguenti caratteristiche:

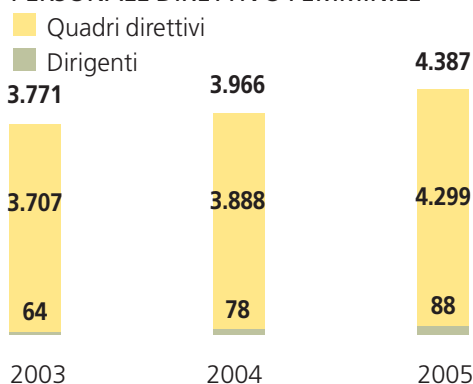
- un aumento della componente femminile (+5,8% nei due anni), oggi pari al 47,7%, legata all'elevata incidenza delle donne nelle nuove assunzioni;
- un incremento del personale direttivo femminile (+16,3% nei due anni), che evidenzia la politica di equità nei percorsi di carriera e di sviluppo professionale;

- un incremento (+14,7% nei due anni) del numero dei laureati, ora pari al 28,4% del totale, a seguito dell'ingresso in prevalenza di personale in possesso di diploma di laurea;
- una sostanziale stabilità dell'età (41,3 anni) e dell'anzianità media (16,5 anni), grazie all'inserimento di giovani risorse;
- un incremento delle risorse in part-time (+13,3% nei due anni), oggi pari all'8,4%.

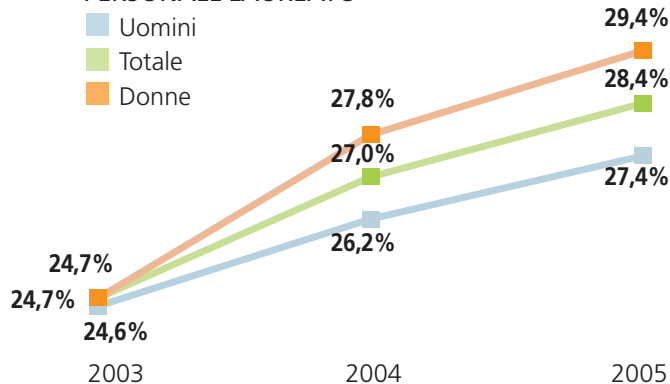
### PRESENZA FEMMINILE IN AZIENDA



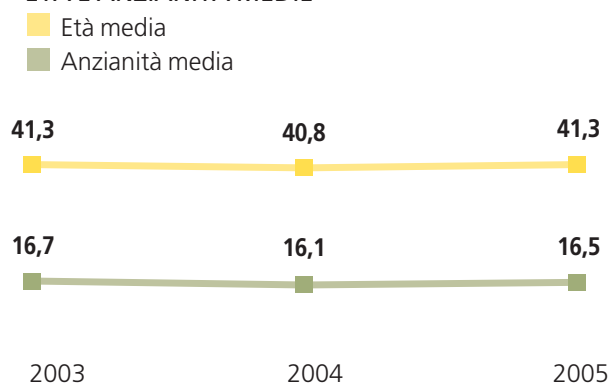
### PERSONALE DIRETTIVO FEMMINILE



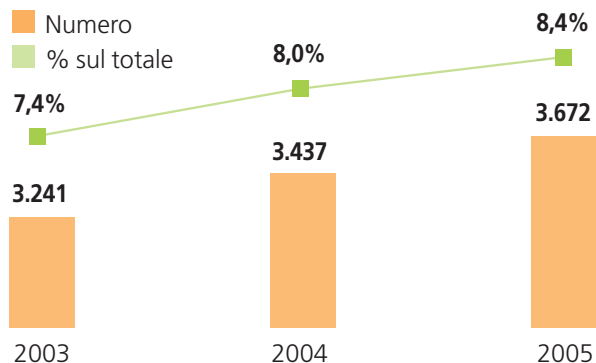
### PERSONALE LAUREATO



### ETÀ E ANZIANITÀ MEDIE



### PERSONALE PART-TIME



## Turn-over

Nel corso del 2005 è proseguita l'attività di inserimento di giovani risorse che ha permesso il completamento del ricambio generazionale avviato nel 2003. In particolare le assunzioni a livello di Gruppo sono state circa 1.700, di cui 1.010 nelle Banche commerciali e quasi 700 nelle altre società del Gruppo. Nelle assunzioni si evidenzia una netta prevalenza di personale femminile e laureato. Le cessazioni sono state circa 1.050, di cui 530 nelle Banche commerciali.

*Nel corso del 2005 è proseguita l'attività di inserimento di giovani che ha permesso il completamento del ricambio generazionale avviato nel 2003*

### ASSUNZIONI E CESSAZIONI 2005\*

Ripartizione per categoria contrattuale	Assunzioni			Cessazioni		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>TOTALE</b>	<b>406</b>	<b>604</b>	<b>1.010</b>	<b>337</b>	<b>193</b>	<b>530</b>
%	40,2%	59,8%	100%	63,6%	36,4%	100%
Dirigenti	7	0	7	24	0	24
Quadri direttivi	27	10	37	141	31	172
Aree professionali	372	594	966	172	162	334
<b>Ripartizione per tipologia di contratto</b>						
Tempo indeterminato	127	82	209	304	129	433
Tempo determinato	195	352	547	32	63	95
Contratto di inserimento	10	9	19	0	0	0
Apprendistato	74	161	235	1	1	2

\*Dati riferiti alle Banche commerciali.

*La politica di sviluppo di carriera adottata dal Gruppo si fonda sul riconoscimento del merito individuale, in un'ottica di valutazione complessiva delle performance e delle competenze e della valorizzazione delle attitudini personali*

## Evoluzione delle carriere e politica retributiva

La politica di sviluppo di carriera adottata dal Gruppo si fonda sul riconoscimento del merito individuale, in un'ottica di valutazione complessiva delle performance e delle competenze e della valorizzazione delle attitudini personali. La politica retributiva nelle Banche commerciali prevede diversi strumenti: le promozioni, le erogazioni di importi una tantum e l'assegnazione di incrementi fissi ad personam. Nel 2005 le promozioni nelle Banche commerciali hanno riguardato quasi 3.000 persone corrispondenti all'8,1% del personale (8,7% sul totale uomini e 7,4% sul totale donne). La ripartizione delle promozioni (43,2% donne e 56,8% uomini) è influenzata dalla diversa composizione per genere dell'organico ed evidenzia negli anni un progressivo incremento dell'incidenza degli interventi retributivi a favore delle donne in linea con il carattere di equità delle politiche retributive e di evoluzione

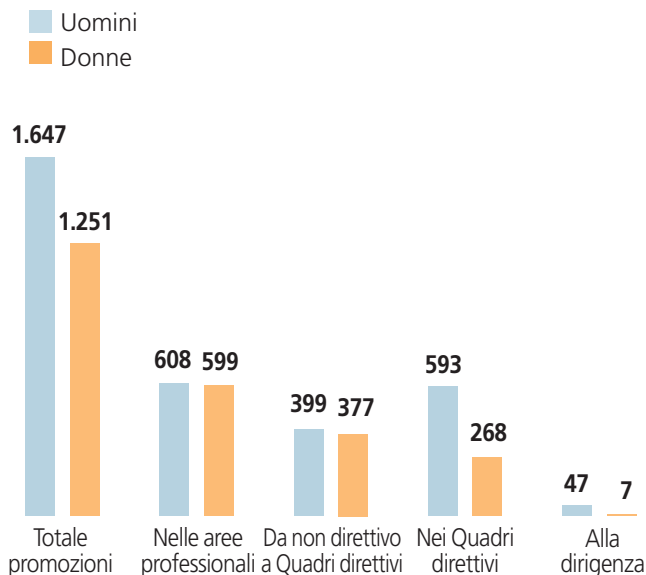
dell'organico: da sottolineare l'incremento delle nomine a quadro direttivo (+29,1%) nell'ambito della popolazione femminile. Gli interventi retributivi nel loro complesso (promozioni, una tantum, incrementi ad personam) sono pari a 4.300 nel 2005, con un incremento del 3,6% rispetto al 2004, riconducibile in particolare ad un maggiore utilizzo di interventi una tantum. Nel 2005 si è conclusa l'armonizzazione del modello organizzativo che ha comportato impatti sull'assetto retributivo delle Banche commerciali, in relazione anche

alle nuove professionalità e all'evoluzione delle specializzazioni. Le differenze retributive tra uomini e donne, sostanzialmente riconducibili alla diversa anzianità media di servizio, si stanno progressivamente riducendo nel corso degli ultimi anni.

I dati medi di retribuzione fissa lorda per categoria contrattuale risultano in linea con la media delle banche italiane, come risulta dall'indagine retributiva condotta dall'ABI nel 2005; in particolare le aree professionali e i primi due livelli dei quadri direttivi delle Banche commerciali evidenziano un posizionamento superiore alle medie di mercato.

L'incremento retributivo delle aree professionali e quadri direttivi è conseguente agli impatti dell'accordo di rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale delle imprese creditizie, finanziarie e strumentali di febbraio 2005, mentre l'aumento delle retribuzioni medie dei dirigenti risulta contenuto a causa della ricomposizione della categoria conseguente all'ingresso di nuovi dirigenti e alle uscite per Fondo di Solidarietà. Nel 2005 viene confermato un forte investimento nella retribuzione variabile. Nonostante il considerevole incremento della retribuzione fissa conseguente al rinnovo contrattuale rimane infatti sostanzialmente stabile l'incidenza della retribuzione variabile sia rispetto alla RAL sia alla RGA (con un lieve incremento nelle aree professionali). L'incidenza della componente variabile della retribuzione aumenta al crescere della categoria contrattuale ed è pertanto legata alle maggiori responsabilità assegnate ed alle leve a disposizione per il raggiungimento degli obiettivi.

**PROMOZIONI 2005\***



\*Dati riferiti alle Banche commerciali.

**RETRIBUZIONE LORDA FISSA**

(medie per categoria contrattuale)\*

	Uomini			Donne			Media		
	euro	al netto dei part-time	var. 05/04	euro	al netto dei part-time	var. 05/04	euro	al netto dei part-time	var. 05/04
Dirigenti	111.498	111.498	1,8%	101.481	101.481	4,6%	110.613	110.613	1,9%
Quadri direttivi	50.949	51.011	5,0%	44.990	45.968	5,5%	49.151	49.575	5,0%
Aree professionali	32.952	33.078	5,4%	30.008	31.089	4,9%	31.281	32.063	5,1%

\*Dati riferiti alle Banche commerciali.

**INCIDENZA RETRIBUZIONE VARIABILE**

(medie per categoria contrattuale)\*

	% RAL			% RGA		
	Uomini	Donne	Media	Uomini	Donne	Media
Dirigenti	36,6%	37,5%	36,6%	26,8%	27,3%	26,8%
Quadri direttivi	14,6%	13,8%	14,4%	12,7%	12,1%	12,6%
Aree professionali	9,0%	9,2%	9,1%	8,3%	8,4%	8,3%

\*Dati riferiti alle Banche commerciali.

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

## Pari opportunità, conciliazione casa-lavoro, flessibilità

Il Gruppo persegue una politica di pari opportunità nei confronti delle donne lavoratrici, di inserimento di persone diversamente abili negli ambienti lavorativi e di tutela delle minoranze.

Come già evidenziato in precedenza il Gruppo si caratterizza per una elevata presenza femminile in azienda (20.745 unità pari al 47,7% del totale).

Inoltre, l'età e l'anzianità media del personale femminile delle Banche commerciali risultano inferiori rispetto alla media: età media di 39 anni contro 44,3 degli uomini (per i dirigenti pari a 48,1 per le donne e 50,6 per gli uomini) ed anzianità media di 15,5 contro 19,6 degli uomini (per i dirigenti pari a 21,1 per le donne e 24,1 per gli uomini).

Il 2005 ha inoltre confermato alcune tendenze emerse già

negli esercizi precedenti: in particolare la sostenuta crescita del personale direttivo femminile in azienda (+10,6%), pari oggi al 29,5% del personale direttivo complessivo; un incremento del personale femminile con ruolo di direttore e gestore di portafogli di clientela e l'elevata componente femminile sulle assunzioni delle Banche commerciali (59,8% del totale).

Le donne in part-time sono a fine 2005 3.474 (il 95% del totale delle risorse part-time), in crescita del 7% e rappresentano il 16,7% della presenza femminile. Inoltre, altre 3.630 persone (di cui 2.296 donne e 1.334 uomini) appartenenti alle aree professionali fruiscono di flessibilità di orario.

### PART-TIME

	Uomini		Donne		Totale	
	num.	Part time sul totale uomini	num.	Part time sul totale donne	num.	Part time sul totale
Gruppo Sanpaolo IMI	198	0,9%	3.474	16,7%	3.672	8,4%

### Dati medi di sistema\*

• Uomini: 0,9% Donne: 19,2% Totale: 8,0%

\*Dati 2004 relativi al sistema bancario italiano.

Fonte: Rapporto ABI 2005 sul mercato del lavoro nell'industria finanziaria.

### PART-TIME E FLESSIBILITÀ BANCHE COMMERCIALI

	Uomini	Donne	Totale	
	num.	num.	num.	% sul totale di categoria
Dirigenti	0	0	0	0,0%
Quadri direttivi	27	289	316	2,7%
Aree professionali	1.482	5.136	6.618	28,2%
- part-time	148	2.840	2.988	12,7%
- flessibilità diversa dal part-time	1.334	2.296	3.630	15,5%
<b>TOTALE</b>	<b>1.509</b>	<b>5.425</b>	<b>6.934</b>	<b>19,3%*</b>

\*% su totale dipendenti.

### RIPARTIZIONE PERSONALE DI FILIALE\*

■ Uomini

■ Donne

Var. 05/04

Uomini

Donne

Direttori	2.310	640	-0,3%	2,7%
Gestori con portafoglio	3.090	2.792	0,5%	0,8%
Altri ruoli	7.748	9.134	0,1%	2,5%

\*Dati riferiti alle Banche commerciali.



## IL SISTEMA DI VALUTAZIONE DEL CAPITALE UMANO

Il sistema di valutazione del capitale umano realizzato da Sanpaolo IMI si colloca nell'ambito dei modelli di misurazione e valutazione del patrimonio intangibile e risponde all'obiettivo di comprendere il ruolo del capitale umano nelle dinamiche di generazione del valore aziendale. Il sistema contiene una serie di indicatori di performance di tipo quantitativo (non solo di natura finanziaria) e qualitativo (misurabili), aggiornati mensilmente, relativi a due ambiti:

- Capitale Umano e processi di gestione delle risorse umane (selezione e assunzioni, gestione ed amministrazione, formazione, gestione della prestazione, sviluppo professionale, etc);
- Business: gli indicatori di business attualmente presenti nel sistema di valutazione del capitale umano fanno riferimento a tre ambiti (asset & liability, prodotti/servizi, clienti).

Gli ambiti applicativi del sistema sono essenzialmente tre. Il primo riguarda gli indicatori del Capitale Umano e dei processi di gestione delle risorse umane, che consentono sia di effettuare analisi sul sistema professionale e sociale aziendale sia di valutare la performance dei singoli processi. Questi indicatori, tra loro aggregati, permettono inoltre di

tenere sotto controllo specifici fenomeni critici per il raggiungimento degli obiettivi del piano industriale:

- fenomeni di efficienza: costo del personale, efficienza organizzativa, flessibilità ed efficacia della politica retributiva, costi di funzionamento dei processi di gestione delle risorse umane;
- fenomeni di efficacia: flessibilità del capitale umano, efficacia dello sviluppo risorse, effetti dell'attrattività aziendale, responsabilizzazione delle risorse.

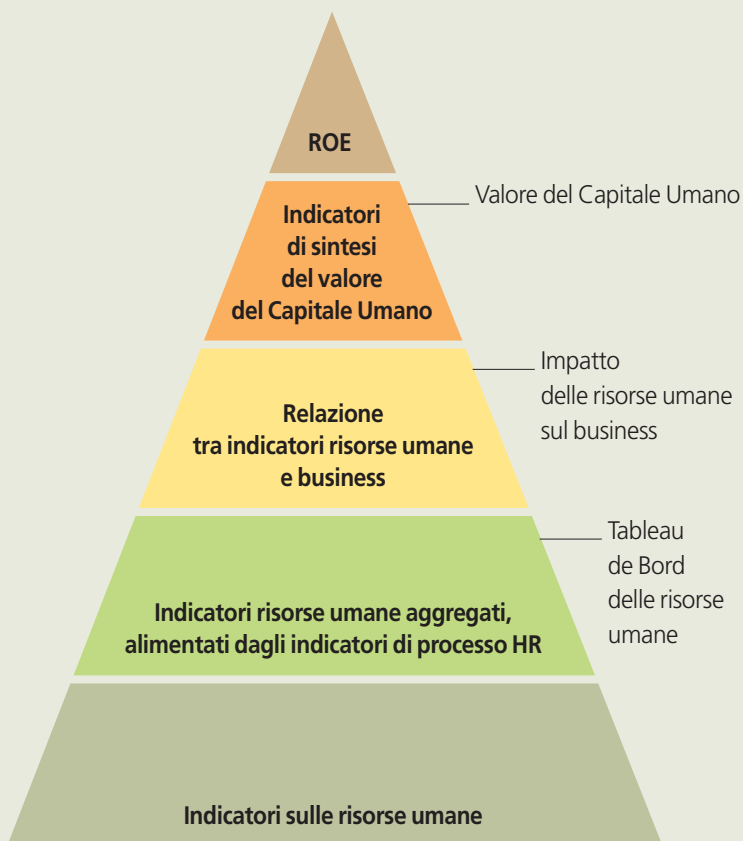
Il secondo ambito riguarda le relazioni tra gli indicatori legati alle risorse umane e gli indicatori di business, per comprendere le relazioni causali e cogliere come i risultati di business (es: la dinamica della produttività, lo sviluppo degli aggregati patrimoniali e reddituali, la fidelizzazione della clientela, la redditività della relazione con i clienti, ecc) siano riconducibili anche alla qualità del capitale umano e alla gestione delle persone.

Le analisi consentono di cogliere tendenze e situazioni critiche e di identificare su quali variabili sia opportuno intervenire, delineando specifiche linee di azione.

Il terzo ambito applicativo consiste nell'utilizzo di indicatori gestionali e finanziari – ROI del capitale umano, cost/income del capitale umano, efficacia del capitale umano, ecc. – per evidenziarne il contributo per la creazione del valore aziendale.

Un aspetto qualificante del sistema progettato consiste nel fatto di consentire un elevato livello di dettaglio minimo (la singola matricola per quanto riguarda i dati sulle risorse umane e la filiale per ciò che attiene agli indicatori di business) ed un altrettanto ampio livello di aggregazione: è dunque possibile effettuare analisi sia a livello micro, di singola persona o punto operativo, sia macro, di area o linea di business.

I dati sono accessibili attraverso applicativi software che consentono sia la visualizzazione ed il reporting standard e predefinito, sia la possibilità di effettuare analisi interattive e multidimensionali che permettono di approfondire l'esame del dato incrociando contemporaneamente più dimensioni di analisi. Le dimensioni attualmente attivate sono 18, tra cui tempo, struttura organizzativa, area geografica, età e ruoli. Alcune dimensioni permettono, al loro interno, una ulteriore scomposizione (es. la dimensione "tempo" è scomponibile in anno, semestre, trimestre, mese). Con l'impostazione realizzata, il sistema di Valutazione del Capitale Umano consente, in sintesi, di cogliere e focalizzarsi su aspetti concreti e problemi reali e di individuare gli ambiti e le leve sulle quali agire per indirizzare le azioni.



## L'investimento nella formazione

Le attività di formazione sono uno dei punti di forza del Gruppo. Sono indirizzate sia a supportare la crescita individuale sia a migliorare la professionalità delle persone per renderle sempre più competenti, motivate e capaci di partecipare attivamente al perseguimento degli obiettivi aziendali e ottenere vantaggi competitivi sostenibili.

La diminuzione nel 2005 del numero di giornate erogate e conseguentemente della media ore pro-capite è legata al venir meno dei progetti ad elevato impatto dimensionale che avevano caratterizzato il 2003 e il 2004, in particolare la formazione a supporto della integrazione dei sistemi informativi delle Banche commerciali (88.000 giornate nei due anni).

In funzione degli obiettivi da raggiungere sono a disposizione diversi canali:

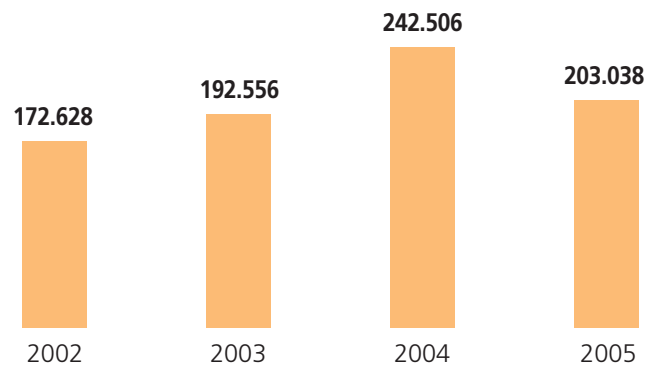
- formazione svolta all'interno con l'utilizzo di qualificati formatori esterni e il coinvolgimento come docenti interni di personale del Gruppo (circa 1.000 nel 2005);
- formazione a distanza attraverso la piattaforma di e-learning aziendale Campus Sanpaolo, accessibile via intranet da ogni postazione di lavoro;
- corsi di formazione specialistica, organizzati e tenuti presso enti esterni.

### FORMAZIONE IN ORARIO DI LAVORO\*

	2004	2005	var. 05/04
Giornate di formazione	250.811	222.114	-11%
Media ore pro-capite di formazione	48,9	40,6	-17%

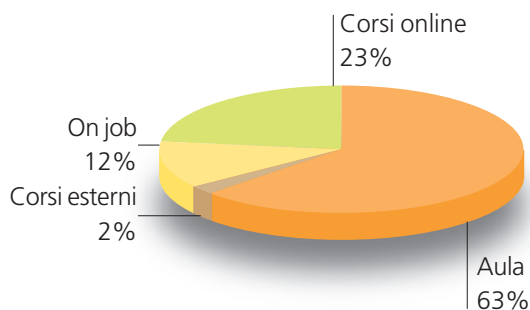
\*Dati riferiti alle società del Gruppo operanti in Italia.

