



COMUNICATO CONGIUNTO

SECONDO INCONTRO ORDINARIO DEL 2009 DEL COMITATO AZIENDALE EUROPEO

OVERVIEW

Il 15 Ottobre 2009 si è tenuto il **Secondo Meeting Ordinario dell'anno** tra il Comitato Aziendale Europeo e il **Top Management** nella Sede Centrale di UniCredit a Milano.

Nella prima parte dell'incontro il Comitato Aziendale Europeo ha ricevuto informazioni sulla **situazione finanziaria del Gruppo**, la struttura aggiornata delle **Global Factories**, la **Riorganizzazione e la Strategia della Strategic Business Area CIB** e un aggiornamento riguardante la **Riorganizzazione della Rete Internazionale**. Nella seconda parte del meeting il Top Management ha illustrato il **Global Job Model**, la **Master Brand Strategy** e la nuova sponsorizzazione del Campionato **UEFA**.

Per la prima volta, il Comitato Esecutivo della SBA CIB nella sua totalità era presente al meeting, avendo modo di incontrare personalmente e scambiare opinioni con i Rappresentanti Europei dei lavoratori.

SESSIONE DI INFORMAZIONE E CONSULTAZIONE – PROGETTI STRATEGICI DI GRUPPO

Situazione Finanziaria di Gruppo

Marina Natale, CFO UniCredit, ha presentato ai Rappresentanti dei Lavoratori la situazione finanziaria del Gruppo nel nuovo contesto globale, evidenziando i miglioramenti dello scenario economico in confronto alla crisi del 2008. Grazie alla risposta delle autorità, si sono resi visibili miglioramenti nelle aspettative di mercato per il settore bancario già da Marzo 2009 e il Gruppo sta affrontando le nuove sfide con successo, come è evidente dai risultati del secondo Trimestre. Si profilano tuttavia ancora alcune incertezze sugli sviluppi economici futuri, che richiederanno ulteriori ottimizzazioni del bilancio in modo da poter meglio fare leva sui punti di forza del Gruppo: il focus sul capitale, la liquidità e la struttura finanziaria.

UniCredit ha mostrato solidità nella capacità di generare reddito anche grazie allo stretto controllo effettuato sui costi operativi e sul rischio; la resistenza mostrata nel corso della crisi può essere spiegata attraverso i principali vantaggi competitivi del Gruppo: diversificazione dei mercati e dei business, una rete forte e grande attenzione alla soddisfazione del Cliente nei mercati chiave.

Il CFO ha proseguito indicando come una rete solida e un rafforzamento del capitale primario anticiperanno un nuovo sistema di regolamentazione e rappresenteranno una leva per cogliere opportunità di ripresa. La centralità del cliente, la sua soddisfazione, i tempi di risposta alle richieste di credito, sono la chiave del nostro futuro successo e continueranno ad essere costantemente monitorate.

Con riferimento all'aumento di capitale, il CFO ha spiegato la decisione di non ricorrere agli aiuti statali con la volontà di raggiungere una soluzione più a lungo periodo attraverso l'aumento del capitale di rischio, per essere maggiormente in grado di anticipare i nuovi scenari normativi e per avere un chiaro capitale di riferimento per le agenzie di rating.

Rino Piazzolla ha riportato la discussione all'importanza cruciale del rifocalizzarsi sui bisogni dei clienti. Allo stesso tempo, ha accolto il commento del Presidente del CAE riguardo l'importanza del Dialogo Sociale così come la vicinanza ai clienti, confermando che uno degli obiettivi del Gruppo è la semplificazione del modello di business,

Global Factories

Paolo Cederle, Responsabile di Group ICT and Operations, Lissimahos Hatzidimoulas, CEO di UniCredit Business Partner e Massimo Milanta, CEO di UniCredit Global Information Services, hanno parlato delle Global Factories del Gruppo: UCBP, la società di back-office globale, e UGIS, la società di Information & Communication Technology.

Lissimahos Hatzidimoulas ha introdotto UCBP, che sin dal Gennaio 2009 svolge tutte le attività di back-office per le società del Gruppo in Austria, Germania, Italia, Repubblica Ceca e Romania. Mr. Cederle ha poi ricordato come UCBP, basata su un modello di global governance, abbia ora iniziato un processo di armonizzazione transnazionale al fine di creare una piattaforma operativa unica per le Aree Strategiche di Business e la Rete delle diverse banche del Gruppo a supporto del loro percorso di sviluppo internazionale.

L'obiettivo è di passare dall'essere un 'fornitore di servizi' al diventare un Business Partner, rispondendo all'idea delle "operazioni bancarie come colonna portante del Gruppo" con lo scopo di porlo in grado di fornire servizi di eccellenza raggiungendo allo stesso tempo efficienze di costo.

La prima fase è stabilire il modello organizzativo e le funzioni di global governance in modo da gestire UCBP, ora composta da 6 Paesi, 25 sedi - il sito di Stettino ha iniziato le sue attività nel luglio 2009 - 7.000 persone al servizio di 31 clienti con molti milioni di clienti finali, come entità unica.