### TOTALE GIORNI DI FORMAZIONE\*



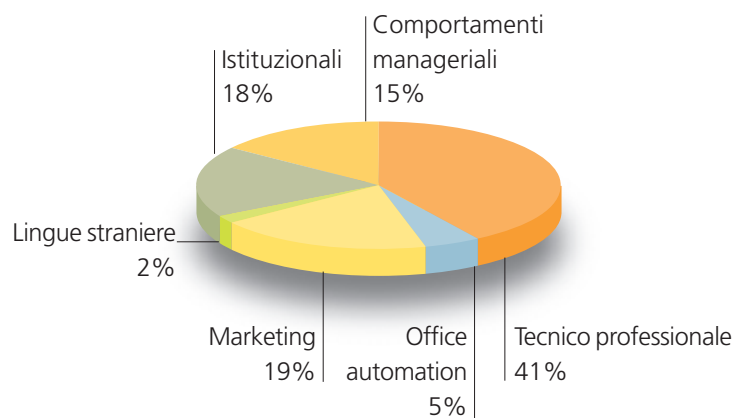
\*Dati riferiti alle Banche commerciali

### DISTRIBUZIONE PER CANALE\*



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

### DISTRIBUZIONE PER ARGOMENTO\*



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

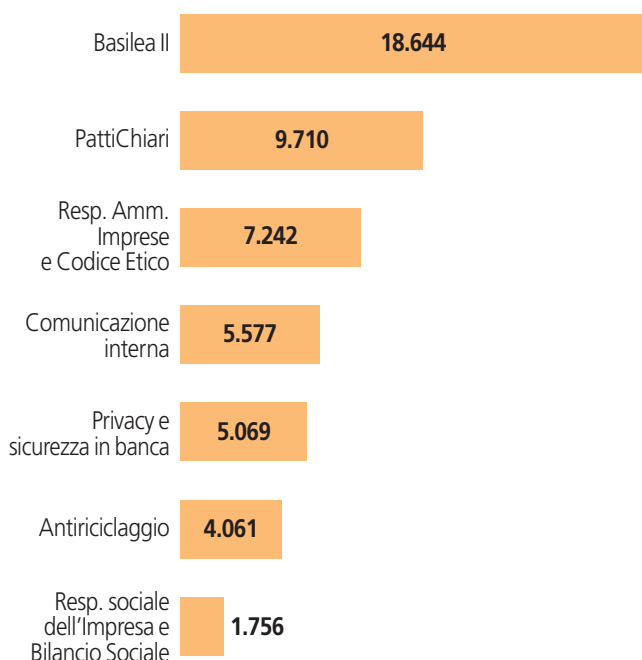
Nel corso dell'anno sono stati effettuati significativi investimenti formativi sia sull'area tecnico-specialistica (legati in particolare all'introduzione di Basilea II e dei principi contabili IAS) sia sull'area comportamentale a supporto della relazione con i clienti, della valorizzazione dei collaboratori, della comunicazione interna, della corretta interpretazione dei diversi ruoli previsti nei modelli distributivi ed organizzativi, dell'efficace utilizzo degli strumenti di pianificazione commerciale per lo sviluppo del business. Un forte coinvolgimento dei colleghi si è avuto attraverso specifici corsi sulle tematiche di PattiChiari, della responsabilità amministrativa

delle imprese e del Codice Etico, della responsabilità sociale d'impresa e del Bilancio Sociale.

Per alcune figure professionali sono stati progettati intensi percorsi formativi ad hoc, legati al particolare ruolo ricoperto e a trasformazioni nel modello di servizio, volti a migliorare competenze tecniche e commerciali e a sviluppare specifiche capacità relazionali sia nei confronti dei clienti sia nei confronti dei collaboratori. Sulla base di questionari anonimi raccolti in aula a fine corso (circa 55.000) l'indice di qualità e di gradimento dei corsi è risultato pari a 4 su una scala da 1 a 5.

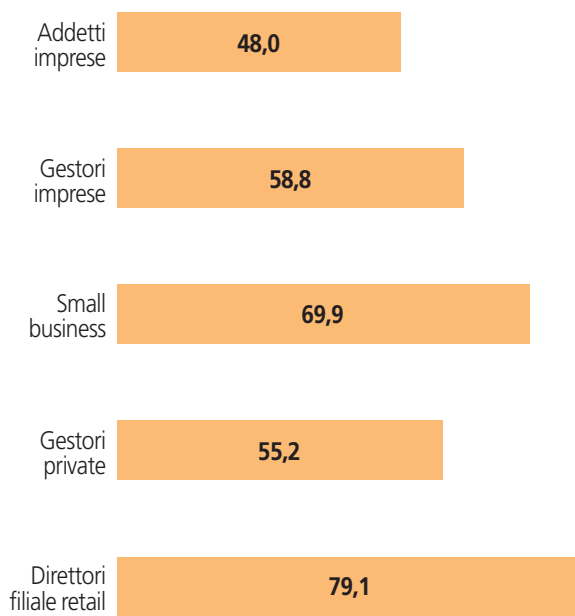
*Le attività di formazione sono uno dei punti di forza del Gruppo. Sono indirizzate sia a supportare la crescita individuale sia a migliorare la professionalità delle persone per renderle sempre più competenti, motivate e capaci di partecipare attivamente al perseguimento degli obiettivi aziendali e ottenere vantaggi competitivi sostenibili*

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



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

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



\*Dati riferiti alle Banche commerciali

## Le comunità aziendali

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

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

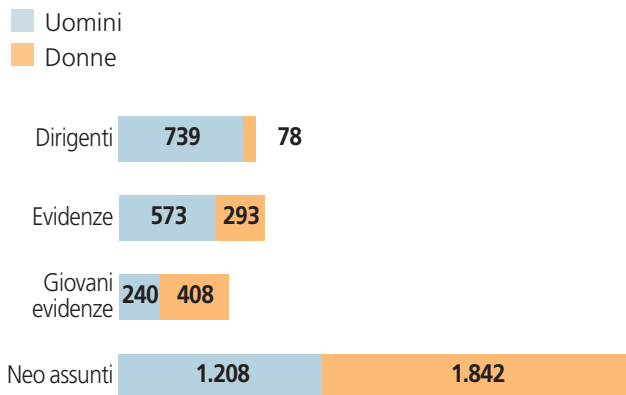
A fine 2005 le comunità aziendali sono 4:

- Neoassunti nel Gruppo (per i primi 24 mesi), per accompagnare la fase di inserimento, creare senso di appartenenza, far emergere le potenzialità presenti;
- Giovani Evidenze, (fino a 33 anni), caratterizzati da prestazioni e competenze medio-alte, con potenzialità da sviluppare per ricoprire ruoli di maggior complessità;
- Evidenze (oltre 33 anni) con elevate prestazioni e competenze, che possano avviarsi a ricoprire ruoli manageriali nel Gruppo;

- Dirigenti del Gruppo, con l'obiettivo di orientare i comportamenti operativi verso logiche strategiche e organizzative comuni, per migliorare l'effettiva integrazione operativa.

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

### CONSISTENZE COMUNITÀ



### CONSISTENZE ED INIZIATIVE DELLE COMUNITÀ

	Consistenze		Iniziativa di sviluppo	
	num.	var. 05/04	persone coinvolte	gg/aula
Neoassunti	3.050	9,2%	3.090	3.090
Giovani evidenze	648	22,3%	272	816
Evidenze	866	27,5%	100	444
Dirigenti	817	51,6%	18	108
<b>Totale</b>	<b>5.381</b>	<b>18,5%</b>	<b>3.480</b>	<b>4.458</b>
Attività trasversali			2.304	2.645



Laura Ibba

Nell'arco del 2005 la gestione per comunità è stata estesa a diverse società del Gruppo ed ulteriormente intensificata nelle Banche commerciali, portando la consistenza delle comunità a 5.381 persone (+840 rispetto al 2004), con la partecipazione ad attività di sviluppo da parte di 3.480 risorse per complessive oltre 7 mila giornate.

## Le relazioni industriali

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

## I rapporti con le Organizzazioni Sindacali

Il tasso di sindacalizzazione del personale delle Banche commerciali è di circa il 79%, in linea con le medie nazionali del settore. Nel corso dell'anno 2005 sono state proclamate complessivamente 6 giornate di sciopero, per motivi non legati a problematiche aziendali o di settore. In concomitanza con l'adozione di un unico modello organizzativo per tutte le Banche commerciali, si è perfezionato il processo di omogeneizzazione degli aspetti della disciplina del rapporto di lavoro direttamente funzionali al modello stesso.

## Le categorie protette

Nelle Banche commerciali 2.499 persone, pari al 7% del totale personale, appartengono alle categorie protette secondo la Legge 68/99 (invalidi, disabili ecc.).

## I contenziosi e le controversie in corso

A fine 2005 sono in corso 190 cause con il personale delle Banche commerciali, circa l'8% in meno rispetto al 2004. I provvedimenti disciplinari sono stati 129 (corrispondenti allo 0,3% del personale).

	2004	2005
Giornate di sciopero	14	6
Giornate assenza per sciopero	55.918	5.109
Giornate di permessi sindacali	49.741	49.419

Dati riferiti alle Banche commerciali



Teresina Lanzini

CONTENZIOSO	Numero cause	
	2004	2005
Risoluzione rapporto di lavoro	5	9
Costituzione e svolgimento del rapporto di lavoro	48	43
Mansioni e qualifiche	77	83
Previdenza e assistenza	5	13
Trattamento economico	50	31
Comportamenti antisindacali ex art. 28	5	0
Attive (promosse dalle Banche del Gruppo verso i dipendenti)	4	6
Varie	12	5
<b>Totale</b>	<b>206</b>	<b>190</b>

## PROVVEDIMENTI DISCIPLINARI

Tipologia provvedimento	2004		2005			
	Totale	Appropriazione indebita/distrazione fondi amministrativi	Irregolarità erogazione e gestione credito	Irregolarità gestione investimenti	Irregolarità operativa e negligenze varie	Totale
Biasimo scritto e rimprovero verbale o scritto	44		6		40	46
Riduzione retribuzione (fino a 4 ore)	11		1		7	8
Sospensione dal servizio con privazione della retribuzione (da 1 a 10 giorni)	31		14	1	46	61
Licenziamento per causa giusta o giustificato motivo	21	11	3			14
<b>Totale</b>	<b>107</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>93</b>	<b>129</b>

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

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

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

In particolare:

- sono previste molteplici forme di contribuzione aziendale a favore del personale: fondi pensione, alimentati con apporti contributivi minimi pari al 3% della base retributiva; coperture sanitarie integrative a favore del personale in quiescenza e in servizio (con possibilità di estensione anche al nucleo familiare); polizze assicurative per infortuni professionali ed extraprofessionali; assegni di studio e premi di laurea

## FONDI PENSIONE

A novembre 2005 è stato istituito un nuovo comparto a gestione etica, che arricchisce l'offerta di gestione dei fondi pensione del personale del Gruppo. Il comparto, attivo da gennaio 2006, ha raccolto oltre 220 adesioni, per un patrimonio gestito di oltre 10 milioni di euro. Gli investimenti del comparto, che per la prima fase saranno limitati all'acquisto di quote di fondi etici, a regime si concentreranno anche su società che soddisfano i criteri etico/sostenibili individuati dalla società di consulenza E. Capital Partners all'interno dei settori economici giudicati etici secondo la sua classificazione.

per dipendenti e figli di dipendenti che frequentino le scuole medie inferiori o superiori o corsi di studio universitari; provvidenze a favore dei familiari in caso di gravi menomazioni fisiche o psichiche;

- è stata attivata una vasta gamma di agevolazioni creditizie a favore del personale (tra cui finanziamenti agevolati per lavoratori disabili);
- sono attivi vari Circoli Ricreativi Aziendali, che operano su tutto il territorio italiano. Oltre ad una vasta gamma di convenzioni, vengono proposte sia attività a diffusione nazionale (convenzioni turismo; soggiorni estivi per i figli dei dipendenti; "estate ragazzi" con attività ludiche e sportive comprensive di servizio di trasporto giornaliero rivolte ai figli dei dipendenti di età compresa tra i 6 e i 14 anni), sia attività a carattere locale (gite sociali e visite a musei e mostre).

Per la Capogruppo ed alcune aziende, inoltre:

- esistono numerose ed articolate previsioni in materia di permessi per assistenza figli, gravi infermità e giustificati motivi personali sostitutive, in quanto complessivamente migliorative, delle analoghe previsioni della normativa in materia; ad esempio, viene garantito il rientro della madre lavoratrice o del padre lavoratore, che abbia fruito dei congedi previsti dal D.Lgs. 151/2001, presso lo stesso punto operativo in cui era precedentemente assegnato o in altro nel medesimo Comune;
- al fine di tutelare in maniera più efficace la maternità, è riconosciuto, a richiesta, un periodo di aspettativa ulteriore rispetto a quanto previsto dalle disposizioni



- di legge, per un massimo di tre mesi e sino al compimento del 3° anno di età del figlio; è anche prevista la concessione di permessi retribuiti per la partecipazione al corso di preparazione al parto;
- al fine di rispondere alle esigenze personali in materia di flessibilità di orario è prevista, compatibilmente con le esigenze di servizio, la possibilità di ottenere una elasticità di orario in entrata, sino a 45 minuti, nonché quella di effettuare in via non occasionale un intervallo di pranzo della durata di 30 minuti;
  - in caso di decesso del dipendente in servizio, la normativa aziendale interviene in favore del coniuge e dei figli, prevedendone la possibilità di assunzione.

## MENO BANCA PIÙ PERSONE

Sanpaolo IMI ha voluto proporre nel 2005/2006 un nuovo modo di comunicare e diffondere la propria immagine, che ha visto come protagonisti d'eccezione le persone che lavorano nel Gruppo. La nuova campagna pubblicitaria vede infatti come testimonial i dipendenti provenienti da ogni parte d'Italia e da tutte le Banche del Gruppo. Il punto chiave del progetto di comunicazione consiste nel trasmettere il concetto di una banca diversa: professionale ma al contempo umana, diretta e più vicina al cliente. La proposta creativa nasce dall'idea di raccontare la filosofia ed il carattere della Banca proprio attraverso il volto, la voce e il nome di chi la rappresenta quotidianamente nel rapporto con i clienti. Sono circa trenta le persone coinvolte, dodici negli spot per cinema e televisione, le altre in radio e sulle pagine di quotidiani e periodici. E la firma di ogni soggetto della campagna pubblicitaria è proprio: "Sanpaolo. Meno banca. Più ... Luca, Giorgio, Elisabetta, Francesco,..."

I protagonisti sono stati esposti alle interviste spiazzanti e ironiche della Gialappa's Band. Durante il periodo olimpico la campagna si è trasferita nei siti di gara ed ha coinvolto i colleghi in trasferta nelle filiali temporanee oltre ad atleti dei Giochi Olimpici e Paralimpici. Il giudizio del pubblico sulla campagna è stato monitorato da una società esterna che ha effettuato oltre 1.200 interviste telefoniche. I risultati sono positivi: il 70% degli intervistati assegna alla campagna i voti più alti della scala prevista nelle interviste con punte del 76% nel Mezzogiorno. Sono stati effettuati anche alcuni focus group composti da un insieme rappresentativo di clienti e non clienti delle Banche del Gruppo. I risultati dimostrano un elevato ricordo della campagna ed un alto gradimento, motivato soprattutto dal contrasto, percepito come positivo e gradevole, tra un'immagine consolidata di Sanpaolo come banca seria, affidabile e rigorosa (giudizio comunque confermato) ed il modo di rappresentare, nella pubblicità, una banca di persone con cui parlare. È piaciuto insomma il bancario simpatico, aperto e sorridente. Il messaggio "meno banca, più..." è stato percepito come una promessa e un impegno di rendere la banca sempre più vicina al cliente e alle sue esigenze, sempre meno formale e istituzionale.



## La comunicazione interna

Nel 2005 è stato rafforzato il ruolo strategico dell'attività di comunicazione interna verso un miglioramento del benessere organizzativo, per consentire cioè alle persone di partecipare meglio e più consapevolmente alla vita aziendale. Per rendere più efficace il processo di comunicazione interna, ad un forte presidio centrale si affiancano i referenti di comunicazione, punto di riferimento in ogni realtà territoriale, che svolgono un monitoraggio costante sulle azioni e le modalità di comunicazione interna adottate con particolare riguardo all'efficacia, al livello di diffusione ed al gradimento.

Le attività della comunicazione interna si sono svolte seguendo due direttrici principali:

- la progettazione di iniziative ed occasioni di ascolto per favorire la raccolta di idee e proposte e la partecipazione diretta delle persone che lavorano in azienda alle scelte e alle politiche del management;
- il costante miglioramento degli strumenti per la condivisione e la circolazione delle informazioni all'interno dell'organizzazione e la diffusione di valori e cultura comune.

In occasione della presentazione del Piano Industriale 2006-2008 sono stati attivati molteplici strumenti ed occasioni di ascolto. Nel corso del 2005 il Direttore Generale ha incontrato i direttori delle filiali delle Banche del Gruppo - oltre tremila e duecento persone - con l'obiettivo di condividere, attraverso un dialogo

*Nel 2005 è stato rafforzato il ruolo strategico dell'attività di comunicazione interna verso un miglioramento del benessere organizzativo, per consentire alle persone di partecipare meglio e più consapevolmente alla vita aziendale*



franco ed aperto, le logiche e le modalità attraverso le quali raggiungere gli obiettivi previsti dal Piano.

In concomitanza con la presentazione del Piano al mercato, è stato inoltre inviato a tutto il personale un messaggio di posta elettronica

dell'Amministratore Delegato ed un

documento del Direttore Generale sulle linee guida del Piano

Industriale, mentre il Portale Green Village ha pubblicato la cronaca della presentazione del Piano ed il relativo comunicato stampa. Inoltre, per la prima volta è stato realizzato e inviato a tutto il personale un Video-Cd con la registrazione della conferenza stampa di presentazione del Piano da parte dei vertici aziendali.

Un'attenzione particolare viene rivolta alla formazione specifica sulla comunicazione interna. Nel 2005 è proseguito il progetto formativo avviato nel 2004 sul "ruolo del capo come interprete di valori aziendali ed individuali", con l'obiettivo di:

- migliorare la sensibilità ed il ruolo di "regia" del capo intermedio nei processi e modalità di comunicazione interna attraverso la diffusione dei valori aziendali nel rispetto dei valori individuali;
- offrire un'opportunità di confronto e integrazione fra le differenti realtà territoriali del Gruppo.

Il corso è rivolto ai direttori delle filiali retail (attività completata nel 2005) e ai responsabili



Francesco Di Giacomo

delle strutture centrali (attività avviata nel 2006). Nel corso del 2005 si sono tenute 6.937 giornate di formazione (comprese quelle di follow up) con il coinvolgimento di un totale di 2.800 persone. Di queste più di 1.800 hanno svolto una specifica attività progettuale finalizzata al miglioramento dei processi di comunicazione interna nel proprio contesto lavorativo, poi condivisa con i compagni di corso e con il referente di comunicazione interna del proprio territorio.

Per quanto concerne gli strumenti aziendali di comunicazione interna, la rivista aziendale Sanpaolo Magazine è stata oggetto di una indagine sulla soddisfazione dei lettori, condotta da un istituto di ricerca indipendente su un campione rappresentativo di tutte le realtà dell'azienda. I risultati della ricerca, resi noti ai lettori attraverso la stessa rivista, hanno

evidenziato un gradimento ed una percezione di utilità complessivamente molto elevati, e al tempo stesso hanno consentito di cogliere proposte di miglioramento che sono in corso di progressiva attuazione.

Il Portale Intranet Green Village ha poi potenziato i contenuti di informazione sull'azienda e di servizio alla persona. Tra le novità del 2005 vi sono una sezione sulla responsabilità sociale dell'impresa (132), un canale dedicato alle Olimpiadi Invernali Torino 2006 e sezioni sulla prevenzione e la sicurezza in azienda, sulle norme in materia di privacy, sulla consultazione della situazione delle proprie presenze e ferie; è stata inoltre ulteriormente potenziata la sezione dedicata al sistema di incentivazione. A inizio 2006 è stata inoltre avviata una sezione dedicata ai viaggi di lavoro, con le norme aziendali, le informazioni e i servizi in materia, ed è stata introdotta la possibilità di consultare on line il proprio foglio retribuzione. Sono stati inoltre sviluppati nell'Intranet aziendale nuovi ambienti di comunità on line dedicati a specifiche fasce di popolazione aziendale, al fine di consentire una più facile comunicazione tra i colleghi che condividono ruoli professionali e ambiti di attività, all'interno dei quali sono stati attivati numerosi forum. Il potenziamento del Portale Green Village ha trovato riscontro in un costante incremento degli accessi: gli accessi medi giornalieri alla home page sono passati dagli oltre 21.000 di fine 2004 agli oltre 32.000 di fine 2005.

## Safety

Il Servizio di Prevenzione e Protezione, struttura interna distribuita su tutto il territorio in cui il Gruppo opera, ha il compito di supportare le funzioni aziendali nello svolgimento delle loro attività affinché tutelino la salute e la sicurezza delle persone sul luogo di lavoro, presidiando gli aspetti connessi al Decreto legislativo 626 del 1994. Si occupa inoltre di fornire consulenza nell'analisi e valutazione delle aree di rischio al fine di ridurre al minimo i fattori di pericolo presenti in azienda, migliorando le condizioni dei luoghi di lavoro.

Fra le attività svolte vi sono l'organizzazione della gestione delle possibili emergenze, la definizione delle verifiche da effettuarsi al fine di assicurare l'agibilità delle vie di fuga, l'osservanza dei controlli periodici sugli impianti e sulle attrezzature di sicurezza, la rispondenza alle norme di sicurezza delle macchine e dei materiali utilizzati nel lavoro.

Con l'ausilio dei medici competenti (il Gruppo ne annovera 14 sull'intero territorio nazionale) sono stati individuati i lavoratori esposti al rischio da videotermine ed è stata attivata per essi una specifica sorveglianza sanitaria. Risultano esposti a tale tipologia di rischio circa 4.500 lavoratori. Il supporto sanitario viene anche attivato per monitorare l'insorgenza del disturbo post traumatico da stress

tipico degli eventi violenti che si possono verificare nel corso di una rapina. Nel corso del 2005 sono stati effettuati circa 20 interventi presso altrettante filiali rapinate con interviste ai lavoratori coinvolti. In tali attività, assai rilevante è inoltre la definizione dei processi di informazione e formazione del personale sulla sicurezza per diffondere una cultura della prevenzione condivisa: ogni lavoratore svolge un corso di formazione sulla Legge 626 ricevendo idonea documentazione con la sintesi delle disposizioni di legge, le istruzioni in tema di sicurezza e di prevenzione per lo svolgimento delle attività lavorative. La documentazione è anche disponibile in un sito dedicato sull'intranet aziendale.



Gianni Allocco

### INFORTUNI\*

	2003	2004	2005	var. 05/04
Numero infortuni	388	376	383	+1,9%
Frequenza infortuni (numero infortuni/giorni lavoro annui)	1,67	1,61	1,64	+1,9%
Gravità infortuni (numero infortuni/numero giornate di assenza)	0,04	0,05	0,04	-20%

\*Dati relativi alle Banche commerciali



## Security

È continuata l'intensa attività di formazione sulla sicurezza fisica nelle filiali, che nel 2005 ha riguardato i direttori di filiale e i neo assunti nelle aree di Torino e Bologna. I corsi programmati per l'inizio del 2006 coinvolgeranno le città di Roma, Milano e Napoli.

### RAPINE

	Numero rapine				Numero rapine/100 sportelli		
	2003	2004	2005	var. 05/04	2003	2004	2005
Sanpaolo IMI*	230	263	225	-14%	7,8	8,7	7,4
Sistema**	2.427	2.684	2.726	+1,6%	8,0	8,7	8,7

### FURTI

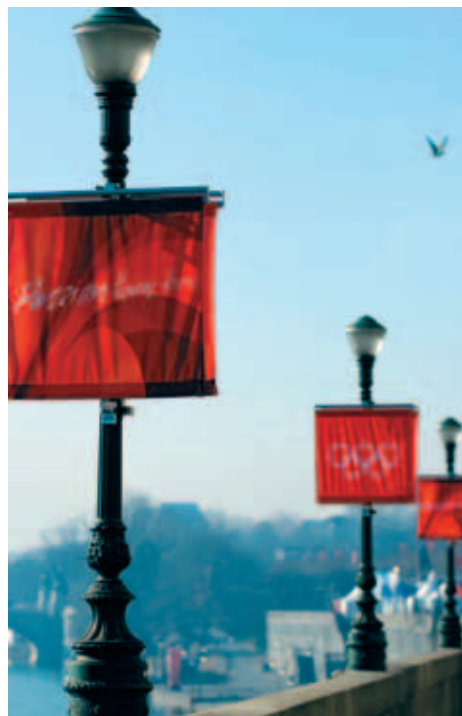
	Numero furti				Numero furti/100 sportelli		
	2003	2004	2005	var. 05/04	2003	2004	2005
Sanpaolo IMI*	18	30	36	+20%	0,6	1,0	1,2
Sistema**	272	245	219	-11%	0,9	0,8	0,7

\*Dati relativi alle Banche commerciali

\*\*Fonte: ABI



Anna Iandolino



Fabio Grosso



### Creazione di valore

Intendiamo garantire nel medio lungo periodo una adeguata remunerazione del capitale investito dagli azionisti sia attraverso la distribuzione di dividendi sia mediante la valorizzazione del titolo in Borsa

### Orientamento al cliente

Crediamo che fare gli interessi dei nostri clienti con il massimo spirito di servizio sia una condizione imprescindibile ai fini della crescita del Gruppo e della valorizzazione del capitale dei nostri azionisti

### Integrità

Dobbiamo far sì che il governo del Gruppo sia costantemente improntato a criteri di onestà, di correttezza e di trasparenza

### Tensione verso l'eccellenza

Ci poniamo obiettivi di redditività e di performance ambiziosi, allineati ai migliori livelli europei, sviluppando il senso di responsabilità di ciascuno nei confronti di questa finalità

### Crescita nel rispetto delle specificità

Vogliamo trattare il singolo azionista con lo stesso rispetto e considerazione che riserviamo al grande investitore

### Responsabilità nell'utilizzo delle risorse

Siamo consapevoli che i capitali della banca sono rappresentati dalle risorse dei nostri azionisti e che è nostro preciso dovere utilizzarli con rispetto, perché dalla nostra cura e attenzione dipende il loro futuro



Sanpaolo IMI è quotata sia presso la Borsa Italiana sia presso il New York Stock Exchange (sotto forma di American Depositary Shares – ADS -, nel rapporto di 2 azioni ordinarie/1 ADS) e fa parte dei più importanti indici europei.

Il capitale di Sanpaolo IMI è di 5.239.223.740,80 euro interamente versato, diviso in 1.586.967.318 azioni ordinarie nominative e 284.184.018 azioni privilegiate. Le azioni privilegiate, detenute dalla Compagnia di San Paolo, dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo e dalla Fondazione Cassa di Risparmio in Bologna, hanno il diritto di voto solo nelle Assemblee Straordinarie e godono di un 'privilegio' che consiste:

- nella prelazione in caso di rimborso del capitale;
- nel diritto ad una ripartizione degli utili netti da bilancio nella misura del 5% del valore nominale dell'azione;
- nel diritto al cumulo del dividendo non percepito con quello maturato nei due esercizi successivi.

Attualmente sono in essere i seguenti accordi fra azionisti:

- una Convenzione, denominata anche "Patto di unità di intenti", stipulata il 19 aprile 2004 tra Compagnia di San Paolo, Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo e Fondazione Cassa di Risparmio in Bologna e riguardante il 13,7% del capitale ordinario, di durata triennale;
- un "Accordo", perfezionato il 21 aprile 2004 dalle predette Fondazioni, Banco Santander Central Hispano S.A. e Italia Holding S.A. (Groupe Caisse d'Epargne), che scadrà automaticamente il quindicesimo giorno precedente la data di prima convocazione dell'assemblea della Banca chiamata ad approvare il Bilancio dell'esercizio 2006. Complessivamente risulta vincolata una quota del 25,42% del capitale ordinario.

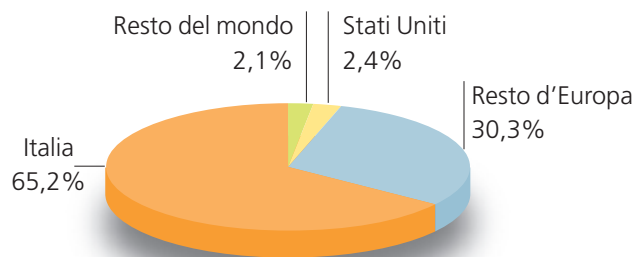
In base ai suddetti accordi le parti hanno convenuto di consultarsi circa lo stato dei rispettivi interessi e di non negoziare le azioni della Banca e i diritti ad esse relativi.

## PRINCIPALI AZIONISTI

	% sul capitale sociale	
	complessivo (1.871.151.336 azioni)	ordinario (1.586.967.318 azioni)
Compagnia di San Paolo	14,22	6,85
Banco Santander Central Hispano	8,44	9,96
Fondazione CR Padova e Rovigo	7,04	4,00
Fondazione CR Bologna	5,55	2,85
Giovanni Agnelli & C.	4,97	5,86
Assicurazioni Generali	2,00	2,36
Mediobanca	1,75	2,06
Morgan Stanley & Co. International Ltd	1,75	2,06
Banca Monte dei Paschi di Siena	1,51	1,78
Società Reale Mutua di Assicurazioni	1,50	1,77
Caisse Nationale des Caisses d'Epargne	1,50	1,77
Ente Cassa di Risparmio di Firenze	1,50	1,77
Fondazione di Venezia	1,47	1,73

Aggiornato al 31/03/2006

## DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEL CAPITALE ORDINARIO



Sulla base del Libro Soci e delle informazioni disponibili, gli azionisti di Sanpaolo IMI sono circa 230.000. Le persone fisiche rappresentano più del 98% del numero degli azionisti, mentre circa l'88% del capitale ordinario è detenuto da persone giuridiche. Dal punto di vista geografico il 65% del capitale ordinario è in possesso di azionisti italiani e il restante 35% è localizzato principalmente in Europa (30%) e negli Stati Uniti (2,4%).

## OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI

### Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2004

Perseguimento di obiettivi di redditività e di performance che permettano a Sanpaolo IMI di essere parte della top league finanziaria europea.

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

Continua attenzione alla relazione con gli azionisti e con la comunità finanziaria, attraverso una gestione professionale e trasparente della comunicazione ed il costante aggiornamento del sito internet istituzionale

### Azioni e risultati raggiunti nel 2005

Nel corso del 2005 sono state realizzate azioni secondo le direttrici del piano strategico 2003-2005. In particolare sono stati raggiunti i seguenti risultati economici:

- Utile netto: 1.983 milioni di euro (target: 1.760 milioni di euro)
- ROE: 17,2% (target: 14,8%)
- Cost/income: 57% (target: 55%)

La società di rating Standard & Poor's ha confermato il giudizio positivo sulla corporate governance ed uno score di 7/10.

- Il numero di incontri con gli investitori istituzionali è cresciuto rispetto al 2004: 216 incontri rispetto ai 194 del precedente esercizio. L'attività di investor targeting ha inoltre consentito di aumentarne l'efficacia.
- Miglioramento del contenuto e fruibilità del sito internet istituzionale, testimoniato dal progresso di 20 posizioni (dal 110° al 90° posto) nel Webranking™ relativo alle 150 principali società europee\*.

\* Classifica gestita dalla società Hallvarsson & Halvarsson.

## Credit rating

Nel 2005 sono stati confermati tutti i rating attribuiti al Sanpaolo IMI che denotano la buona qualità dell'attivo e i solidi ratio patrimoniali, la costante redditività dell'attività tradizionale e le positive prospettive di crescita.

### RATING INDEBITAMENTO

#### Fitch

Debito a breve termine	F1+
Debito a medio/lungo termine (Senior)	AA-

#### Moody's Investor Service

Debito a breve termine	P-1
Debito a medio/lungo termine (Senior)	Aa3

#### Standard & Poor's

Debito a breve termine	A-1
Debito a medio/lungo termine (Senior)	A+ (outlook positivo)



Rosario Pedicini

## Assemblea degli Azionisti

<b>Funzioni</b>	Organo che esprime la volontà sociale e opportunità privilegiata di dialogo tra soci e Amministratori
<b>Assemblee convocate nel 2005 e punti all'ordine del giorno</b>	29 aprile 2005 (ordinaria): <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2004, relazioni del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale; destinazione dell'utile di esercizio; bilancio consolidato di Gruppo al 31 dicembre 2004;</li> <li>2. Autorizzazione all'acquisto e all'alienazione di azioni proprie;</li> <li>3. Nomina del Collegio Sindacale per gli esercizi 2005/2006/2007 (con le modalità di cui all'art. 20 dello Statuto);</li> <li>4. Determinazione del compenso dei Componenti il Collegio Sindacale;</li> <li>5. Deliberazioni in ordine ai compensi degli Amministratori.</li> </ol>
<b>Partecipazione</b>	La partecipazione all'assemblea del 29 aprile è stata del 52,9% del capitale ordinario. Per favorire una più ampia partecipazione, agli azionisti non viene richiesto alcun deposito preventivo delle azioni. Gli azionisti possono inoltre indicare un delegato per esercitare il proprio diritto di voto (proxy voting).
<b>Modalità di votazione</b>	Ogni azione dà diritto a un voto. Alle azioni privilegiate non spetta il diritto di voto nelle assemblee ordinarie.

## Appartenenza a indici etici

Gli indici etici si caratterizzano per i criteri di selezione dei titoli che ne fanno parte. La scelta avviene privilegiando, accanto alla performance finanziaria, comportamenti improntati alla responsabilità sociale delle imprese. Costituiscono un importante riferimento per i

gestori di fondi, sia per quelli che replicano l'indice stesso sia per coloro che, pur operando una gestione attiva di stock picking, hanno come benchmark l'indice. Sanpaolo IMI è presente in alcuni dei principali indici etici europei:

Nome	Provider	Sede	Data di lancio	Data di inclusione di Sanpaolo IMI	Note
FTSE4Good	Eiris	UK	07/2001	03/2002	Il titolo Sanpaolo IMI è stato confermato nell'indice, grazie anche all'impegno sul fronte ambientale ed in particolare all'ottenimento della certificazione ISO 14001.
ASPI Eurozone	Vigeo	F	07/2001	06/2004	Il titolo Sanpaolo IMI è stato confermato nell'indice. Sanpaolo IMI è l'unica banca italiana in questo indice che include 120 società europee e che rappresenta un benchmark importante per il mercato SRI francese.
Ethical Index Euro	E. Capital Partners	I	05/2002	05/2002	Include 150 società a elevata capitalizzazione selezionate sulla base di criteri di screening positivo e negativo e del best in class.
Avanzi SRI Index Euro/Europe	Avanzi SRI	I	08/2005	08/2005	Questi due indici includono circa 160 società con un elevato profilo di responsabilità sociale, appartenenti a tutti i settori e quotate sui principali mercati azionari.

## Andamento del titolo nel 2005 e dividendo

Il titolo Sanpaolo IMI ha registrato nel 2005 un incremento del 24,7%. Nei primi mesi del 2006 l'andamento della quotazione ha evidenziato un trend positivo, registrando al 31 marzo un rialzo dell'11,7% dall'inizio dell'anno. L'utile per azione nel 2005 è di € 1,06 in crescita del 56% rispetto al

2004.

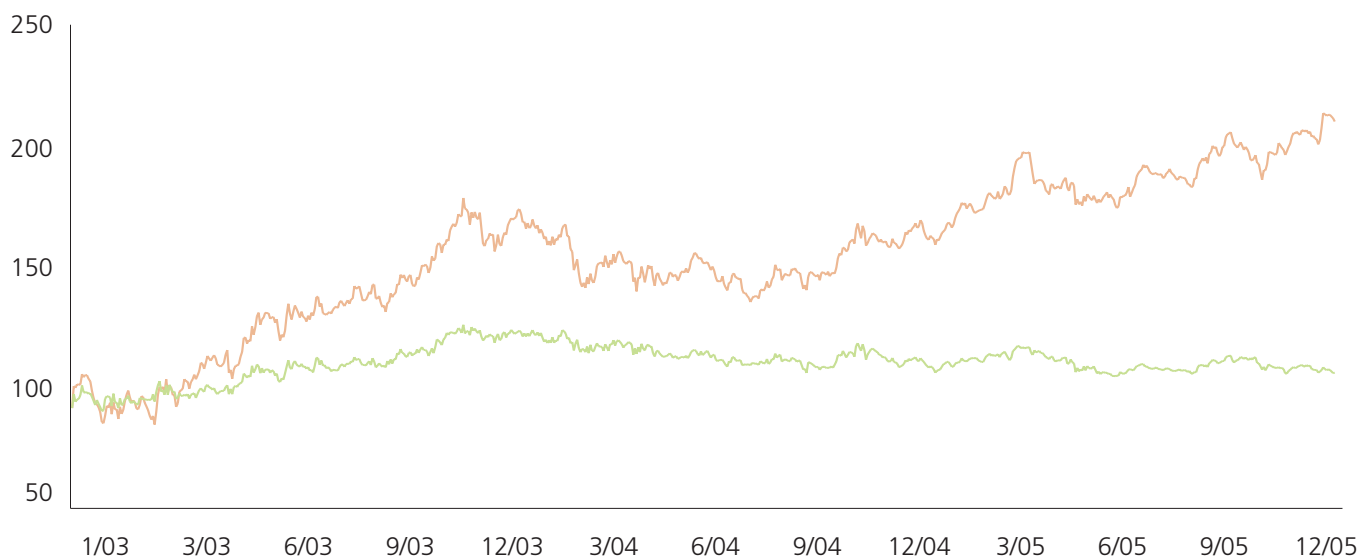
Con riferimento all'andamento del titolo nel corso del Piano Industriale 2003-2005 la performance assoluta di Sanpaolo IMI è stata del 113,2%.

Il grafico sottostante evidenzia anche l'overperformance del titolo rispetto all'indice nazionale di settore pari al 14%.

### PERFORMANCE

■ Performance SPIMI gen 03 / dic 05

■ Performance SPIMI vs MIBBANK gen 03 / dic 05



Altri dati ed indicatori sul titolo azionario di particolare rilevanza per gli azionisti sono i seguenti:

	2003	2004	2005
Quotazione del periodo (€)			
- media	8,158	9,826	11,836
- minima	5,796	8,799	10,201
- massima	11,346	11,072	13,420
Capitalizzazione di borsa (€ mil.)	18.996	19.753	24.719
Dividendo per azione (€)	0,39	0,47	0,57*
Pay out ratio	74%	63%	54%
Dividend yield (dividendo/prezzo medio annuo)	4,78%	4,78%	4,82%

\* Dividendo proposto all'Assemblea degli Azionisti.


## Relazioni con gli investitori e con il mercato

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

Nel corso del 2005 l'attività della comunicazione verso l'esterno è consistita in:

- 216 incontri con investitori istituzionali con una partecipazione del management e del top management pari al 56%;
- 27 giornate di roadshow in Europa e Stati Uniti;
- 5 conferenze bancarie, organizzate dai principali broker internazionali;
- 3 incontri con le agenzie di rating;
- 4 conference call (seguite da una media di circa 100 persone ognuna) per illustrare i risultati periodici del Gruppo;
- 22 incontri con analisti finanziari, con la partecipazione del management nel 23% dei casi.

Nel 2005 è stato mantenuto un presidio sempre più proattivo verso le iniziative di comunicazione rivolte ai principali investitori SRI europei. Oltre ai questionari provenienti da investitori, società di ricerca ed analisti SRI, nel corso dell'anno è stata organizzata una conference call specifica sui temi di CSR.

Il Sanpaolo IMI è l'unica banca italiana che continua a stimolare il confronto con il mercato e con gli stakeholder attraverso gli incarichi a società di rating indipendenti per realizzare analisi e valutazioni sulla corporate governance e sui processi di responsabilità sociale nel Gruppo. In questo ambito Standard and Poor's ha confermato al Sanpaolo IMI un Corporate Governance Score di 7 su una scala da 1 a 10, che riflette l'attuale valutazione dei processi di governo aziendale da parte di S&P in un'ottica di best practice mondiale. Per quanto riguarda la CSR la società di rating Avanzi SRI Research ha espresso una valutazione complessiva di 7,29 su una scala da 1 a 10. Entrambi i report sono disponibili nella sezione sulle valutazioni esterne (  126).

## Nuova disciplina in tema di Market Abuse

A quindici anni dall'emanazione della prima direttiva in materia di insider trading, il legislatore comunitario ha ritenuto opportuno intervenire nuovamente in materia - in linea con gli obiettivi di integrazione, entro il 2005, del mercato europeo dei servizi finanziari - fondando la nuova disciplina in tema di abuso di mercato sull'abuso di informazioni privilegiate e, per la prima volta, sulla manipolazione del mercato. La normativa è stata recepita dal legislatore italiano con la Legge Comunitaria 2004 (Legge 18 aprile 2005, n.62).

Per quanto riguarda, in particolare, la disciplina relativa all'informativa societaria, particolare enfasi è stata riservata alle modalità di comunicazione al mercato delle informazioni price sensitive, alla regolamentazione delle attività di internal dealing ed al miglioramento delle attività di comunicazione istituzionale e di analisi e consulenza finanziaria, allo scopo di garantire maggiore trasparenza agli investitori, anche in relazione all'eventuale esistenza di conflitti di interesse.

Rispetto ai riflessi sull'operatività del Gruppo Sanpaolo IMI, va segnalato che in seguito alla recentissima emanazione delle relative disposizioni regolamentari da parte della Consob si è proceduto ai necessari approfondimenti in collegamento anche con le principali associazioni di categoria interessate (ABI – Assonime). Al termine di questo processo sono state adottate le procedure interne volte a garantire la compliance dell'assetto organizzativo della Banca e ad assicurare la massima trasparenza e correttezza nei confronti del mercato.



Mario Andresi



### Creazione di valore

Vogliamo esercitare con responsabilità un ruolo di attore di primo piano per contribuire attivamente al sostegno e allo sviluppo dell'economia del Paese

### Orientamento al cliente

Guardiamo al territorio come ad una rete di relazioni da servire con spirito di servizio

### Integrità

Desideriamo fare nostro e tradurre in comportamenti concreti il concetto di cittadinanza d'impresa, garantendo la massima trasparenza della nostra azione

### Tensione verso l'eccellenza

Uno dei nostri traguardi più ambiziosi è quello di diventare leader di mercato nei servizi finanziari per il territorio

### Crescita nel rispetto delle specificità

Intendiamo coniugare la dimensione di gruppo internazionale con il radicamento territoriale, valorizzando le culture locali ed agevolando l'accesso al credito e ai servizi finanziari di base anche ai soggetti ed alle economie marginali per favorirne una maggior partecipazione alla vita economica e civile

### Responsabilità nell'utilizzo delle risorse

Riserviamo la massima attenzione alle conseguenze sociali, dirette ed indirette, delle operazioni da noi realizzate o finanziate



## Il contributo allo stakeholder Collettività

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



Maria Carla Raino

## Attività caratteristiche

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



Luciano Pavesio

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

# BANCA OPI

## SANPAOLO

Banca OPI è la banca del Gruppo specializzata nel finanziamento e nell'assistenza finanziaria agli Enti Pubblici, agli Enti e alle Public Utilities Locali nonché ai progetti infrastrutturali. La mission di Banca OPI è quella di offrire e sviluppare una gamma di prodotti e servizi rivolti prevalentemente al settore pubblico, che vanno dalla consulenza specialistica al finanziamento degli investimenti, con strumenti tradizionali e innovativi, quali l'emissione di titoli obbligazionari e le operazioni di finanza strutturata, con particolare attenzione alle grandi opere infrastrutturali.