Massimo Milanta ha illustrato la Global Factory UGIS: dopo la fusione di 3 società ICT del Gruppo (UGIS, HVB IS and Wave) completata nel Maggio 2009, UGIS è oggi presente in 8 Paesi con 19 sedi. Operando come piattaforma IT altamente specializzata per il Business Globale, la Società riveste il ruolo di appaltatore/integratore dei servizi IT, realizzando un modello di "servizio completo" il cui focus per il futuro sarà costituito dall'innovazione.

Rispondendo ad alcune domande dei Rappresentanti dei Lavoratori sulle conseguenze per i colleghi coinvolti dai cambiamenti organizzativi, anche con riferimento a possibili ulteriori delocalizzazioni pianificate dopo la creazione del sito di Stettino, il Sig. Cederle ha informato che il management sta lavorando al business plan per il prossimo anno, impegnandosi a fornire aggiornamenti sui risultati dell'intera attività e sottolineando l'attenzione posta sul Dialogo Sociale a livello locale.

CIB

Dopo la presentazione al CAE dei Membri dell'Executive Committee dell'Area CIB, la parola è passata agli speakers per la discussione di due presentazioni.

Ristrutturazione MIB e Rete Estera

Edoardo Spezzotti, Responsabile della Struttura CIB Integration Management, e Michael Hinssen, Responsabile Risorse Umane dell'Area CIB, hanno presentato un aggiornamento relativo alla riorganizzazione della Rete Estera e uno stato dell'arte dell'implementazione dei piani di ristrutturazione MIB, perseguiti allo scopo di meglio adattare l'attività ai minori ricavi e ad una ridotta propensione per la volatilità e il rischio, creando una piattaforma più piccola e più focalizzata, pronta a beneficiare dalla ripresa dei mercati.

Come conseguenza, i principi guida vengono identificati in significative riduzioni del trading non direttamente ricollegabile alla gestione del cliente, la concentrazione dei desk operativi, il focus sui "clienti core nei mercati core", un unico centro di competenza per ogni prodotto chiave e l'ulteriore miglioramento della gestione del rischio e dei processi interni.

La riorganizzazione del MIB nei paesi chiave si è svolta senza fare ricorso a licenziamenti collettivi/unilaterali, grazie all'utilità di strumenti alternativi di mobilità infra-Gruppo e, ove possibile, a congedi sabbatici.

I Rappresentanti del CAE hanno ribadito la contrarietà alla chiusura delle filiali coinvolte, e auspicano vengano messe in opera soluzioni dal punto di vista sociale atte a minimizzare l'impatto per i colleghi interessati dalla riorganizzazione.

Corporate & Investment Banking: Organizzazione e Priorità

Sergio Ermotti, Deputy CEO del Gruppo e Responsabile della CIB e PB Strategic Business Area, ha fornito un'ampia descrizione della struttura del CIB e ha illustrato come si siano ottenuti solidi risultati durante la crisi grazie all'ampia diversificazione del business.

Questa ha accelerato un profondo ripensamento dei modelli di attività bancaria, con lo scopo di renderli più sostenibili e maggiore attenzione e investimenti sono divenuti necessari nelle attività di valutazione, monitoraggio e gestione del rischio. Vi è stata una rifocalizzazione sui prodotti, così come sulle aree commerciali e sulla clientela.

Il Sig. Ermotti ha descritto i punti fondamentali per creare un valore sostenibile per tutti gli azionisti: la centralità del cliente, l'approccio europeo, la qualità e la fiducia. Ha continuato descrivendo le priorità chiave di un approccio a 360 gradi: eccellenza nella qualità, diminuzione della leva finanziaria e del rischio, nuove politiche di retribuzione ed incentivazione, una più chiara ed efficace gestione della comunicazione.

Con riferimento ad alcune domande poste dai Rappresentanti del CAE sulle previsioni per l'anno 2010 e sul futuro del segmento di business 'Corporate Banking' nei diversi paesi, Sergio Ermotti ha risposto che il 2010 continuerà ad essere molto impegnativo sia per fattori esterni, come la caduta dei tassi di interesse, che per fattori interni, come l'attuale livello di passività a livello di Gruppo.

Guardando alla situazione da una prospettiva più ottimista, il Gruppo è conscio dei problemi che deve fronteggiare e preparato ad affrontare le sfide. Una ripresa sulle perdite su debiti è prevista nel periodo 2010-2011, e c'è fiducia sulla capacità del Gruppo di generare redditi sostenibili nel futuro. A questo riguardo il Sig. Ermotti ha sottolineato quanto Unicredit sia diverso da molti concorrenti, con una base di circa 400.000 clienti corporate che permettono al Gruppo di produrre una significativa base reddituale senza il necessario ricorso a rischi troppo alti e non necessari. Sul tema della riorganizzazione del business bancario ha indicato quanto la segmentazione abbia l'obiettivo di meglio servire i clienti e aumentare l'efficienza e la profittabilità, sottolineando la necessità di rafforzare le attività bancarie principali e sviluppare una nuova e unita cultura comune.