Banca OPI ha confermato nel 2005 la sua vocazione di "banca del territorio". Una particolare attenzione è stata infatti riservata alle economie locali e allo sviluppo del sistema infrastrutturale. Banca OPI si pone inoltre come primario punto di riferimento per le infrastrutture nel Mezzogiorno, capace di convogliare rilevanti risorse finanziarie e progettuali verso i grandi investimenti, indispensabili per lo sviluppo economico e per la valorizzazione delle forze imprenditoriali dell'area. Nel 2005 oltre il 25% delle stipule risultano localizzate nel Mezzogiorno. Il 2005 ha visto un forte sostegno a favore degli interventi a spiccata valenza socio-ambientale, che rappresentano il 33% dei finanziamenti totali e registrano un incremento di circa il 50% rispetto allo scorso esercizio, da 2,1 a 3,2 miliardi di euro. Il sistema dei trasporti urbani, dell'edilizia sociale e della riqualificazione urbana rappresentano l'area di

maggiore intervento della Banca, insieme al settore dei trasporti intermodali (in particolare porti e ferrovie regionali) confermando la forte attenzione verso le iniziative a supporto di uno sviluppo eco-compatibile del territorio.

Si conferma l'impegno della Banca verso i settori dei servizi sociali, ambientali e dell'acqua e verso quelli della sanità, dell'istruzione e dell'edilizia sociale.

Si segnalano in particolare i finanziamenti concessi all'Ospizio Marino di Grado (19 milioni di euro) per la realizzazione di un polo regionale di riabilitazione nonché la partecipazione al project financing per la realizzazione e gestione degli ospedali di Castelfranco Veneto e Montebelluna (20 milioni di euro).

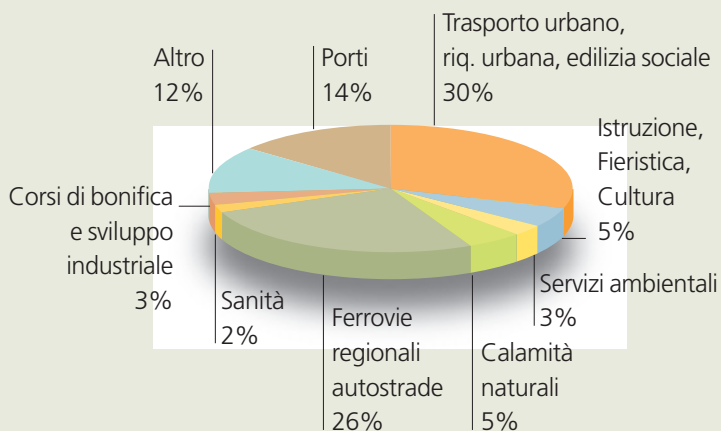
Nell'ambito dell'edilizia sociale, sono di rilievo i finanziamenti concessi al programma abitativo pubblico della città di Brescia e di quella di Milano (circa 85 milioni di euro) ed il sostegno prestato a quello della città di Goteborg (43 milioni di euro). I finanziamenti al settore idrico ambientale sono ammontati complessivamente a 188 milioni di euro, mentre quelli al settore istruzione a 161 milioni di euro. In questo comparto sono di particolare importanza le operazioni a favore del Politecnico di Milano e di Torino e dell'Università "Federico II" di Napoli.

Tra i settori in cui la Banca ha svolto la propria attività di consulenza, circa il 76% del totale investimenti ha riguardato i settori dei trasporti e logistica (1.188 milioni di euro) e della gestione delle risorse idriche (oltre 1.628 milioni di euro).

Tra gli altri settori per i quali sono state svolte attività di consulenza si segnalano in particolare l'edilizia sociale (16%) e quelli dei parcheggi e della riqualificazione urbana (6%).

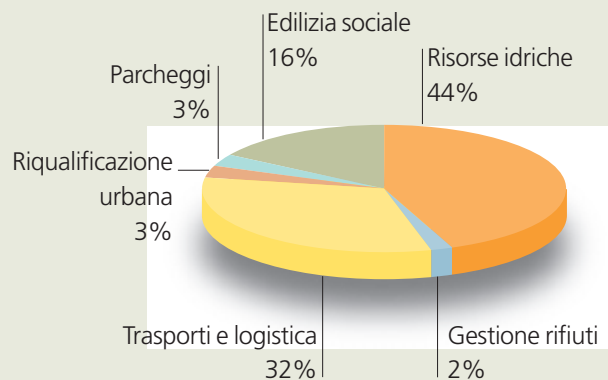
### FINANZIAMENTI CON VALENZA SOCIO-AMBIENTALE

(Totale finanziamenti: 3,2 miliardi di euro)



### SETTORI ATTIVITÀ DI CONSULENZA

(Totale investimenti: 3,7 miliardi di euro)

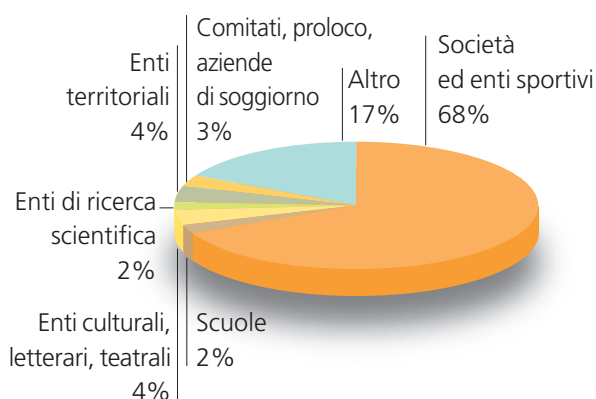


## Le sponsorizzazioni

Nel corso del 2005 le Banche commerciali del Gruppo hanno mantenuto un'intensa attività di sponsorizzazione di eventi e iniziative di carattere sportivo, culturale, scientifico sia a livello locale sia a livello nazionale, per un ammontare di oltre 29 milioni di euro. Le sponsorizzazioni di Sanpaolo IMI nel corso del 2005 hanno riguardato principalmente l'ambito dei Giochi Olimpici Invernali Torino 2006. Oltre all'investimento principale su Olimpiadi e Paralimpiadi, sono state sostenute alcune iniziative preparatorie e collaterali ai Giochi stessi; per citare alcuni esempi, ricordiamo gli Sport Events (attraverso i quali sono stati testati i principali siti olimpici), il Meno Uno Paralimpico, il Paralympic Day, la Festa di Capodanno del Comune di Torino (con il quale si è festeggiato l'avvio dell'anno dei Giochi), nonché il Torino Piemonte Media Center (che ha accolto, durante le Olimpiadi, centinaia di giornalisti provenienti da ogni parte del mondo). Sempre nell'ottica di attenzione al territorio e allo sport, è stato offerto il supporto ad una serie di società sportive operanti nell'Italia del Nord-Est. Sono inoltre da ricordare i contributi volti al sostegno di iniziative legate a temi di responsabilità sociale, tra i quali il Premio Rovigo per la CSR e la sponsorizzazione di eventi volti alla valorizzazione del microcredito (con particolare riguardo all'area euro-mediterranea).

*Le sponsorizzazioni nel corso del 2005 hanno riguardato principalmente l'ambito dei Giochi Olimpici Invernali Torino 2006*

### RIPARTIZIONE SPONSORIZZAZIONI 2005 PER SETTORE



## OLIMPIADI E PARALIMPIADI

Il 2005 è stato l'anno di più intensa attività per la valorizzazione del ruolo di Sanpaolo IMI quale Sponsor Principale dei XX Giochi Olimpici Invernali e di Partner Ufficiale dei IX Giochi Paralimpici Invernali Torino 2006, oltre che di Banca Ufficiale dei Giochi. Sanpaolo IMI ha creduto molto e fin da subito in questo evento ed è stata la prima impresa a decidere la sponsorizzazione. È stata una decisione coerente per un'azienda che condivide profondamente i valori che le Olimpiadi propongono, tra i quali la lealtà, il dinamismo, la trasparenza, il valore della relazione umana. Tra le iniziative più significative dell'anno vi è stato il Road Show, un evento itinerante che - tra aprile e dicembre 2005 - ha toccato 23 città in tutta Italia con stand, eventi, spettacoli a tema Olimpico offerti alla cittadinanza. In ogni tappa si è anche tenuto il concorso Art&Sport, in collaborazione con Visa International, rivolto a bambini e ragazzi dai 9 ai 13 anni di oltre 1.300 scuole: 30.000 i bambini che hanno realizzato opere artistiche sul tema degli sport invernali e delle Olimpiadi e Paralimpiadi. L'iniziativa del Road Show ha riscosso un grande successo sia in termini di affluenza di pubblico, sia di apprezzamento per l'impegno del



Gruppo a sostegno dell'evento Olimpico ed alla promozione dell'evento stesso sul territorio. Durante lo svolgimento dei Giochi Olimpici Invernali Sanpaolo IMI ha garantito i servizi bancari nei siti Olimpici con filiali temporanee appositamente allestite e con l'apertura prolungata delle filiali ubicate nelle località vicine ai siti di gara ed interessate dall'afflusso del pubblico italiano e internazionale. È infine da ricordare che oltre cento dipendenti dell'azienda, in maggioranza neoassunti, sono stati tefodori della Torcia Olimpica durante il suo viaggio attraverso l'Italia dall'8 dicembre 2005 al 10 febbraio 2006.



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

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

*Il microcredito non è solo uno strumento finanziario supplementare rispetto ai classici servizi finanziari, ma rappresenta un modo nuovo di concepire il credito, il creditore e la valutazione del merito creditizio*

### Progetti di microcredito

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

Il microcredito non è solo uno strumento finanziario supplementare rispetto ai classici servizi finanziari, ma rappresenta un modo nuovo di concepire il credito, il creditore e la valutazione del merito creditizio. Consente di creare opportunità di occupazione e l'avvio di iniziative imprenditoriali, facilitando l'accesso al credito anche a chi non può fornire garanzie reali e sarebbe escluso dai canali bancari tradizionali.

Sanpaolo IMI ha rivolto già da tempo la propria attenzione verso segmenti di clientela non sempre compresi nei confini della tradizionale attività bancaria, in un'ottica non di assistenzialismo ma coerente con i principi di responsabilità sociale d'impresa.

La prima iniziativa di microcredito a cui Sanpaolo IMI ha aderito è il Progetto di Microcredito Sociale della Compagnia di San Paolo lanciato nel 2003. La

Fondazione ha messo a disposizione quasi 2,1 milioni di euro ripartiti tra fondi di garanzia – 1,6 milioni di euro – e fondi destinati alla gestione operativa, al monitoraggio e alle azioni di comunicazione. Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli hanno assunto il ruolo di partner operativi con il compito di concludere l'istruttoria ed erogare – a tassi particolarmente vantaggiosi - il credito richiesto. Si tratta di una delle più vaste esperienze in Italia e riguarda quattro aree geografiche: le province di Genova, Roma e Napoli, nonché quella di Torino, allargata ad alcuni Comuni del cuneese e dell'astigiano. L'iniziativa vede l'attivo coinvolgimento di quattro Enti non profit quali partner di riferimento sui rispettivi territori: la Fondazione Antiusura Santa Maria del Soccorso di Genova, la Fondazione Risorsa Donna di Roma, la Fondazione San Giuseppe Moscati di Napoli e la Fondazione Don Mario Operti.

Gli Enti di riferimento hanno ricevuto in parti uguali i fondi di garanzia e hanno quindi assunto il ruolo di garanti; inoltre raccolgono le richieste, valutano i progetti, seguono l'attività istruttoria ed affiancano i beneficiari nello sviluppo del progetto, con un'attività di verifica e di accompagnamento svolta da volontari che hanno maturato adeguata esperienza nel settore bancario o imprenditoriale.

Sulla base dei buoni risultati ottenuti dal progetto (elevato numero di richieste pervenute e basse percentuali di insolvenza), da febbraio 2005 Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli hanno deciso di assumere una parte del rischio di credito ed hanno dato disponibilità ad erogare finanziamenti fino al doppio dell'importo dei fondi di garanzia messi a disposizione dalla Compagnia di San Paolo.

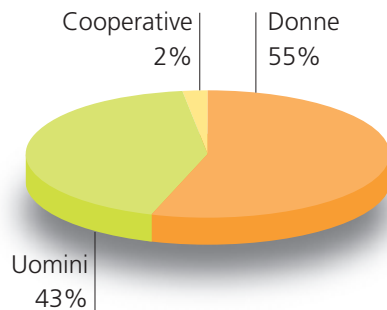
Secondo i dati di fine dicembre 2005, sono state



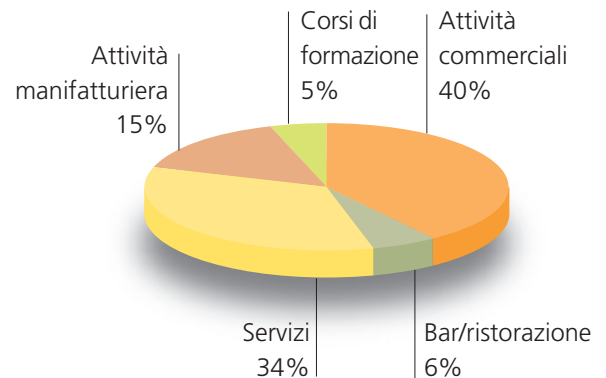
Alessandro Bovolenta



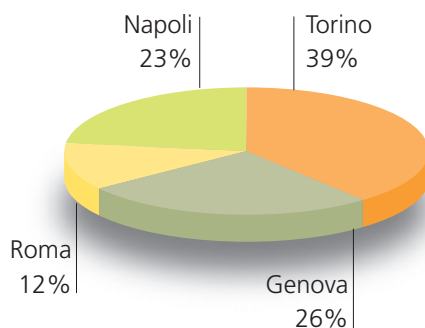
## RIPARTIZIONE DEI PROGETTI PER DESTINATARIO\*



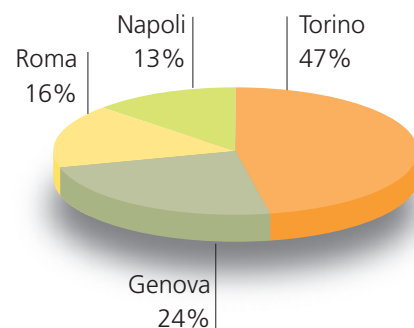
## RIPARTIZIONE PROGETTI PER ATTIVITÀ\*



## RIPARTIZIONE GEOGRAFICA PER IMPORTO\*



## RIPARTIZIONE GEOGRAFICA PER NUMERO DI PROGETTI\*



\* Dati riferiti a tutti i progetti finanziati nel 2004 e 2005

presentate oltre 600 domande, di cui 139 - 88 nel 2004 e 51 nel 2005 - approvate e finanziate con un importo complessivo di quasi 1,6 milioni di euro e un importo medio di circa 11.000 euro. Gli ultimi dati disponibili indicano che i beneficiari sono per la maggior parte donne (il 55%), mentre si dividono in ugual misura tra italiani e stranieri. Sono soprattutto giovani: oltre il 60% ha meno di 40 anni e solo il 13% supera i 50. I progetti finanziati riguardano in particolare l'avvio di attività in campo commerciale e nei servizi, ma anche la ristorazione e le attività manifatturiere; il 5% dei fondi erogati sono inoltre stati utilizzati nell'ambito della formazione (corsi per infermiere, corsi per conseguire la patente di guida, ecc.). Altri esempi sono l'avvio di un'attività di export di vino, la realizzazione di un asilo nido, l'inaugurazione di una galleria d'arte, l'apertura di un caffè letterario dove si svolgono attività culturali. Sono 8 i finanziamenti già rimborsati interamente e il cui ammontare è quindi rientrato a far parte del fondo rotativo a disposizione di nuovi progetti.

Facendo leva sulla presenza del Gruppo su tutto il territorio nazionale, sono stati attivati nel corso del 2005 altri due progetti di microcredito. Il primo, relativo alla Provincia di Venezia, è rivolto a donne immigrate per favorire il loro accesso al credito e lo sviluppo di attività lavorative. La Fondazione di Venezia – promotrice del progetto - ha messo a disposizione 200.000 euro come fondi a garanzia ed ha coinvolto la cooperativa Terre in Valigia Servizi onlus. La Cassa di Risparmio di Venezia svolge il ruolo di partner operativo. Il secondo progetto è stato avviato a luglio 2005 con la firma di una convenzione tra l'Area Adriatica di Sanpaolo e la Fondazione Antiusura Jubilaeum. La Fondazione accompagna al credito i potenziali beneficiari dei finanziamenti e presta la garanzia per la concessione del prestito a valere sul "Fondo Statale antiusura", mentre Sanpaolo è partner operativo con le 38 filiali presenti nella Regione Abruzzo. L'obiettivo è prevenire e combattere l'usura attraverso la possibilità di concedere finanziamenti a singole persone ed a famiglie.

## Le collaborazioni con enti non profit

Le iniziative di collaborazione con enti e associazioni non profit impegnate nell'ambito socio-assistenziale, culturale, artistico, scientifico e sportivo rappresentano un aspetto importante del rapporto di Sanpaolo IMI con la società e il territorio. Alcune iniziative nascono dalla vicinanza ai problemi e alle necessità degli ambiti locali, altre hanno una rilevanza nazionale o internazionale. In diversi casi Sanpaolo IMI ha messo a disposizione le proprie filiali per la raccolta di fondi, tramite conti correnti esenti da spese e con il supporto di apposito materiale informativo apposto in filiale e veicolato tramite il sito internet. In particolare si ricordano l'iniziativa a favore delle popolazioni del Sud Est asiatico colpite dal maremoto organizzata dalla Croce Rossa Italiana, partita il 31 dicembre 2004 e attraverso la quale sono stati raccolti oltre 537.000 euro; l'iniziativa "Che colore ha il sorriso dei bambini" per la raccolta di donazioni a sostegno dei bambini dell'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù di Roma, partita ad aprile 2005 e che ha superato i 9.000 euro di fondi; infine a dicembre 2005 ha preso il via la raccolta fondi per la realizzazione del "padiglione Piera Cutino", presso l'Ospedale Cervello di Palermo, iniziativa promossa dall'associazione per la ricerca Piera Cutino Onlus, che ha lo scopo di promuovere, migliorare e sostenere l'assistenza sanitaria ai pazienti affetti da Talassemia, per la quale sono stati finora raccolti 19.000 euro. Come gli scorsi anni Sanpaolo IMI ha rinnovato l'invito ai propri clienti a sostenere i progetti UNICEF per l'infanzia, acquistando cartoncini augurali e piccoli oggetti regalo durante il periodo di Natale. L'iniziativa ha portato alla raccolta di circa 153.000 euro.

Particolare attenzione continua ad essere rivolta all'erogazione di prestiti personali a condizioni agevolate finalizzati a sostenere ed assistere finanziariamente enti e associazioni impegnate in attività di carattere sociale. Sono in corso convenzioni con l'ANFASS, che assiste famiglie di fanciulli e adulti subnormali; l'A.N.D.I. – Associazione Nazionale Disabili Italiana; l'Unione Nazionale Ciechi – Portatori Handicap Fondazione Provinciale Comunità Comasca; l'AiBi Amici dei Bambini, Amici di Don Bosco e Fondazione Nidoli che si occupano di adozioni internazionali.

Sono inoltre attivi accordi con diverse Fondazioni impegnate nel contrasto del fenomeno dell'usura. Tali Fondazioni hanno lo scopo di combattere il debito illecito, aiutare tutti coloro che versano in difficoltà e promuovere iniziative dedite a diffondere una cultura

di rieducazione alla spesa facilitando, tra l'altro, l'accesso al credito bancario di soggetti altrimenti non accreditabili secondo gli ordinari metodi bancari di valutazione dell'affidabilità. In ambito locale la Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo ha avviato un progetto in collaborazione con la Fondazione La Casa onlus per favorire l'acquisto della prima casa da parte di persone in situazione di disagio sociale e abitativo (giovani coppie, immigrati, emigrati di rientro), concedendo loro mutui a tasso agevolato e consentendo quindi di avviare una piena integrazione nel tessuto sociale ed economico locale.

## Le devoluzioni a enti non profit legate ai prodotti

Alcuni prodotti realizzati per i clienti contengono particolari modalità di devoluzione a favore di enti non profit o di specifici progetti.

Blue Profits Solidarietà è una polizza index linked collocata nel 2004, caratterizzata dalla devoluzione, a carico del Gruppo, di una parte dei proventi derivanti dalle sottoscrizioni a favore di iniziative umanitarie. In particolare è stato destinato un importo complessivo di 800.000 euro - di cui circa 700.000 già erogati - a favore di cinque iniziative promosse da tre differenti Onlus avviate nel 2005: l'acquisto di farmaci per le strutture di Emergency in zone di guerra; la costruzione di una scuola in Burkina Faso e l'avvio di officine meccaniche per la costruzione di cucine funzionanti a energia solare in Ciad (iniziative di MAGIS); la ristrutturazione di locali per ospitare la sede AIL ed i malati in cura presso il Centro di Ematologia dell'Università la Sapienza di Roma ed un sostegno per l'assistenza domiciliare ai pazienti dei centri ematologici in Italia (iniziative di AIL – Associazione contro le leucemie, i linfomi e i mielomi).







Foto d'archivio

Executive è un programma che premia i clienti più fedeli titolari dei conti correnti della gamma MultiBenefit. Con la loro operatività bancaria i titolari possono accumulare punti validi per scegliere premi da un catalogo o per effettuare donazioni agli Enti non profit selezionati. Nel 2005 sono state scelte l'AIIRC, Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro; il CIAI, Centro Italiano Aiuti all'Infanzia; l'ENPA, Ente Nazionale Protezione Animali e l'AUSER RisorsAnziani, Associazione Italiana per l'assistenza agli anziani. Nel corso dell'anno i titolari Executive si sono rivelati molto sensibili alle iniziative a carattere benefico proposte dalla Banca ed il numero complessivo di donazioni è cresciuto notevolmente, passando da 236 del 2004 a 1.481 del 2005, per un importo complessivo di 61.500 euro. L'incremento è stato anche favorito dal maggior valore che la Banca ha riconosciuto nel 2005 ai punti devoluti in beneficenza: per una donazione del valore di 100 euro sono necessari ora solo 4.000 punti, anziché i 6.500 richiesti in precedenza. Anche per i conti correnti della linea giovani è previsto un programma di devoluzioni. All'accensione del conto, la banca e il partner scelto dal ragazzo (in seguito alla scelta di un omaggio fra i quattro proposti) devolvono un euro ciascuno a favore di una iniziativa promossa da MAGIS



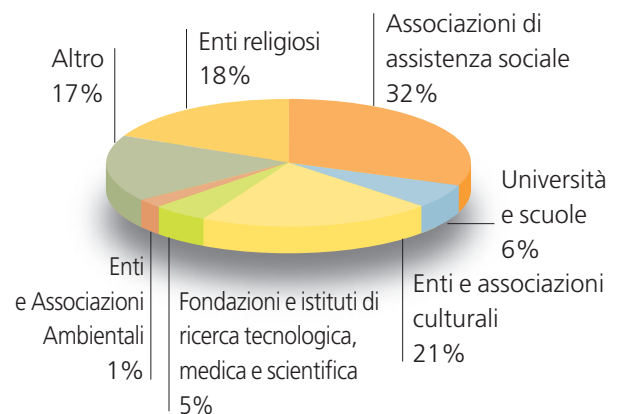
Piero Fogar

denominata "Cinque pozzi a Dissin". Questo progetto consiste nella realizzazione di alcuni pozzi d'acqua a Dissin in Burkina Faso nonché nella preparazione di persone in grado di provvedere in futuro alla gestione e manutenzione dei pozzi stessi. Il contributo economico di circa 50.000 euro, di cui 25.000 euro da parte del Gruppo e 25.000 euro versati dai partner, ha consentito nel corso del 2005 il completamento del progetto.

## Le donazioni

Nel 2005 le erogazioni liberali effettuate dalle Banche commerciali del Gruppo a favore dei territori di riferimento ammontano a quasi 2,4 milioni di euro, frazionati in importi unitariamente contenuti.

### RIPARTIZIONE EROGAZIONI 2005 PER TIPOLOGIA DESTINATARIO



Per rispondere meglio alle esigenze di sostegno che si manifestano localmente, è prevista l'autonomia delle aree territoriali e delle diverse Banche commerciali di intervenire direttamente sul territorio. Per quanto riguarda Sanpaolo e Sanpaolo Banco di Napoli i plafond vengono assegnati annualmente alle aree e si mantengono a livello centrale i necessari meccanismi di supervisione e controllo, utilizzando un sistema informatico comune. La selezione dei progetti e degli enti destinatari delle erogazioni avviene secondo principi e linee guida che prevedono tra l'altro il rispetto da parte delle onlus beneficiarie dei canoni di legalità, correttezza, onestà e buona fede dettagliati nel Codice Etico e seguendo un principio di rotazione.

## DONATORI DI SANGUE

Si festeggiano nel 2006 i 40 anni dei Donatori di Sangue Gruppo Sanpaolo IMI. È ormai tradizione consolidata per la Banca accogliere ogni tre mesi nelle proprie sedi di Torino, Moncalieri, Roma, Napoli e, tra breve, Milano, i prelievi collettivi e sostenere direttamente questo importante servizio alla comunità, che coinvolge ogni anno migliaia di colleghi, in servizio ed in quiescenza e loro familiari. Coloro che, nelle Banche del Gruppo, hanno usufruito dei permessi retribuiti per effettuare le donazioni ammontano infatti, per l'anno 2005, a oltre 4.000.



Antonello Serrao

## Ricerca e scambio con la collettività

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

## Le Consulte

Le Consulte sull'economia locale sono organismi composti da rappresentanti dell'economia e della società locali e da esponenti del Sanpaolo Banco di Napoli, con la finalità di approfondire la conoscenza dell'economia del territorio di riferimento e le tendenze nell'evoluzione delle esigenze di servizi finanziari per le imprese e i clienti privati. Al momento sono attive le due Consulte della Regione Puglia e dell'Area Calabro Lucana che nel corso del 2005 hanno affrontato temi cruciali quali il rapporto tra dimensioni delle imprese e sviluppo economico e le potenzialità di sviluppo dei rapporti del Mezzogiorno d'Italia con le economie euro-mediterranee.

## EMERGENZA TSUNAMI

Il Gruppo Sanpaolo IMI è intervenuto tempestivamente ad inizio 2005 in aiuto delle popolazioni del Sud Est Asiatico colpite dal maremoto, con uno stanziamento di 250.000 euro. Lo stanziamento, veicolato attraverso la Fondazione La Stampa – Specchio dei Tempi Onlus, era destinato sia ad interventi immediati sia alla ricostruzione di strutture stabili in collaborazione con organizzazioni umanitarie e religiose operanti in loco.

Grazie all'erogazione di Sanpaolo IMI, la Fondazione ha portato a compimento tre progetti:

- 150.000 euro sono stati destinati alla costruzione di una scuola elementare ad Habaraduwa in Sri Lanka, già funzionante ed in grado di ospitare 250 alunni in 12 aule;
- 50.000 euro sono stati destinati alla costruzione di un asilo – già funzionante - in India, nella regione Tamil Nadu a circa 140 Km da Madras, in una comunità che ha visto morire nello tsunami circa un quarto della popolazione;
- 50.000 euro sono infine stati destinati all'acquisto di venticinque imbarcazioni - già consegnate - complete di reti per pescatori nello Sri Lanka.

## L'Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno

L'Associazione "Studi e Ricerche per il Mezzogiorno" ([www.srmezzogiorno.it](http://www.srmezzogiorno.it)), costituita da Società del Gruppo Sanpaolo IMI e Fondazioni ad esso collegate, svolge un ruolo di promozione culturale ed economica nelle tematiche riguardanti la struttura produttiva dell'area e le politiche di sviluppo.

L'Associazione, oltre alle consuete pubblicazioni periodiche (La Rassegna Economica, il Dossier Unione Europea, il Focus Mezzogiorno, l'Osservatorio sul project financing nel Sud) ha pubblicato nel 2005 due volumi "Le vie del mare: lo sviluppo del sistema portuale meridionale nel contesto meridionale" e "Il sistema agroalimentare nel Mezzogiorno. Le sfide dell'Industria agroalimentare nelle realtà territoriali", presentati in convegni tenuti a Roma, Napoli e Bari.

Ha inoltre portato a termine numerose ricerche e organizzato focus group e seminari di studio nell'ambito dei seguenti filoni di ricerca:

1. le infrastrutture, gli enti pubblici territoriali e le aziende di servizio pubblico locale;
2. le attività produttive nel Mezzogiorno e le politiche di sviluppo;
3. la solidarietà ed il mondo del non profit.

## I rapporti con i media

I rapporti con i media sono mantenuti dalla Funzione Relazioni Esterne che opera sulla base di criteri di trasparenza, precisione, chiarezza e tempestività, nel pieno rispetto della normativa in vigore per la divulgazione ai mercati delle informazioni price-sensitive.

Nel corso del 2005 l'attività di comunicazione ufficiale si è espressa attraverso i seguenti interventi:

Il sito Internet del Gruppo ([www.grupposanpaoloimi.com](http://www.grupposanpaoloimi.com)) costituisce un efficace strumento di comunicazione verso l'esterno e la sezione "Ufficio Stampa" è stata arricchita con una serie di approfondimenti e links tra cui:

- un Press-kit, contenente tutte le informazioni utili sul Gruppo (dati finanziari e di bilancio, azionisti, organigramma, corporate governance, ...);
- una sezione relativa alle conferenze stampa, in cui i giornalisti possono trovare il materiale distribuito durante le conferenze stampa;
- una sezione di rassegna stampa, che contiene le principali interviste con il vertice aziendale;
- una sezione relativa alla nuova campagna pubblicitaria.

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



Annalisa Mari

<b>Comunicati stampa</b>	<b>85</b>
- di cui relativi ai risultati finanziari	4
- di cui relativo al Piano Industriale	1
- di cui relativi a nomine ai vertici del Gruppo	4
- di cui relativi alla riorganizzazione delle attività del Gruppo	2
<b>Conferenze e incontri con la stampa</b>	<b>40</b>
- di cui relativo alla presentazione del Piano Industriale, con la partecipazione di 50 giornalisti e operatori	1
- di cui relativo al progetto Olimpico e per la presentazione in anteprima della nuova campagna pubblicitaria	1
- di cui relative al Road Show "Una Città coi Focchi"	23
<b>Interviste</b>	<b>35</b>
<b>Dichiarazioni ufficiali</b>	<b>79</b>



### Creazione di valore

Vogliamo stabilire con i nostri partner commerciali e collaboratori esterni un sistema efficiente di relazioni capace di tradursi in una prospettiva comune di crescita e di vantaggio economico

### Orientamento al cliente

Selezioniamo i nostri partner sulla base del livello qualitativo che sono in grado di garantire, privilegiando coloro che possono assicurare a noi e alla nostra clientela la maggiore efficacia ed affidabilità

### Integrità

Basiamo i rapporti con i nostri fornitori su principi di reciproca trasparenza e correttezza, assicurandoci che l'operato dei nostri collaboratori esterni osservi gli stessi criteri di integrità e rettitudine ai quali noi ci ispiriamo

### Tensione verso l'eccellenza

Scegliamo i nostri fornitori in base al livello di prestazione ed alle garanzie fornite, ricercando con la loro collaborazione le soluzioni più innovative e reciprocamente profittevoli

### Crescita nel rispetto delle specificità

Intratteniamo rapporti di fornitura su tutto il territorio nazionale valorizzando per quanto possibile il contesto socio-culturale di ciascuna realtà regionale e rispettando le esigenze negoziali di ciascun interlocutore

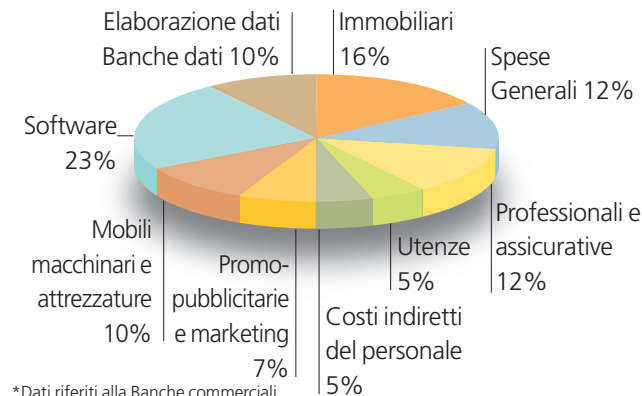
### Responsabilità nell'utilizzo delle risorse

Contribuiamo ai risultati complessivi della Banca mediante l'attuazione di iniziative mirate alla riduzione dei costi ed al contenimento degli sprechi



Nel corso del 2005 Sanpaolo IMI ha intrattenuto rapporti commerciali con circa 13.500 fornitori per un fatturato complessivo di circa 1 miliardo di euro. Gli acquisti sono gestiti in forma accentrata per le Banche commerciali del Gruppo secondo una logica di accesso alle migliori condizioni praticate nei diversi mercati di riferimento, salvo specifiche autonomie di spesa per acquisizioni minori per gli enti di sede centrale e per le Banche commerciali. I processi di selezione dei fornitori, confronto di mercato e assegnazione delle forniture avvengono secondo precisi e definiti criteri che garantiscono oggettività, trasparenza, efficienza ed efficacia delle scelte. Gli accordi definiti con i fornitori prevedono l'estensione delle condizioni contrattuali a tutte le restanti società del Gruppo, in particolare per quanto riguarda gli acquisti di beni e servizi ove siano realizzabili economie di scala.

#### RIPARTIZIONE DEL FATTURATO 2005 PER CATEGORIA MERCEOLOGICA\*



## L'Albo Fornitori di Gruppo

Nel corso del 2005 è stato consolidato l'Albo Fornitori di Gruppo in cui sono confluiti i fornitori provenienti dalle diverse realtà bancarie oggetto di integrazione, attuando azioni di razionalizzazione ed omogeneizzazione dei nominativi censiti, dei criteri di valutazione e selezione delle aziende, dei rapporti contrattuali esistenti. È stato inoltre introdotto un questionario standard di prequalifica da inviare alle aziende potenziali fornitori, finalizzato ad acquisire informazioni significative, omogenee e strutturate. Tali informazioni contemplano, tra le altre, notizie relative al possesso di certificazioni di qualità ed ambientale, allo svolgimento di attività di ricerca e sviluppo, all'esecuzione di controlli sui prodotti e servizi forniti, all'espletamento di verifiche di trasparenza sui processi operativi ed amministrativi, all'esistenza di piani di formazione ed aggiornamento del personale, ed infine informazioni relative alle attività subappaltate.

Nell'ottica di semplificare le procedure e di ridurre i tempi di liquidazione delle fatture, sono state uniformate le modalità di invio delle fatture medesime da parte dei fornitori, accentrando presso la struttura competente degli Acquisti il presidio e

monitoraggio dei documenti di spesa e dei pagamenti. Nel 2005 si sono registrati tempi medi di liquidazione, per oltre il 60% dei casi, entro 60 giorni dalla data di emissione della fattura e per oltre l'80% entro i 90 giorni, nel sostanziale rispetto degli accordi fra le parti. Tale statistica include le verifiche di regolarità e congruità della fornitura ricevuta effettuate dalla Banca, oltre ai casi di sospensione del pagamento per motivi non dipendenti dalla Banca, bensì in conseguenza di inadempimenti (irregolarità, incompletezza o altro) del fornitore. Si ritiene dunque tale indicatore suscettibile di miglioramento prevedendo, per il 2006, di affinare il sistema di rilevazione calcolando i tempi medi al netto dei ritardi imputabili ai fornitori.

## La condivisione del Codice Etico

Nel 2004 era stata inviata a circa 1.000 fornitori l'informativa relativa alla necessità di condividere i contenuti del codice Etico di Gruppo, all'obbligo - nell'esecuzione delle attività contrattuali - del rispetto dei principi contenuti ed alle conseguenze che si determinano in caso di violazione. Nel 2005 il riferimento al Codice Etico nell'affidamento degli incarichi ai fornitori si è ulteriormente consolidato ed ha riguardato la totalità dei nuovi contratti e di quelli oggetto di rinnovo.

## Contenzioso

Il quadro del contenzioso stragiudiziale, collegato all'introduzione dell'euro, è nel complesso positivo; due posizioni si sono definite e le ultime due posizioni ancora pendenti sono in corso di definizione. Sul piano giudiziale si segnala, oltre ad un calo del contenzioso fisiologico (sfratti, contestazioni per locazioni, ecc), l'avvio di una causa da parte di una società di vigilanza che contesta criteri tariffari, adottati oltre che da Sanpaolo IMI anche dal sistema bancario nel suo complesso.



Luciano Cassiago



A photograph of a forest path covered in fallen autumn leaves. The path is the central focus, leading from the foreground into the distance. The ground is covered in a thick layer of fallen leaves in various shades of red, orange, and brown. The trees on either side have green foliage, suggesting a transition between seasons. In the background, a small clearing or meadow is visible, with a few dark shapes that could be animals or people. A semi-transparent, light green rectangular box is centered over the path, containing the text "La Relazione Ambientale" in a white, serif font.

*La Relazione Ambientale*







### Creazione di valore

Riteniamo indispensabile considerare la tutela dell'ambiente come un'opportunità per il Gruppo e per i suoi clienti

### Orientamento al cliente

Dobbiamo guardare al futuro con la consapevolezza che anche dalle modalità di erogazione dei nostri prodotti e servizi alla clientela può dipendere la qualità dell'ambiente

### Integrità

Siamo consapevoli delle conseguenze direttamente o indirettamente derivanti dalle operazioni che promuoviamo o finanziamo: nel porle in essere dobbiamo perciò tenere in debito conto anche le istanze ambientali delle generazioni future

### Tensione verso l'eccellenza

Vogliamo adeguare i nostri obiettivi alle best practice internazionali

### Crescita nel rispetto delle specificità

Intendiamo esercitare con responsabilità e sensibilità il nostro ruolo di attore economico di livello nazionale, avendo cura di rispettare il patrimonio ambientale dei singoli territori nei quali operiamo

### Responsabilità nell'utilizzo delle risorse

Vogliamo evitare ogni forma di spreco e promuovere attivamente - in relazione alle tecnologie disponibili e in un contesto positivo di costi/benefici - iniziative volte al risparmio di energia e di risorse naturali

## OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI


### Obiettivi di miglioramento dichiarati nel Bilancio Sociale 2004

### Azioni e risultati raggiunti nel 2005

Certificazione ambientale ai sensi della norma ISO 14001	Il Sistema di Gestione Ambientale (SGA) è stato implementato a giugno 2005 e certificato UNI EN ISO 14001:2004 a novembre.
Continuo perseguimento del miglioramento dell'efficienza energetica in particolare relativamente a:	Sono state adottate le soluzioni di maggiore efficienza energetica in occasione di ristrutturazioni e nuovi allestimenti; al riguardo gli interventi più significativi hanno interessato una superficie complessiva di circa 27.000 mq.
<ul style="list-style-type: none"> <li>partecipazione al Programma GreenLight</li> </ul>	Sono stati effettuati interventi di miglioramento dell'efficienza degli impianti di illuminazione in ulteriori 70 punti operativi ed è stata avviata la procedura per l'inserimento dei medesimi nell'elenco ufficiale di GreenLight.
<ul style="list-style-type: none"> <li>introduzione di monitor a cristalli liquidi per ogni nuova filiale</li> </ul>	Nel corso dell'anno sono state dotate di monitor a cristalli liquidi le nuove filiali e quelle oggetto di ristrutturazione. Nuove dotazioni sono state messe a disposizione presso alcuni palazzi di sede centrale. L'intervento, che ha riguardato 5.000 posti di lavoro, consente una riduzione dei consumi energetici elettrici anche correlati alla minore necessità di condizionamento dell'aria.
<ul style="list-style-type: none"> <li>monitoraggio dei consumi di combustibile nei grandi palazzi uffici</li> </ul>	Per gli immobili di maggiori dimensioni, attraverso il monitoraggio del consumo di combustibile rapportato al reale andamento climatico ("gradi giorno") del sito per la stagione invernale 2004 – 2005, si è riscontrato un buon livello di efficienza energetica degli impianti.

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

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

La dimensione ambientale interessa il nostro Gruppo in relazione a due tipi di aspetti ambientali, quelli diretti e quelli indiretti. Fra gli aspetti ambientali diretti, quelli su cui il Gruppo esercita influenza e controllo diretto, risultano significativi i consumi di energia e di carta, mentre la produzione di rifiuti conseguenti all'utilizzo dei beni di consumo, le emissioni in atmosfera ed il consumo di acqua generano effetti minori. Gli aspetti ambientali indiretti sono quelli legati ad attività di organizzazioni terze con cui il Gruppo si relaziona (ad esempio i clienti). Nello svolgimento delle nostre attività e tramite i servizi e prodotti offerti possiamo infatti influire sul comportamento dei nostri interlocutori nei confronti dell'ambiente. Nel 2002 Sanpaolo IMI ha aderito alla Dichiarazione UNEP degli istituti finanziari (  33) sull'ambiente e sullo sviluppo sostenibile, affermando così il proprio impegno ad adottare pratiche sostenibili e rispettose dell'ambiente a tutti i livelli di operatività. Gli impegni presi hanno trovato realizzazione in una serie di progetti ed iniziative.

## DICHIARAZIONE UNEP

### 1. Impegno allo sviluppo sostenibile

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

### 2. Management ambientale e istituti finanziari

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

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


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

### 3. Opinione pubblica e comunicazione

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

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

## L'IMPEGNO DI SANPAOLO IMI

L'impegno allo sviluppo sostenibile è contenuto nella mission ed è parte del sistema valoriale di Sanpaolo IMI. Tale impegno è ripreso nella politica ambientale (  29) disponibile anche sul sito internet del Gruppo.

- È stato implementato un Sistema di Gestione Ambientale certificato ISO 14001.
- Per quanto riguarda gli aspetti ambientali diretti, la politica del Gruppo è volta al monitoraggio e, ove possibile, alla riduzione dei consumi energetici, al progressivo incremento dell'approvvigionamento energetico da fonti rinnovabili, alla riduzione delle emissioni in atmosfera, ed alla corretta gestione dei rifiuti prodotti dalle unità operative diffuse sul territorio.
- I Fondi Etici prevedono criteri ambientali nella selezione degli investimenti.
- L'attenzione alle problematiche ambientali da parte delle aziende clienti rappresenta uno dei campi di indagine presi in considerazione dall'istruttoria creditizia, soprattutto per i crediti a medio lungo termine.
- Appliciamo gli Equator Principles, linee guida sociali e ambientali per la finanza di progetto.
- Finanziamento di interventi di tutela e sviluppo del territorio e consulenza finanziaria nel settore dei servizi ambientali (Banca OPI) e analisi e sviluppo di progetti in campo ambientale (FIN.OPI).
- Nel Bilancio Sociale vengono pubblicate le politiche, le procedure e le misure adottate dal Gruppo per promuovere l'integrazione delle esigenze ambientali nell'ambito delle proprie attività.
- Le conoscenze del Gruppo sono rese accessibili sia tramite le relazioni e gli scambi quotidiani con i clienti, sia tramite il sito internet di Gruppo e il portale intranet.
- Il Gruppo partecipa a iniziative multistakeholder su problematiche ambientali (UNEP e Carbon Disclosure Program) e sviluppa una azione propositiva nell'ambito di ABIENERGIA, con riflessi su tutto il settore bancario nazionale.
- È stata distribuita a tutte le persone che lavorano nel Gruppo una guida con indicazioni per un uso più consapevole delle risorse energetiche sul posto di lavoro.