Sono stati infine forniti ai Rappresentanti dei Lavoratori approfonditi chiarimenti sulla situazione dei bonus nella Divisione MIB all'interno del Gruppo, con un impegno verso una più chiara comunicazione per il futuro.

Global Job Model

Luigi Luciani, Responsabile della Struttura Executive Development and Compensation, ha brevemente introdotto il Global Job Model, riaffermandone i principi chiave già presentati al CAE lo scorso febbraio.

Continuando la presentazione, **Alexander Loy, Project Manager**, ha sottolineato il ruolo del progetto all'interno del nostro Gruppo, globale e complesso; un progetto, in grado di realizzare un modello di classificazione delle attività uniforme e trasparente, capace di rispettare gli specifici bisogni dei vari business e i vincoli delle legislazioni locali, allo stesso tempo capace di garantire una struttura più coerente e confrontabile tra le varie nazioni.

I dipendenti beneficeranno di una più chiara e omogenea definizione della propria attività e la maggiore trasparenza li supporterà nel gestire la propria crescita e i futuri sviluppi di carriera; da parte aziendale, tutti i processi gestionali saranno collegati in modo più efficace ad una struttura di riferimento più semplice.

In risposta ad alcune domande tese a conoscere eventuali esperienze simili in altre multinazionali, Alexander Loy ha risposto che la metodologia del Global Job Model è stata disegnata internamente e adattata per meglio rispondere alle esigenze e ai tratti specifici del Gruppo Unicredit, ricordando a questo riguardo il progetto pilota già realizzato con successo in Bank Austria.

Il Sig. Luciani ha aggiunto che modelli simili sono già best practice in quasi tutte le multinazionali del settore bancario.

A seguito poi di una richiesta di approfondimento sul collegamento tra Global Job Model e politiche retributive, il Sig. Piazzolla ha rassicurato il CAE che l'argomento sarà affrontato in un prossimo incontro, dove sarà presentata e discussa una panoramica dettagliata delle politiche di retribuzione ed incentivazione ad ogni livello.

I Rappresentanti dei Lavoratori hanno ricordato che tale progetto non deve vanificare norme contrattuali e di legge relativi agli inquadramenti presenti in ogni paese. Il Sig. Piazzolla ha fornito rassicurazioni in tal senso.

Masterbrand Strategy

Silvio Santini, Responsabile del Brand Management, ha iniziato la sua presentazione relativa alla Group Brand Strategy sottolineando la coerenza tra l'Architettura del Brand UniCredit e la sponsorizzazione del campionato UEFA.

La sponsorizzazione, ha spiegato, metterà in grado UniCredit di costruire un potente brand internazionale e faciliterà l'identificazione del Gruppo in ogni mercato dove questo opera. Dal momento che il campionato UEFA è un evento che accomuna tutti i paesi dell'area CEE, il la potenziale maggior conoscenza del brand in questi Paesi è di fatto enorme.

Tutte le strategie di comunicazione sono state indirizzate a promuovere la UEFA Champions League, e si è creata una piattaforma di comunicazione unificata e più efficace, che aiuta il Gruppo a raggiungere un nuovo posizionamento e a competere con altre grandi banche, attraverso un'immagine consolidata che fa leva sia sulle radici locali che sul potere globale.

Santini ha affermato che il calcio, oltre a convogliare passione, porta anche opportunità di business attraverso nuovi potenziali clienti attratti dalla visibilità e dal sentimento di orgoglio legato all'iniziativa; inoltre la sponsorizzazione dà a Unicredit l'opportunità di essere vicina alle comunità locali attraverso attività di Corporate Social Responsibility, come già realizzato ad esempio in Romania e in Croazia.

Al riguardo, il Sig. Piazzolla ha riaffermato il forte impegno di Unicredit a continuare a supportare progetti di solidarietà e iniziative simili coerenti con l'identità di Gruppo.

Per quanto riguarda le sponsorizzazioni a livello locale diverse dal campionato UEFA, Santini ha rassicurato il Presidente del CAE che Unicredit continuerà a sostenere queste attività, chiarendo ancora una volta che gli investimenti per le sponsorizzazioni sono il risultato di una più efficace ed efficiente gestione dei budget locali già esistenti.

Concludendo, Rino Piazzolla ha sottolineato che la campagna UEFA è un esercizio di costruzione del marchio, che porterà benefici al Gruppo nel lungo periodo incrementando l'impegno verso Unicredit di persone di diverse nazionalità e paesi.

Il meeting ha mostrato ancora una volta il grande valore del Dialogo Sociale tra il Central Management e i Rappresentanti dei Lavoratori e l'importanza della condivisione delle informazioni e dei diversi punti di vista, permettendo una libera discussione su temi molto attuali, mantenendo un forte legame con il mercato e lo scenario generale.