## Aspetti ambientali diretti

### La certificazione ambientale

Nel 2005 Sanpaolo IMI si è dotato di una Politica Ambientale (U 29) e di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato secondo la norma internazionale ISO 14001. Il SGA è un sistema che consente di gestire gli aspetti ambientali che sono stati individuati come rilevanti per il Gruppo: i consumi energetici, la produzione di rifiuti, le emissioni inquinanti, i consumi di carta, la limitazione della presenza di sostanze nocive, le attività di manutenzione degli impianti tecnologici. Il Sistema prevede anche obiettivi di miglioramento della prestazione ambientale e specifici processi per conseguirli. Il rispetto delle procedure e dei programmi è assicurato da periodici audit interni. Inoltre il personale coinvolto è stato formato sia mediante corsi in aula sia direttamente in filiale per gli aspetti applicativi. Il SGA non è circoscritto al complesso immobiliare ed impiantistico dei punti operativi della banca ma si estende al sistema delle forniture: i fornitori e gli appaltatori sono infatti tenuti al rispetto delle procedure del SGA che interessano lo svolgimento delle proprie attività con significativi impatti sull'ambiente. Il SGA è operativo da giugno 2005 per un primo gruppo di 72 siti pilota che a fine novembre hanno ottenuto la certificazione.



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



Giovanni De Luca



Ezio Dal Cin



## PRINCIPALI INDICATORI AMBIENTALI

(I dati si riferiscono al Gruppo, con esclusione di Banca Fideuram e Banche e filiali estere)

Consumi	2003	2004	2005	var. 05/04
Energia elettrica* (milioni di kWh)	260,0	261,2	262,5	+0,5%
Energia termica* (milioni kWh)	166,3	160,5	140,6	-12,4%
da gas metano (milioni di mc)	14,1	13,9	11,8	-15,1%
da gasolio e altri combustibili liquidi (milioni di litri)	3,10	2,72	2,67	-1,8%
Energia totale* (milioni kWh)	426,3	421,7	403,2	-4,4%
Carta (kg)**	4.125.000	5.088.000	5.325.000	+4,7%
bobine per grandi stampanti	893.000	1.207.000	1.397.000	+15,7%
carta per fotocopia, lettere	2.791.000	3.400.000	3.369.000	-0,9%
altra carta	441.000	481.000	559.000	+16,2%
<b>Rifiuti ed emissioni in atmosfera</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>var. 05/04</b>
Rifiuti prodotti (Kg)***	5.382.000	5.139.000	5.120.000	-0,4%
carta e cartoni	4.186.000	3.512.000	3.630.000	+3,4%
imballaggi	757.000	874.000	1.026.000	+17,4%
cartucce nastri e pellicole	67.000	104.000	99.000	-4,8%
rifiuti pericolosi	43.000	104.000	76.000	-26,9%
macchine da ufficio	211.000	246.000	195.000	-20,7%
altri rifiuti	118.000	299.000	94.000	-68,6%
Recupero rifiuti (%)***				
recupero carta e cartoni	n.d.	99	99	
recupero imballaggi	60	60	60	
recupero cartucce nastri e pellicole	35	40	50	
recupero rifiuti pericolosi	0	0	90	
recupero macchine da ufficio	30	15	60	
recupero di altri rifiuti	0	0	0	
Emissioni (milioni Kg di CO <sub>2</sub> )	136,2	104,3	90,9	-12,8%
da energia elettrica	96,9	66,8	57,7	-13,6%
da gas metano e gasolio	39,3	37,5	33,2	-11,5%

\*per alcune Società del Gruppo il valore è stimato sulla base della spesa sostenuta.

\*\* il perimetro non comprende alcune società del Gruppo

\*\*\* non sono ricompresi i servizi di raccolta rifiuti effettuati dalle amministrazioni comunali.

## INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE\*

Consumi, rifiuti ed emissioni	2003	2004	2005	var.05/04
Energia elettrica per posto di lavoro (kWh/ posti di lavoro)	6.636,2	6.589,0	6.547,0	-0,6%
Energia elettrica per superficie (kWh/mq)	141,7	140,0	134,2	-4,1%
Energia termica per superficie (kWh/mq)	90,6	86,0	71,9	-16,4%
Energia totale per superficie (kWh/mq)	232,3	225,5	206,1	-8,6%
Acqua (mc/anno per addetto)**	25,0	23,1	24,5	+6,1%
Carta per dipendente (Kg/ organico effettivo)***	108	127	141	+11,0%
Numero fogli consumati al giorno per dipendente	68	79	85	+7,6%
Rifiuti prodotti per dipendente (Kg/organico effettivo)****	145	139	136	-2,2%
Emissioni per superficie (kg di CO <sub>2</sub> /mq)	74,0	56,0	46,5	-16,8%
da energia elettrica	53,0	36,0	29,5	-18%
da gas metano e gasolio	21,0	20,0	17,0	-15,0%
Emissioni per posto di lavoro (Kg di CO <sub>2</sub> /posti di lavoro)	3.007,1	2.632,0	2.267,0	-13,9%

\*Per il calcolo si fa riferimento ai seguenti parametri:

- superficie netta calpestabile: 1.957.998 mq (+ 4,8% rispetto al 2004)

- posti di lavoro (considerando la presenza di altri operatori/società esterne operanti nel perimetro in esame): 40.102 (+1,2% rispetto al 2004)

- organico effettivo (al netto del personale assente con continuità): 38.369 addetti (+ 1% rispetto al 2004).

\*\*consumi stimati

\*\*\* il perimetro non comprende alcune società del Gruppo

\*\*\*\* non sono ricompresi i servizi di raccolta rifiuti effettuati dalle amministrazioni comunali.

## Consumi energetici

I consumi di energia si possono ricondurre principalmente a:

- combustibili utilizzati per il riscaldamento degli ambienti e dell'aria di rinnovo nel periodo invernale;
- energia elettrica, utilizzata per alimentare le macchine da ufficio e gli elaboratori centrali, i sistemi di climatizzazione e di refrigerazione, e, ove il clima esterno invernale è più mite, i sistemi di riscaldamento a pompa di calore, alternativi ai sistemi tradizionali a combustibile.

Il presidio di questo aspetto ambientale è affidato all'Energy Manager.

Le politiche e le procedure del Gruppo in materia di energy management prevedono:

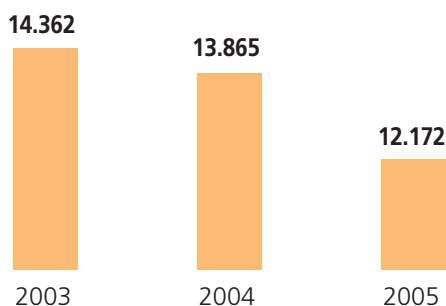
- la progressiva applicazione su tutto il territorio nazionale di soluzioni impiantistiche standardizzate e l'installazione di macchine di ufficio con elevata efficienza energetica;
- l'assenza di prodotti nocivi per le persone e, ove possibile, la sostituzione di prodotti lesivi per l'ambiente con altri a minore impatto ambientale;



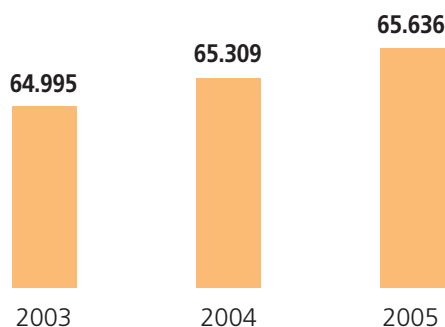
Alberto Cappetini

- la manutenzione di tutti gli impianti per assicurare il mantenimento della massima efficienza energetica;
- il progressivo incremento dell'approvvigionamento da fonti energetiche rinnovabili;
- il monitoraggio dei consumi energetici reso sempre più efficace anche grazie ad un progressivo miglioramento di procedure informatiche dedicate.

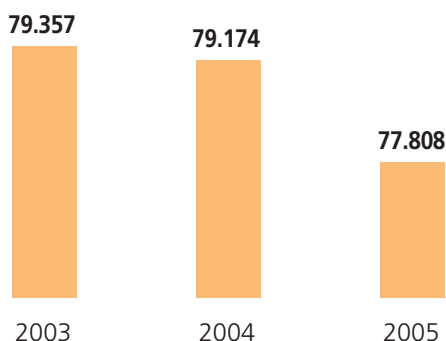
**CONSUMI DI ENERGIA TERMICA**  
(tep)



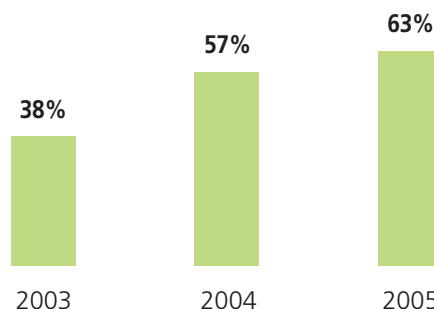
**CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA**  
(tep)



**CONSUMI TOTALI DI ENERGIA**  
(tep)



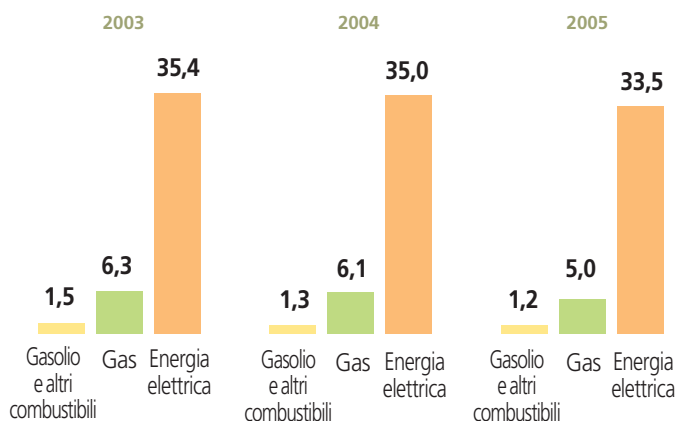
**CONSUMI DI ENERGIA IDROELETTRICA**  
(% su consumi totali di energia elettrica)



Nel 2005 si sono registrati i seguenti andamenti:

- i consumi di energia elettrica sono rimasti sostanzialmente stabili (+0,5% rispetto al 2004) nonostante l'incremento dei consumi nei centri di calcolo (legato all'ulteriore potenziamento della capacità elaborativa per far fronte alla maggiore necessità di servizi) e l'aumento della superficie complessiva del Gruppo (+4,8%), da ricondursi all'espansione sia della rete bancaria sia di altre Società del Gruppo. A fronte di tale incremento e del lieve aumento dei posti di lavoro, i consumi unitari di energia elettrica hanno registrato una diminuzione (- 4,1% l'energia elettrica per superficie, - 0,6% l'energia elettrica per posto di lavoro).
- I consumi totali di energia termica hanno registrato una forte riduzione (-12,4%) grazie alle dismissioni immobiliari e alla sostituzione degli impianti di produzione di calore (da caldaia a pompa di calore) nel Centro e Sud Italia.

**CONSUMI DI ENERGIA PER SUPERFICIE**  
(tep\* 10<sup>-3</sup>/mq)



**Dati di confronto**

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

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

Nel perseguire obiettivi di riduzione dei consumi risulta di fondamentale importanza la collaborazione di ogni persona che lavora per il Gruppo. A tal fine, è stata distribuita a fine 2005 a tutto il personale una guida pratica che contiene una serie di indicazioni utili per aiutare a utilizzare gli strumenti di lavoro e gli impianti disponibili in modo più consapevole. La brochure, "Salva l'ambiente con un click", è stata realizzata da ABI ENERGIA con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente della Federazione Italiana per l'uso razionale dell'Energia e in collaborazione con gli Energy Manager di alcune delle banche associate, tra le quali Sanpaolo IMI. Il Gruppo ha fornito una fattiva collaborazione nell'ambito di ABIENERGIA anche per la realizzazione di altre iniziative, come la stipula di convenzioni per l'acquisto di energia elettrica sul mercato libero (in gran parte energia idroelettrica), ed interventi in convegni e corsi di formazione per Energy Manager del settore bancario.

*Il Gruppo ha diminuito i suoi consumi di energia e ulteriormente incrementato l'utilizzo di energia idroelettrica raggiungendo il 63% nel 2005*

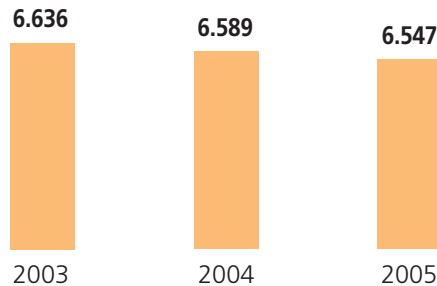
#### Emissioni atmosferiche

L'utilizzo di energia per la gestione delle attività nelle sedi del Gruppo è all'origine di emissioni di anidride carbonica, il gas ritenuto principale responsabile del progressivo riscaldamento del pianeta. Le emissioni in atmosfera sono minimizzate grazie alle seguenti azioni:

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

Vengono quantificate le emissioni di CO<sub>2</sub> generate dagli impianti degli immobili del Gruppo (combustione per il funzionamento di impianti di riscaldamento) e le emissioni derivanti dall'utilizzo di energia elettrica prodotta da centrali termoelettriche. Le emissioni atmosferiche hanno registrato un contenimento attribuibile principalmente al maggiore uso di energia idroelettrica e al contenimento di consumi energetici registrati in alcuni palazzi.

#### CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA PER POSTO DI LAVORO (kWh per posto di lavoro)

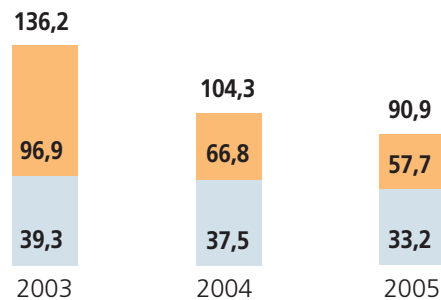


#### Dati di confronto

ABIENERGIA ha individuato (riferendosi ai più aggiornati dati forniti dal GRTN – Gestore della Rete di Trasmissione nazionale - anno 2003) il consumo del settore del credito che, rapportato al numero degli addetti del settore, consente di stimare un consumo medio annuo di 6.800 kWh per dipendente nei grandi gruppi bancari nazionali. L'analisi della medesima fonte per il 2004 evidenzia un consumo medio annuo di 6.600 kWh per dipendente.

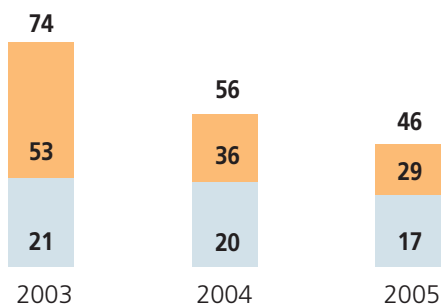
#### EMISSIONI (milioni kg di CO<sub>2</sub>)

- da energia elettrica
- da gas metano e gasolio



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

- da energia elettrica
- da gas metano e gasolio



### Programma GreenLight

Il miglioramento dei sistemi di illuminazione può contribuire significativamente al risparmio di energia ed alla conseguente riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra, oltre che all'ottimizzazione della qualità della illuminazione artificiale a beneficio del personale. Nel 2003 Sanpaolo IMI ha aderito al Programma GreenLight, che si basa su accordi volontari che i grandi utenti di illuminazione del terziario, della pubblica amministrazione e industriali stipulano con la Commissione Europea, impegnandosi a realizzare interventi di miglioramento delle tecnologie e delle modalità di gestione dell'illuminazione dei propri edifici. Per gli interventi effettuati sino al 2004 Sanpaolo IMI è risultato vincitore del premio "GreenLight Award 2005". Nel 2005 l'impegno è proseguito con interventi sugli impianti di ulteriori 70 punti operativi, in aggiunta ai 115 del 2004.

Inoltre in una delle sedi di Torino è stato sperimentato l'uso di apparecchi elettronici che consentono una riduzione di circa il 20% dell'energia utilizzata per l'illuminazione con una conseguente riduzione di circa il 2% dell'energia complessivamente consumata nell'edificio, corrispondente ad una riduzione annua di circa 50 tonnellate delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

### Mobility management

Una migliore organizzazione della mobilità può contribuire a ridurre i livelli di congestione del traffico urbano e di inquinamento atmosferico, con conseguenti vantaggi a livello ambientale, sociale ed economico. In tale ambito, sia le aziende sia i singoli lavoratori giocano un ruolo importante. Per questo motivo il Mobility Manager di Sanpaolo IMI, con un approccio basato sull'informazione, il coinvolgimento, il coordinamento e l'organizzazione del lavoro, persegue l'obiettivo di incoraggiare gli individui e le organizzazioni all'uso efficiente ed integrato di tutti gli strumenti a disposizione (mezzi di trasporto, tecnologie, modelli organizzativi), orientandoli alla scelta di modalità ambientalmente e socialmente sostenibili. Le azioni intraprese hanno riguardato nel 2005 l'avvio di una campagna di comunicazione interna e le attività preparatorie per la realizzazione del primo Piano degli Spostamenti Casa Lavoro. Parallelamente allo sviluppo dei processi di comunicazione interna, è stata avviata l'estensione delle attività ai 7 principali centri urbani italiani (in termini di numero di dipendenti), ove sono stati individuati, nei primi mesi del 2006, altrettanti referenti per il coordinamento dei relativi progetti, secondo una logica che da un lato ricerca l'affermazione e la condivisione dei valori di riferimento del Gruppo e dall'altro opera per l'adozione di soluzioni concrete nel rispetto delle specificità dei territori.

## Aspetti ambientali indiretti

### Il sostegno alle energie rinnovabili

Il Gruppo è orientato a sostenere lo sviluppo del settore delle energie da fonti rinnovabili con iniziative nelle diverse aree di attività. Tramite FIN.OPI, società del Gruppo con funzioni di investitore diretto in capitale di rischio nel settore pubblico, vengono monitorate costantemente le opportunità di investimento nel settore delle energie rinnovabili, sia nel tradizionale settore eolico, sia nei meno maturi settori delle mini-centrali idroelettriche e degli impianti a biogas e biomasse. In particolare FIN.OPI si propone di svolgere un ruolo di partner finanziario di operatori industriali



Daniele Volpicelli

nello sviluppo di progetti per la produzione di energia da fonti rinnovabili. FIN.OPI partecipa poi al comitato direttivo di BEI/FEMIP (Banca Europea per gli Investimenti / Programma Mediterraneo per le Energie rinnovabili) per lo sviluppo di iniziative finanziarie a sostegno della diffusione delle energie rinnovabili nel bacino del Mediterraneo.

Inoltre Sanpaolo IMI, tramite Banca OPI, la società del Gruppo specializzata nel credito alle opere pubbliche e alle infrastrutture, è co-sponsor e principale investitore di FIDEME, il primo fondo europeo specializzato in finanziamenti per l'energia rinnovabile. FIDEME ha erogato prestiti per un totale di 30 milioni di euro a fine 2005, permettendo lo sviluppo di 20 progetti, in maggioranza promossi da piccole e medie imprese, per un valore complessivo di investimenti pari a 255 milioni di euro. È stimato che lo sviluppo di tali progetti, relativi ad impianti eolici ed altre tecnologie per l'energia rinnovabile, permetterà di evitare ogni anno complessivamente circa 190.000 tonnellate di emissioni di CO<sub>2</sub>.

Sul fronte dei finanziamenti, il Gruppo ha creato nel 2006 un prestito ad hoc per il fotovoltaico, tecnologia che consente di trasformare l'irradiazione solare –principale fonte di energia rinnovabile- direttamente in energia elettrica.



### La valutazione del rischio ambientale nella concessione del credito

L'attenzione alle problematiche ambientali da parte delle aziende rappresenta uno dei campi di indagine presi in considerazione dall'istruttoria creditizia e nell'attività di strutturazione delle operazioni di finanza di progetto rivolte ad interventi infrastrutturali. Tali considerazioni consentono alla Banca sia di influire positivamente sul comportamento delle imprese clienti nei confronti dell'ambiente, sia di minimizzare il rischio ambientale per il portafoglio creditizio della Banca stessa.

Il rischio ambientale può influire sull'attività bancaria attraverso due canali principali. Da un lato, può agire in modo diretto sulla capacità di rimborso delle controparti affidate (ad esempio, una scarsa attenzione all'eco-compatibilità dei prodotti e dei processi produttivi da parte dell'impresa può rappresentare una fonte di rischio di inadempienza e di perdita economica che la banca può trovarsi a dover sostenere). Dall'altro lato, una scarsa attenzione ai valori ambientali nei processi di erogazione del credito e nella valutazione delle controparti - anche piccole - da parte delle banche può costituire di per sé un elemento reputazionale negativo capace di ridurre il

### LINEE GUIDA SOCIALI E AMBIENTALI PER IL PROJECT FINANCING

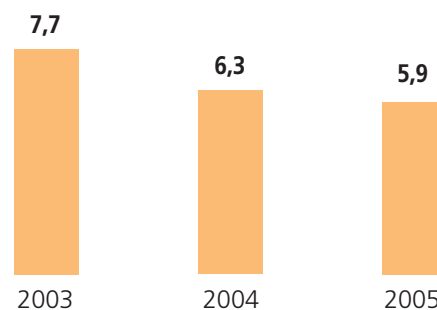
All'inizio del 2006 il Gruppo ha aderito agli Equator Principles, un insieme di linee guida internazionali ad adesione volontaria per l'attività di project financing, sviluppate da un gruppo di banche internazionali sulla base dei criteri dell'IFC (International Finance Corporation), sussidiaria della Banca Mondiale. Gli Equator Principles sono diretti a riconoscere e gestire i profili di rischio sociale e ambientale al fine di assicurare che i progetti finanziati, con particolare riferimento alle operazioni di grande impatto ambientale quali gasdotti, dighe o centrali energetiche, vengano realizzati in un'ottica di responsabilità sociale e nel rispetto delle migliori pratiche per quanto riguarda, per esempio, la protezione della salute e della sicurezza umana, gli aspetti relativi al lavoro nei cantieri, la protezione del patrimonio culturale e della biodiversità, gli impatti socio - economici sulle comunità locali.

## Sanpaolo IMI ha aderito agli Equator Principles per la gestione dei rischi ambientali e sociali legati all'attività di project financing

valore dell'attività bancaria. Una scarsa attenzione alle valutazioni ambientali negli affidamenti può infatti incrinare i rapporti di fiducia con clienti, investitori e con il mercato. Dal 2003 viene misurata l'entità del rischio ambientale per il portafoglio creditizio di Sanpaolo IMI tramite la rilevazione di un indicatore relativo alla percentuale di impieghi utilizzati da imprese attive in settori produttivi ad alto impatto e pericolosità ambientale (indicatore costruito in base alle indicazioni delle attività produttive fornite dalla Banca Europea per la Ricostruzione e lo Sviluppo nel suo manuale per la gestione del rischio ambientale).

### IMPIEGHI AD ALTO RISCHIO AMBIENTALE

(% del totale portafoglio impieghi delle Banche commerciali)



Particolarmente attenta ai riflessi di carattere ambientale di qualsiasi intervento infrastrutturale finanziabile è Banca OPI, la società del Gruppo specializzata nel credito alle opere pubbliche e alle infrastrutture. Una positiva valutazione, condotta da consulenti esterni e con il riscontro della valutazione ufficiale degli organi regionali o nazionali preposti, dell'impatto sull'ambiente derivante dalla realizzazione dell'infrastruttura di volta in volta considerata costituisce, infatti, uno dei presupposti fondamentali per il finanziamento della stessa.



# La Relazione Economica



## La performance economico-finanziaria nel 2005

I risultati dell'esercizio 2005\* del Gruppo Sanpaolo IMI evidenziano rispetto al 2004 un miglioramento di tutti i principali indicatori di redditività, efficienza e qualità dell'attivo. L'indicatore di redditività si è attestato al 17,2% a fronte dell'11,9% del 2004. Il cost to income ratio è sceso al 57% dal 63% del 2004. Il rapporto sofferenze nette/impieghi netti è rimasto su valori di assoluta eccellenza (0,8%). Tali performance sono state rese possibili dal favorevole sviluppo di tutte le tipologie di ricavi, con una dinamica in progressione nella seconda metà dell'anno, e dal costante presidio della spesa. Il margine di intermediazione lordo, espressione dei ricavi inclusi quelli relativi alla gestione assicurativa, è aumentato

del 10,6% grazie al favorevole sviluppo delle principali componenti. Il margine di intermediazione netto, che ha beneficiato della riduzione delle rettifiche di valore, è salito del 13,1% rispetto al 2004. L'incremento dell'utile dell'operatività corrente è stato pari al 53,4%, grazie anche alle azioni di contenimento delle spese di funzionamento e ai minori accantonamenti ai fondi per rischi e oneri. L'utile netto conseguito nel 2005, che ha tratto vantaggio dagli effetti dell'operazione Italenergia Bis per 136 milioni di euro, è stato pari a 1.983 milioni di euro, con un incremento del 57,9% in raffronto ai 1.256 milioni di euro del 2004 pro-forma, determinando un utile netto per azione di € 1,06.

### DATI ED INDICATORI ECONOMICI E FINANZIARI

	Esercizio 2005	Esercizio 2004 <sup>(1)</sup>	Variazione esercizio 2005/esercizio 2004
<b>CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO (€/mil)</b>			
Margine d'interesse	3.795	3.683	+3,0%
Commissioni nette	3.476	3.254	+6,8%
Risultato da cessione di crediti e attività finanziarie detenute fino a scadenza e riacquisto passività finanziarie non coperte	58	-13	n.s.
Dividendi e risultati delle altre attività e passività finanziarie	526	264	+99,2%
Utili (perdite) su partecipazioni	116	82	+41,5%
Risultato della gestione assicurativa	431	329	+31,0%
<b>Margine di intermediazione lordo</b>	<b>8.402</b>	<b>7.599</b>	<b>+10,6%</b>
Rettifiche di valore nette per deterioramento di crediti	-489	-539	-9,3%
Rettifiche di valore nette per deterioramento di altre attività finanziarie	-1	-62	-98,4%
<b>Margine di intermediazione netto</b>	<b>7.912</b>	<b>6.998</b>	<b>+13,1%</b>
Spese per il personale	-2.839	-2.841	-0,1%
Altre spese amministrative	-1.514	-1.525	-0,7%
Rettifiche di valore nette su attività materiali e immateriali	-437	-450	-2,9%
Altri proventi (oneri) di gestione	74	41	+80,5%
Rettifiche di valore su avviamenti	-47	-58	-19,0%
Utili (perdite) da cessione di investimenti	17	3	n.s.
Accantonamenti netti ai fondi rischi e oneri	-143	-197	-27,4%
<b>Utile (perdita) dell'operatività corrente al lordo delle imposte</b>	<b>3.023</b>	<b>1.971</b>	<b>+53,4%</b>
Imposte sul reddito di periodo dell'operatività corrente	-948	-743	+27,6%
Utili (perdite) delle attività non correnti in via di dismissione al netto delle imposte	-35	76	n.s.
Utile (perdita) di pertinenza di terzi	-57	-48	+18,8%
<b>Utile netto</b>	<b>1.983</b>	<b>1.256</b>	<b>+57,9%</b>
Utile netto per azione (€) <sup>(2)</sup>	1,06	0,68	+55,9%

\* I risultati reddituali nell'esercizio 2005 sono stati redatti secondo i principi contabili internazionali (IAS/IFRS). I dati 2004 sono stati ricostruiti pro-forma secondo tali principi per consentire un confronto il più possibile omogeneo.

	Esercizio 2005	Esercizio 2004 <sup>(1)</sup>
<b>PRINCIPALI INDICI (%)</b>		
ROE <sup>(3)</sup>	17,2	11,9
Cost/Income <sup>(4)</sup>	57,0	63,4

<b>DATI PATRIMONIALI CONSOLIDATI (€/mil)</b>	31/12/2005	31/12/2004	Variazione 31/12/05 - 31/12/04
Totale attività	263.258	248.418	+6,0%
Crediti a clientela (escluse sofferenze)	138.427	125.143	+10,6%
Partecipazioni	819	839	-2,4%
Debiti verso clientela	92.306	86.380	+6,9%
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	13.483	12.035	+12,0%
Book value per azione <sup>(5)</sup> (€)	7,22	6,48	+11,4%

#### ATTIVITÀ FINANZIARIE DELLA CLIENTELA (€/mil)

Attività finanziarie totali <sup>(6)</sup>	401.838	376.381	+6,8%
- di cui raccolta diretta	165.230	158.760	+4,1%
- di cui raccolta indiretta	262.232	238.793	+9,8%
- risparmio gestito	157.990	144.813	+9,1%
- risparmio amministrato	104.242	93.980	+10,9%

#### INDICI DI RISCHIOSITÀ DEL CREDITO (%)

Finanziamenti problematici/Crediti a clientela	2,4	2,8
Finanziamenti in sofferenza/Crediti a clientela	0,8	0,9

#### COEFFICIENTI DI SOLVIBILITÀ PATRIMONIALE (%)<sup>(7)</sup>

Core Tier 1 ratio	6,6	6,7
Tier 1 ratio	7,2	7,4
Total risk ratio	9,2 <sup>(8)</sup>	11,3

<sup>(1)</sup> Dati pro-forma ricostruiti su basi omogenee, inclusi di una stima degli effetti degli IAS 32 e 39 (strumenti finanziari) e dell'IFRS 4 (contratti assicurativi).

<sup>(2)</sup> Calcolato in base allo IAS 33

<sup>(3)</sup> Utile netto/Patrimonio netto di fine periodo (escluso l'utile)

<sup>(4)</sup> Spese per il personale, altre spese amministrative e ammortamenti/Margine di intermediazione lordo

<sup>(5)</sup> Patrimonio netto / Numero di azioni in circolazione

<sup>(6)</sup> Include le elisioni tra la raccolta diretta e il risparmio gestito.

<sup>(7)</sup> I coefficienti di solvibilità al 31/12/2005 sono stati elaborati sulla base dei principi generali emanati dall'Organo di Vigilanza, in linea con le indicazioni impartite dal Comitato di Basilea e dal CESB (Committee of European Banking Supervisors). Ai fini comparativi, i valori al 31/12/2004 sono stati calcolati in via pro-forma in una logica IAS compliant.

<sup>(8)</sup> È in corso un programma di collocamento di prestiti subordinati finalizzato a riportare il total risk ratio al di sopra del 10%; è già stata realizzata una prima tranche di 750 milioni di euro che posiziona il coefficiente al 9,7%.



## Il calcolo e la ripartizione del valore aggiunto

### La metodologia

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

- le Risorse umane sotto forma di stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto, di quiescenza e simili, remunerazione della rete dei promotori finanziari;
- l'aggregato Stato, Enti ed Istituzioni e Collettività, sotto forma di imposte (dirette ed indirette) e beneficenza;
- il Sistema Impresa come investimento che le altre categorie di stakeholder effettuano ogni esercizio al fine di mantenere in efficienza e permettere lo sviluppo del complesso aziendale.

In particolare, per le banche si deve considerare anche l'obbligo (fissato dagli specifici requisiti patrimoniali minimi imposti dagli organi di Vigilanza) di mantenere adeguati presidi patrimoniali a tutela dei depositanti;

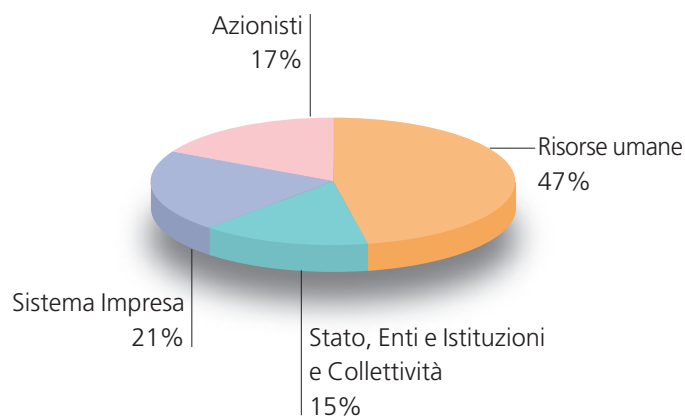
- gli Azionisti, sotto forma di dividendi.

Sotto il profilo metodologico, tra le diverse configurazioni che può assumere il Valore aggiunto (a seconda del livello di aggregazione dei componenti reddituali), si è presa a riferimento quella del Valore Aggiunto Globale - V.A.G. - adottata nel modello ABI di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito, che tiene conto delle specificità del mondo bancario, integrato con le opportune modifiche legate all'introduzione degli IAS.

### La determinazione del valore aggiunto

Il Valore aggiunto globale lordo prodotto dal Gruppo ha subito un incremento di circa 948 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente (da 5.802 milioni di euro a 6.750 milioni di euro). Tale aumento è determinato dalla crescita del Valore aggiunto caratteristico lordo per effetto dell'incremento della Produzione netta che, a sua volta, ha visto un maggior contributo di tutte le voci che la compongono.

Tutte le diverse categorie di stakeholder hanno beneficiato della crescita del valore aggiunto.



## PROSPETTO ANALITICO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE

	Esercizio 2005 (€/mil)	Esercizio 2004* (€/mil)
<b>PRODUZIONE NETTA</b>		
Margine di interesse	3.795	3.683
Commissioni nette <sup>(1)</sup>	3.857	3.606
Dividendi e risultati delle attività e passività finanziarie	526	264
Utili (perdite) delle partecipazioni	116	82
Risultato della gestione assicurativa	431	329
Altri proventi netti e Risultato da cessione di crediti e attività finanziarie detenute	132	28
<b>TOTALE PRODUZIONE NETTA</b>	<b>8.857</b>	<b>7.992</b>
<b>CONSUMI</b>		
Altre spese amministrative <sup>(1)</sup>	-1.456	-1.471
Rettifiche di valore nette per deterioramento di crediti e accantonamenti	-489	-539
Accantonamenti per rischi ed oneri	-143	-197
Rettifiche nette di valore su attività finanziarie	-1	-62
<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>-2.089</b>	<b>-2.269</b>
<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>6.768</b>	<b>5.723</b>
Utili (perdite) delle attività non correnti in via di dimissione e utili (perdite) da cessione di investimenti	-18	79
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>6.750</b>	<b>5.802</b>
Rettifiche di valore su immobilizzazioni materiali e immateriali	-437	-450
Rettifiche di valore su avviamenti	-47	-58
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>6.266</b>	<b>5.294</b>
Costo del lavoro	-3.220	-3.193
- spese per il personale	-2.839	-2.841
- spese per la rete dei promotori finanziari <sup>(2)</sup>	-381	-352
Elargizioni ad enti ed istituzioni e liberalità <sup>(2)</sup>	-2	-3
Imposte indirette e tasse <sup>(2)</sup>	-56	-51
<b>UTILE LORDO</b>	<b>2.988</b>	<b>2.047</b>
Imposte sul reddito del periodo	-948	-743
Utile di pertinenza di terzi	-57	-48
<b>UTILE NETTO</b>	<b>1.983</b>	<b>1.256</b>

<sup>(1)</sup> Il dato differisce da quello del Conto Economico Riclassificato a seguito della specifica evidenziazione a voce propria degli importi contrassegnati nella nota (2).

<sup>(2)</sup> Dato esposto a voce propria nello schema di determinazione del valore aggiunto.

\* Dati pro-forma inclusivi della stima degli effetti degli IAS 32 e 39 (strumenti finanziari) e dell'IFRS 4 (contratti assicurativi).

## PROSPETTO DI RIPARTO DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO

	Esercizio 2005 (€/mil)	Esercizio 2004* (€/mil)
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>6.750</b>	<b>5.802</b>
<b>Ripartito fra:</b>		
<b>AZIONISTI**</b>	<b>1.124</b>	<b>919</b>
Dividendi ai soci Sanpaolo IMI S.p.A.	1.067	876
Dividendi ai soci terzi	57	43
<b>RISORSE UMANE</b>	<b>3.220</b>	<b>3.193</b>
Costo del lavoro	3.220	3.193
- spese per il personale	2.839	2.841
- spese per la rete dei promotori finanziari	381	352
<b>STATO, ENTI ED ISTITUZIONI E COLLETTIVITÀ</b>	<b>1.006</b>	<b>797</b>
Imposte indirette e tasse	56	51
Imposte sul reddito del periodo	948	743
Elargizioni e liberalità	2	3
<b>SISTEMA IMPRESA</b>	<b>1.400</b>	<b>893</b>
Rettifiche di valore su immobilizzazioni materiali e immateriali	437	450
Rettifiche di valore su avviamenti, differenze di fusione e di consolidamento	47	58
Riserve ed utili non distribuiti agli Azionisti	916	385
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>6.750</b>	<b>5.802</b>

\* Dati pro-forma inclusivi della stima degli effetti degli IAS 32 E 39 (strumenti finanziari) e dell'IFRS 4 (contratti assicurativi).

\*\* Sulla base delle informazioni sull'azionariato disponibili e di una proposta di dividendo di euro 0,57 per azione a valere sull'utile 2005, il valore aggiunto attribuito agli Azionisti comprende - in deroga ai principi ABI - i dividendi corrisposti da Sanpaolo IMI (per 339 milioni di euro a valere sull'utile 2004 e per 377 milioni di euro a valere sull'utile 2005) a Compagnia di San Paolo, Fondazione CR Padova e Rovigo, Fondazione CR in Bologna, Fondazione Cariplo, Ente CR Firenze, Fondazione di Venezia, Fondazione CR Udine e Pordenone, Fondazione Monte dei Paschi di Siena, Fondazione CR Gorizia, Fondazione CR Carpi, Fondazione Cassa di Risparmio di Verona la cui missione è individuabile nell'attuazione di interventi in campo sociale, artistico e scientifico a favore della collettività.



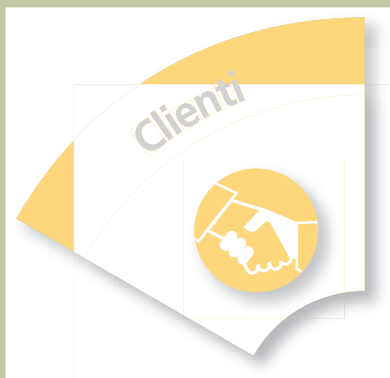




Obiettivi di miglioramento

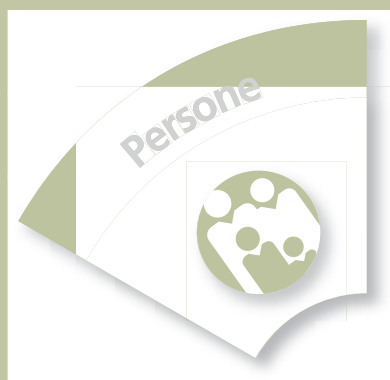






## CLIENTI

- Rafforzare la relazione di fiducia con i clienti a partire da un'attenta analisi dei loro bisogni e attraverso un servizio altamente specializzato per rispondere in modo mirato alle specifiche esigenze dei diversi segmenti di clientela.
- Mantenere il forte impegno sulla trasparenza, anche tramite la semplificazione di prodotti e servizi, e sviluppo di nuovi canali e modalità di comunicazione ed informazione da e verso i clienti.
- Incentivare l'uso dei canali diretti da parte della clientela ampliando le funzionalità disponibili e ponendo la massima attenzione alla tutela della sicurezza, per aumentare la comodità di utilizzo dei prodotti e servizi bancari.



## PERSONE

- Investire nelle competenze e nella qualità professionale delle persone per favorire la piena realizzazione delle potenzialità individuali e per attrarre, mantenere e valorizzare le risorse più qualificate, puntando anche su percorsi di crescita che tengano in considerazione le diverse caratteristiche ed esigenze delle persone.
- Rafforzare la corporate identity di Gruppo, con particolare attenzione alla sensibilità etica, valorizzando al contempo le diverse culture delle aziende che sono state integrate nei recenti processi di razionalizzazione del Gruppo.
- Integrare nei sistemi incentivanti l'ottica di breve con quella di medio periodo attraverso lo sviluppo di nuovi strumenti retributivi a supporto del piano triennale, focalizzati sul raggiungimento di obiettivi quantitativi e qualitativi.



## COLLETTIVITÀ

- Mantenere uno stretto legame ed una proficua interazione con il territorio e le economie locali.
- Proseguire l'azione volta a favorire l'inclusione finanziaria dei soggetti deboli.



## AZIONISTI

- Consolidare la leadership italiana e l'appartenenza alla top league finanziaria europea secondo le linee individuate nel Piano triennale.
- Conservare un modello di corporate governance in linea con i migliori standard internazionali, con particolare attenzione a garantire la massima trasparenza.
- Mantenere forte l'impegno sulla trasparenza, tempestività, facilità di accesso e completezza della comunicazione verso la comunità finanziaria.



## AMBIENTE

Perseguire una riduzione dell'impatto diretto dell'attività sull'ambiente, in particolare delle emissioni in atmosfera, attraverso:

- un progressivo miglioramento dell'efficienza energetica, avendo cura di garantire un adeguato livello di confort per le persone e ispirandosi a qualificati standard di best practice esistenti;
- un incremento, ove possibile, dell'utilizzo di fonti di energia rinnovabile.

# Attestazione di conformità da parte di PricewaterhouseCoopers



PricewaterhouseCoopers SpA

## ATTESTAZIONE DI CONFORMITA'

Al Consiglio di Amministrazione di  
Sanpaolo IMI SpA

- 1 Abbiamo svolto alcune verifiche ed analisi di conformità sul Bilancio Sociale 2005 (di seguito il "Bilancio") del Gruppo Sanpaolo IMI (di seguito il "Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2005 effettuando le procedure di verifica sinteticamente descritte al paragrafo 3 della presente relazione.
- 2 Il nostro esame è stato condotto secondo i principi e le indicazioni contenute nell'"International Standard on Assurance Engagements 3000" (ISAE3000) dell'International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB), applicabili nella fattispecie. L'attività è stata svolta al fine di valutare, secondo i principi di un *limited assurance engagement*, l'affermazione del Consiglio di Amministrazione, riportata nel paragrafo "Introduzione e nota metodologica", secondo cui il Bilancio è stato predisposto con riferimento alle G3 Sustainability Reporting Guidelines (*version for public comment*) del GRI (Global Reporting Initiative) e considerando i Principi di redazione del Bilancio Sociale del GBS (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale) e il Modello di redazione del bilancio sociale per il settore del credito dell'ABI. La responsabilità della predisposizione del Bilancio in accordo con le menzionate linee guida compete agli amministratori del Gruppo Sanpaolo IMI mentre è nostra la responsabilità di attestarne la conformità a detti principi.
- 3 Allo scopo di poter valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione richiamata nel paragrafo 2, sono state svolte le seguenti procedure di verifica, così sinteticamente descritte:
  - verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati ed alle informazioni riportate nel Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2005;
  - analisi delle modalità di rilevazione e gestione dei dati quantitativi e qualitativi tramite:
    - incontri con i delegati delle Direzioni di Sanpaolo, Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, Sanpaolo IMI Asset Management, e interviste con i delegati delle Direzioni di Cassa di Risparmio di Bologna, Banca Popolare dell'Adriatico, Friulcassa e Cassa di

Sede legale e amministrativa: Milano 20139 Via Monte Rosa 91 Tel. 02/71991 Fax 02/782043 Cap. Soc. 3.754.800,00 Euro (i.v.), C.F. e P.IVA e Reg. Imp. Milano 12670680155 iscritta al r. d. d. dell'Albo Consulenti - Abi Ufficio Ban 3025 Via della Repubblica 119 Tel. 02/5429993 - **Bologna** 40122 Via delle Lanze 111 Tel. 051/526611 - **Brescia** 25124 Via Colonna 38 Tel. 030/2196711 - **Firenze** 50129 Viale Milton 66 Tel. 055/4627100 - **Genova** 16121 Piazza Dante 7 Tel. 010/28041 - **Napoli** 80121 Piazza dei Martiri 36 Tel. 081/744441 - **Padova** 35137 Largo Europa 16 Tel. 049/76907 - **Palermo** 90141 Via Martirini Ugo 60 Tel. 091/349792 - **Parma** 43100 Viale Sauro 26/A Tel. 0521/26140 - **Roma** 00154 Largo Fochiers 29 Tel. 06/528251 - **Torino** 10129 Corso Montevicino 20 Tel. 011/580771 - **Trieste** 34190 Via Mazzini 16 Tel. 040/227004 - **Treviso** 31100 Viale Falasent 90 Tel. 0423/666911 - **Verona** 36125 Via Cesare Battisti 16 Tel. 043/488701 - **Udine** 33100 Via Pozzolo 42 Tel. 0432/5189 - **Venezia** 37122 Corso Porta Nuova 525 Tel. 041/8002501



Risparmio di Venezia, per ottenere una generale comprensione delle procedure che supportano la raccolta e la successiva gestione dei dati trasmessi alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, per ottenere una conferma dell'attendibilità dei dati e delle informazioni acquisite attraverso gli incontri e le interviste e del loro corretto trattamento;
  - analisi della completezza e della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida di riferimento sopra evidenziate;
  - verifica delle attività di ascolto e confronto con dipendenti, clienti e uno specifico gruppo multistakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e all'analisi dei verbali riassuntivi degli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi, rispetto a quanto riportato nel Bilancio;
  - ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Sanpaolo IMI SpA, sull'attendibilità e completezza del Bilancio e delle informazioni e dati in esso contenuti.
- 4 Per i risultati relativi alle procedure di verifica concordate effettuate sui dati e sulle informazioni dell'esercizio 2004 presenti nel Bilancio a fini comparativi, si rimanda alla relazione da noi emessa in data 8 aprile 2005 sul Bilancio Sociale 2004.
- 5 Sulla base di quanto svolto, non siamo venuti a conoscenza di aspetti che ci facciano ritenere che il Bilancio al 31 dicembre 2005 del Gruppo non sia conforme ai principi di redazione così come riportati nel paragrafo "Introduzione e nota metodologica" dello stesso. Inoltre, i dati di carattere economico-finanziario del Bilancio corrispondono a quelli del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2005 e gli altri dati ed informazioni sono coerenti con la documentazione interna prodotta e resa disponibile.

Torino, 11 aprile 2006

PricewaterhouseCoopers SpA

Sergio Duca  
(Partner)



A photograph of a field of tall, thin grasses with scattered red poppies under a clear blue sky. The grasses are mostly brown and dry, with some green at the base. The poppies are bright red and are scattered throughout the field. The sky is a solid, clear blue. A semi-transparent green rectangular box is overlaid in the center of the image, containing the word "Allegati" in a white serif font.

# Allegati



# Valutazioni esterne

## Valutazione sulla corporate governance

### STANDARD&POOR'S

Valutazione complessiva della società (CGS)	7/10
Struttura proprietaria ed influenze esterne	7+
Diritti degli azionisti e rapporti con i titolari di quote di partecipazione	6
Trasparenza, divulgazione di informazioni e audit	8
Struttura ed efficienza del Consiglio di Amministrazione	7

Dicembre 2005

Standard & Poor's conferma il Corporate Governance Score (CGS) attribuito al Sanpaolo IMI pari a 7/10. Questo giudizio riflette la solida corporate governance del Gruppo a livello internazionale.

Nel corso del 2005 il Gruppo ha ulteriormente implementato e rafforzato alcuni dei miglioramenti che erano stati precedentemente avviati, quali la semplificazione della struttura di management e la riconfigurazione del Consiglio di Amministrazione.

La categoria "Trasparenza, divulgazione di informazioni e audit" è stata alzata a 8 in ragione di alcuni ulteriori miglioramenti nella reportistica a disposizione del pubblico.

Ulteriori incrementi di valutazione complessiva sono condizionati principalmente dalla presenza di un patto fra alcuni azionisti, titolari di una quota di partecipazione complessiva del 30% circa, che esercita una notevole influenza sulla selezione del Consiglio di Amministrazione.

Da ultimo viene registrato un consolidamento dell'efficacia operativa del Consiglio di Amministrazione in generale anche se, sulla base della nostra analisi, potrebbe essere aumentato il tempo dedicato alla discussione di tematiche di carattere strategico.

## Rating sociale

Sanpaolo IMI ha richiesto, per il secondo anno, l'emissione di un rating sulla responsabilità sociale alla società specializzata Avanzi SRI Research. Il risultato dell'indagine, riportato nel seguito, evidenzia un deciso miglioramento delle diverse componenti del giudizio e della valutazione complessiva (7,29 nel 2006 rispetto a 6,59 nel 2005).

### AVANZI SRI RESEARCH

Valutazione finale	7,29 (min. 0 – max 10) rating
Trasparenza	6,67
Principi	8,00
Governance degli stakeholder	7,11
Relazioni con gli stakeholder	7,33

Marzo 2005

#### Commento

La valutazione 2005 su Sanpaolo cresce rispetto al giudizio 2004 e riflette un buon livello di responsabilità sociale secondo il modello di valutazione di Avanzi SRI Research.

Il miglioramento si riscontra in tutte le aree oggetto di valutazione. L'incremento più importante riguarda la valutazione dei principi mentre la trasparenza cresce solo lievemente rispetto all'anno precedente. Buono anche l'incremento della valutazione della governance degli stakeholder mentre è meno marcato quello relativo alle relazioni con gli stakeholder. In generale Sanpaolo Imi si conferma una banca attenta al rapporto con i propri stakeholder.

Tale comportamento nasce da un sistema di valori radicato sul quale si è, necessariamente, fondato il processo di redazione del nuovo piano industriale che, oltre ad una forte attenzione al territorio, evidenziata dal legame diretto delle aree con il vertice della società, ha chiaramente espresso un impegno alla creazione di valore estesa a tutti gli stakeholder e in particolare a clienti, dipendenti, collettività e ambiente oltre che agli azionisti.

Positivo e in miglioramento il giudizio sul sistema di governance degli stakeholder. La struttura, che vede quali componenti principali: il consiglio di amministrazione, il comitato etico costituito all'interno di questo e la funzione Iniziative e Responsabilità Sociali che svolge attività di presidio e coordinamento dei temi sociali, etici e ambientali all'interno del Gruppo, ha evidenziato la capacità di gestire adeguatamente questi aspetti. Il miglioramento è però limitato da una ancora carente capacità di visione prospettica sulle tematiche della sostenibilità. In particolare nel corso dell'analisi 2005 si sono evidenziate le stesse perplessità riscontrate l'anno precedente sull'effettivo ruolo del Comitato Etico come organo di indirizzo, mentre è più chiaro il suo ruolo di controllo sugli aspetti ambientali e sociali delle attività della banca.

Buone le relazioni con i principali stakeholder che non evidenziano criticità rilevanti. Come l'anno precedente si nota la scarsa attenzione agli elementi di responsabilità sociale e ambientale all'interno del sistema di erogazione del credito e alle critiche poste da alcune associazioni di consumatori alla scelta della banca di gestire in maniera autoreferenziale alcune problematiche.

## Il valore del marchio: ricerca condotta da GfK Eurisko

Sanpaolo IMI conduce regolarmente verifiche del proprio indice di brand equity - che secondo la metodologia di GfK Eurisko è composto dal patrimonio di visibilità, dai contenuti di immagine e dalla propensione delle persone a divenire clienti di un'azienda - sia partecipando a ricerche di settore condotte da istituti specializzati indipendenti, sia commissionando ricerche mirate.

Il valore del marchio, o brand equity, è sempre più importante per un'azienda, sia in termini commerciali, sia sul più generale piano della reputazione.

In un contesto che ha visto la brand equity del settore bancario-finanziario italiano in calo nell'ultimo decennio, Sanpaolo IMI è da tempo nelle posizioni di testa, e in controtendenza rispetto al sistema. In particolare nel secondo semestre 2005 il marchio di Sanpaolo IMI è risultato leader di mercato per profilo istituzionale ed affidabilità e, a dicembre 2005 la notorietà totale spontanea del marchio si è attestata al 39%, con un netto distacco rispetto ai principali competitor.

Questi dati sono indubbiamente riferibili anche al successo della campagna pubblicitaria avviata nel maggio 2005, e proseguita in successive fasi dopo l'estate, nel periodo delle festività di fine anno e nel periodo dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Torino 2006, di cui Sanpaolo IMI è stato Sponsor Principale e Banca Ufficiale.



# Prospetto degli indicatori e dei contenuti

Il prospetto evidenzia le informazioni e gli indicatori contenuti nel Bilancio Sociale, selezionati fra quelli richiesti dalle linee guida GRI, ABI e GBS, per individuare in modo facile e veloce la collocazione all'interno del documento.

Linee guida			Indicatore	Pagina
GRI	ABI	GBS		
•			Lettera del management agli stakeholder	8
<b>Identità e Governance</b>				
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE				
	•		Storia	20
•	•	•	Strutture operative	18
•	•	•	Descrizione delle divisioni principali, aziende operative, sussidiarie	18; 21
•			Paesi in cui sono localizzate le attività	19
•	•	•	Natura della proprietà, forma legale	Frontespizio
•			Dimensione dell'organizzazione	16
•			Lista degli stakeholder	35
•			Strumenti di gestione della governance	28-30
•			Struttura organizzativa relativa alla CSR	32
VISIONE E STRATEGIA				
	•	•	Disegno strategico	22
•			Visione e strategia dell'organizzazione relativamente al proprio contributo per uno sviluppo sostenibile	31
•	•	•	Missione e Valori	15-16
•			Codici di condotta volontari sviluppati esternamente e set di principi che l'organizzazione appoggia	33;109
STRUTTURA DI GOVERNO				
•	•	•	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati al di sotto del consiglio di amministrazione	23-27
•			Percentuale dei componenti il consiglio di amministrazione che sono indipendenti e non esecutivi	26
•			Processi a livello di CdA per controllare identificazione e gestione di rischi e opportunità economici, ambientali e sociali	25
•			Legame tra compensi degli Amministratori e raggiungimento degli obiettivi finanziari e non dell'organizzazione	23
•			Meccanismi a disposizione degli azionisti per fornire raccomandazioni o direttive al CdA	83
<b>Dimensione sociale</b>				
CLIENTI				
	•	•	Caratteristiche ed analisi della clientela	39
	•	•	Sistema di qualità	30
	•	•	Customer satisfaction	46-49
•			Procedure per l'informativa ai clienti su prodotti e servizi	46; 50-51
•	•		Presenza di strumenti di finanza etica e ambientale	54-55
	•		Virtual banking: caratteristiche ed analisi dei "contatti"	43-44
	•		Tutela della sicurezza per le operazioni di Virtual banking	30;45
	•	•	Contenzioso	49-50
RISORSE UMANE				
•	•	•	Personale per età, sesso, istruzione, qualifica, anzianità, e tipologia contrattuale	64
•	•	•	Turnover del personale e creazione di posti di lavoro	66
	•		Dati sulle cessazioni del rapporto (analisi per categoria contrattuale e per genere)	66
	•	•	Sistemi di remunerazione	66-67
	•		Confronto con la retribuzione media di categoria	67
	•	•	Sistemi di incentivazione	66-67
	•	•	Politiche delle pari opportunità	68
•			Benefit erogati ai dipendenti oltre a quelli stabiliti per legge	74
•	•	•	Relazioni industriali	73

Linee guida			Indicatore	Pagina
GRI	ABI	GBS		
•			Percentuale dei dipendenti iscritti ad organizzazioni sindacali confederali ed a organizzazioni autonome	73
•	•	•	Formazione e valorizzazione	70
•			Ore medie di formazione annue per categoria di lavoratori	70
•			Presenza femminile in azienda	64
•			Personale direttivo femminile	65
•			Composizione personale per ruolo e genere	67-68
•			Retribuzioni medie per genere	67
•			Personale in part-time	65;68
	•	•	Comunicazione interna	76
•	•	•	Sicurezza e salute sul luogo di lavoro	78-79
•			Indici standard relativi a infortuni, giornate di lavoro perse e numero di incidenti sul lavoro	78
	•	•	Contenzioso	73
<b>AZIONISTI</b>				
•	•		Composizione percentuale del capitale sociale, per natura giuridica e nazionalità	81
•			Segmentazione dei soci per categorie (sociali , territoriali, anagrafiche...)	81
•	•		Remunerazione del capitale investito	84
•	•		Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze	83
•	•		Investor relations	85
<b>COLLETTIVITÀ</b>				
•	•		Erogazioni liberali (donazioni)	93
•	•	•	Valore aggiunto alla collettività	87;114
•	•		Rapporto con Associazioni e Fondazioni non bancarie	90-94
•	•		Descrizione apporti diretti al sociale negli ambiti di intervento (istruzione , sport, cultura, ricerca, solidarietà sociale)	89-94
•			Qualificazione dei media utilizzati	95
•			Trasparenza, chiarezza e fruibilità della comunicazione con i media	95
<b>FORNITORI</b>				
•	•		Qualificazione ed analisi dei fornitori	97
•	•		Contenzioso	97
<b>Dimensione ambientale</b>				
•	•		Sistemi di gestione ambientale e gestione del rischio	101; 103; 109
•	•		Interventi qualificanti	108-109
•	•		Eventuali certificazioni ambientali	30;101;103
•			Utilizzo di energia	104-107
•			Iniziative per l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile e per aumentare l'efficienza energetica.	104-108
•			Utilizzo totale di acqua	105
•			Emissioni di gas serra	104;107
•			Ammontare totale dei rifiuti per tipologia	104
•			% di riciclo per tipologia di materiale	104
•			Produzione di ogni rifiuto identificato come "pericoloso" dalla Convenzione di Basilea	104
	•		Indicatori di performance ambientali	105
<b>Dimensione economica</b>				
•	•	•	Rendiconto (produzione e distribuzione del valore aggiunto)	115-116
<b>Dialogo con gli stakeholder</b>				
•	•	•	Consultazione degli stakeholder e principali risultati	34
•	•	•	Proposta di miglioramento	120-121
<b>Informazioni sul report</b>				
•			Persona/e di contatto per il report, incluso indirizzo e-mail e indirizzo web	Seconda e terza di cop.
•			Periodo di reporting (es.: anno fiscale/solare) delle informazioni fornite	10
•			Perimetro del report ed ogni specifica limitazione dell'ampiezza	10
	•	•	Attestazione di conformità procedurale (relazione della società di revisione sul bilancio sociale)	122-123
•			Mezzi con i quali i fruitori esterni del report possono ottenere informazioni aggiuntive	132

# Glossario

**ABI:** Associazione Bancaria Italiana.

**ADS (American Depositary Share):** azioni di una società non statunitense depositate presso un fiduciario, che possono circolare sul mercato USA dei capitali acquistate dagli investitori statunitensi.

**Asset/Liability:** attività e passività.

**Asset under management:** volumi di risparmio gestito.

**Benchmark:** parametro oggettivo di riferimento degli investimenti finanziari, costituito da indici ritenuti rappresentativi del profilo di rischio/rendimento dell'investimento.

**Best practice:** migliori pratiche.

**Clienti Private:** fascia di clientela con le più elevate disponibilità economiche.

**Compliance:** conformità.

**Conference call:** conferenza via telefono fra più persone.

**Confidi:** Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi.

**Consob:** Commissione nazionale per le Società e la Borsa.

**Contenzioso stragiudiziale:** controversie senza azioni legali.

**Corporate governance:** l'insieme dei criteri e dei processi di governo in un'azienda.

**Corporate identity:** identità dell'impresa.

**Corporate Social Responsibility (Responsabilità Sociale dell'Impresa):** Il Libro Verde della Commissione Europea "Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility" definisce la responsabilità sociale d'impresa come "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate. [...] Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili ma anche andare al di là, investendo nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate".

**Customer satisfaction:** soddisfazione dei clienti.

**Disclosure:** la rivelazione di un fatto o di una condizione in un bilancio o altro rendiconto finanziario. Lo stesso termine indica la rivelazione del segreto bancario in certe circostanze stabilite dalla legge.

**D. Lgs. 151/2001:** disposizioni legislative in materia di tutela e sostegno della maternità e della paternità.

**D. Lgs. 626/1994:** normativa sulla sicurezza e della salute dei lavoratori sul luogo di lavoro.

**Focus group:** gruppo di discussione.

**Fondo etico:** fondo comune d'investimento che investe secondo criteri SRI.

**Insider trading:** negoziazione di titoli di una società da parte di soggetti che, per la loro posizione o per la loro attività professionale, siano venuti in possesso di informazioni riservate ("informazioni privilegiate") che, per la loro natura, permettono loro una scelta basata su un'asimmetria informativa, privilegiandoli rispetto ad altri investitori sullo stesso mercato.

**Internal dealing:** operazioni effettuate per conto proprio dalle persone rilevanti della società che in virtù dell'incarico ricoperto abbiano accesso alle informazioni su fatti tali da determinare variazioni significative nelle prospettive economiche, finanziarie e patrimoniali della società ed idonee, se rese pubbliche, a influenzare sensibilmente il prezzo dei relativi strumenti finanziari quotati.

**Internet banking:** servizio bancario per i clienti fruito attraverso un collegamento internet.

**Investment banking:** attività di intermediazione nella compravendita di strumenti finanziari e attività, unita o separata dalla precedente, di gestione dei portafogli.

**Investor targeting:** attività di analisi delle caratteristiche degli investitori su mercato.

**ISO (International Organization for Standardization):** federazione mondiale tra organismi di normazione tecnica nazionale. Fra i principali riferimenti normativi emanati, vi sono le norme ISO 14001 (relative ai sistemi di gestione ambientale) e ISO 9000 (relative ai sistemi di qualità).

**Leasing:** contratto mediante il quale una parte concede a un'altra, dietro pagamento di un canone, la disponibilità di un bene, con facoltà di acquisirne la proprietà allo scadere del contratto.

**Legge 30/2003:** delega al Governo in materia di occupazione e mercato del lavoro.

**Legge 185/90:** legge sul controllo dell'esportazione, importazione e transito di armamenti.

**Merito creditizio:** capacità di una società o di un individuo di ripagare il debito valutata sulla base della situazione economica e finanziaria.

**Mib bancario:** indice azionario che raggruppa le banche quotate alla Borsa di Milano.

**Microcredito:** prestiti di ammontare limitato a condizioni agevolate rivolti a soggetti che solitamente sono esclusi dai circuiti bancari e finalizzati all'occupazione e all'imprenditorialità.

**Multicanalità:** offerta di prodotti e servizi bancari tramite tradizionali canali fisici (sportello) e canali telematici (terminali Pos, sportelli Atm, telefoni, personal computer e carte a microcircuito).

**Ombudsman - Giurì bancario:** organismo collegiale istituito nel 1993, promosso dall'ABI per dirimere le controversie il cui valore non superi i 50.000 euro tra banche e clientela che non abbiano trovato soluzione presso l'ufficio reclami delle banche.

**Overperformance:** performance superiore rispetto ad un indicatore di riferimento.

**Patrimonio intangibile:** l'insieme delle caratteristiche intangibili possedute da un'azienda in grado di generare valore economico, fra cui assumono particolare rilevanza il capitale intellettuale e la reputazione.

**Pay out ratio:** percentuale di utile distribuito agli azionisti tramite i dividendi.

**PMI:** piccole e medie imprese.

**Plafond:** limite massimo, tetto.

**Policy:** politica, linee guida.

**Price sensitive (informazioni):** informazioni che possono influenzare il prezzo di un titolo.

**Private banker:** promotore finanziario.

**Private equity:** attività di investimento nel capitale di rischio di imprese non quotate.

**Project financing:** finanziamento in cui il prestatore valuta la redditività di un singolo progetto, sia come fonte di rimborso sia come garanzia dell'esposizione, destinato generalmente a complesse e costose infrastrutture, (settori energetico, chimico, estrattivo, dei trasporti, dell'ambiente e delle telecomunicazioni).

**Public utility:** azienda di servizio pubblico.

**Rating:** valutazione del merito di credito di una controparte affidata o da affidare, attraverso la quantificazione della probabilità di insolvenza della stessa.

**Remote banking:** servizio bancario per le imprese clienti fruito attraverso un collegamento internet.

**Retail banking:** mercato al dettaglio costituito prevalentemente da clienti privati, piccole imprese e famiglie consumatrici.

**Roadshow:** serie di incontri con investitori istituzionali che hanno luogo in piazze finanziarie internazionali.

**ROE (Return on equity – rendimento dei mezzi propri):** misura la redditività del patrimonio netto e quindi la capacità di remunerazione del capitale di rischio. È dato dal reddito netto diviso il patrimonio netto.

**ROI (Return on Investment – rendimento del capitale investito):** misura la remunerazione del capitale investito e quindi la capacità di ottenere ritorni sugli investimenti. È dato dal rapporto tra reddito operativo e capitale investito.

**SEC:** Securities Exchange Commission, l'Autorità di Vigilanza Americana.

**SRI (Socially Responsible Investment):** attività di gestione del risparmio svolta secondo criteri ambientali e sociali. Si distinguono tre approcci: la selezione dei portafogli (i titoli vengono inclusi o esclusi a seconda del profilo di responsabilità ambientale o sociale delle imprese emittenti); l'azionariato attivo (l'esercizio dei diritti, come il diritto di voto in assemblea, che discendono dalla proprietà dei titoli al fine di influenzare le politiche di responsabilità sociale dell'impresa); l'investimento di comunità (l'indirizzo di capitali verso economie marginali con obiettivi di sviluppo locale).

**Stakeholder:** portatore di interesse. È il soggetto, privato o pubblico, singolo od organizzato, che intrattiene relazioni, dirette o indirette, formali o informali, con l'impresa.

**Stock picking:** modalità di gestione degli investimenti che prevede la selezione titolo per titolo.

**Sviluppo sostenibile:** lo sviluppo che soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri.

**Tep (tonnellata equivalente di petrolio):** unità di misura internazionale che viene utilizzata quando si trattano quantità rilevanti di energia. Ogni tep equivale alla quantità di energia ottenibile bruciando 1.000 Kg di petrolio (41,8 GJ o 11,6 MWh).

**Turn over:** entrate e uscite di personale dell'azienda.

Il Bilancio Sociale  
è disponibile (in italiano e in inglese)  
sul sito internet:  
*[www.grupposanpaoloimi.com](http://www.grupposanpaoloimi.com)*

Osservazioni, suggerimenti  
o richieste di chiarimenti ed informazioni  
possono essere indirizzati a:  
*[bilanciosociale@sanpaoloimi.com](mailto:bilanciosociale@sanpaoloimi.com)*