



UniCredit Banca di Roma

Incontro annuale 2009

Traccia dell'intervento

Relazioni sindacali

Roma, 9 novembre 2009

Prospettive strategiche

Andamento economico e produttivo

Incontro Annuale 2009

- **ANDAMENTO COMMERCIALE**

EXECUTIVE SUMMARY

Trim*Index

A giugno l'indicatore si attesta a 54, in crescita di 5 punti sulla rilevazione di dicembre 2008.

Conti Correnti

Il saldo tra aperture e chiusure nel mese di giugno si attesta a + 1.169 conti evidenziando una ripresa rispetto ad inizio anno grazie sia ad un incremento delle accensioni che ad una diminuzione delle estinzioni.

Erogazioni Mutui a Privati

A giugno la banca ha erogato 49 mln di nuovi mutui sul perimetro spontaneo. Lo spread di erogazione è aumentato di 53 bps rispetto a dicembre 08, attestandosi a 166 bps, mentre il costo del funding è pari a 206 bps.

Erogazioni Prestiti Personali

A giugno la banca ha erogato 80 mln di nuovi prestiti. Il tasso di erogazione, pari a 9,67 %, è diminuito di 3ps rispetto al mese di dicembre, mentre il costo del funding si attesta a 136 bps.

Stock Impieghi a b/t Piccole Imprese

A giugno gli impieghi piccole imprese registrano una crescita annua del 3,7%.

Erogato Mutui Imprese

A giugno sono stati erogati 158 mln di nuovi mutui imprese. Lo spread commerciale di erogazione è cresciuto di 62 bps rispetto a dicembre 08, attestandosi a 232 bps, verso un costo del funding pari 188 bps.

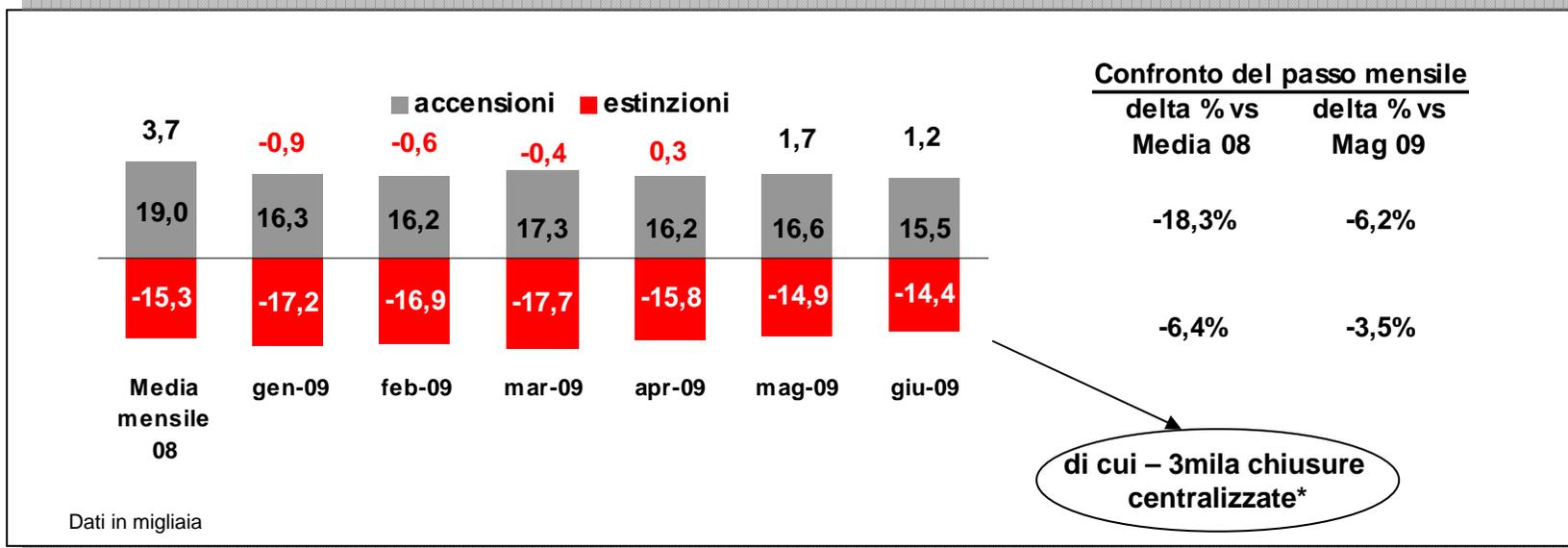
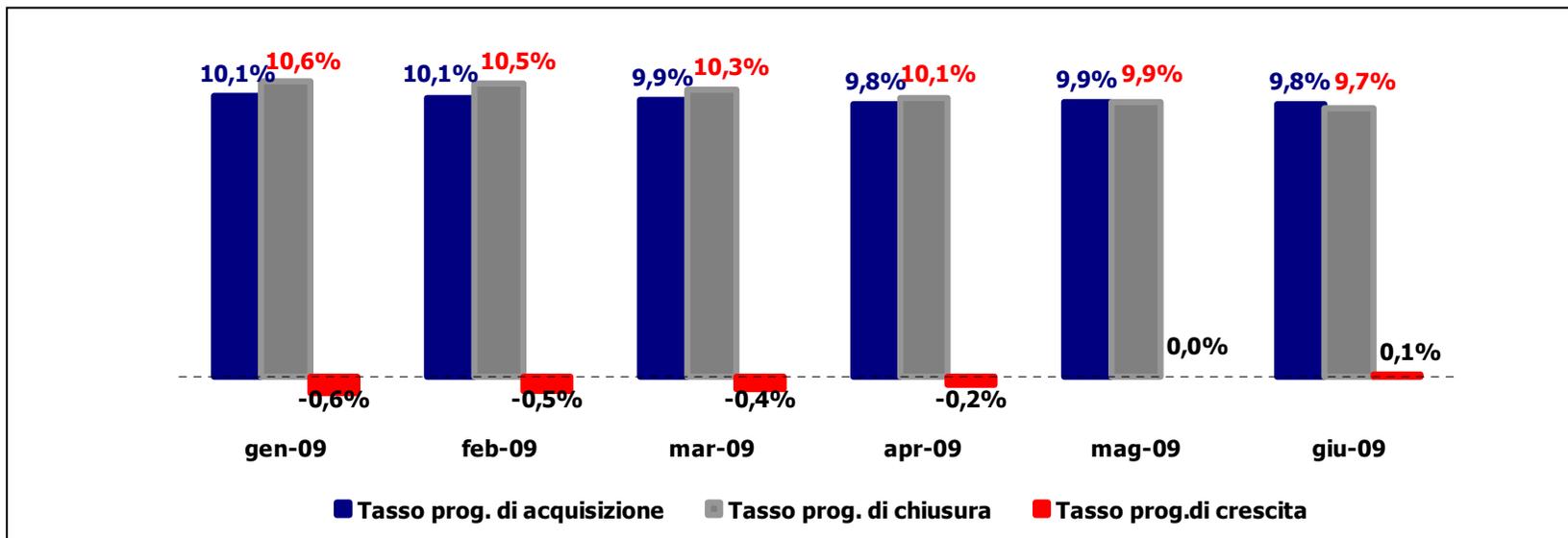
Vendite prodotti di investimento

Le vendite da inizio anno ammontano a 4.794 mln; il mese di giugno ha registrato collocamenti pari a 867 mln.

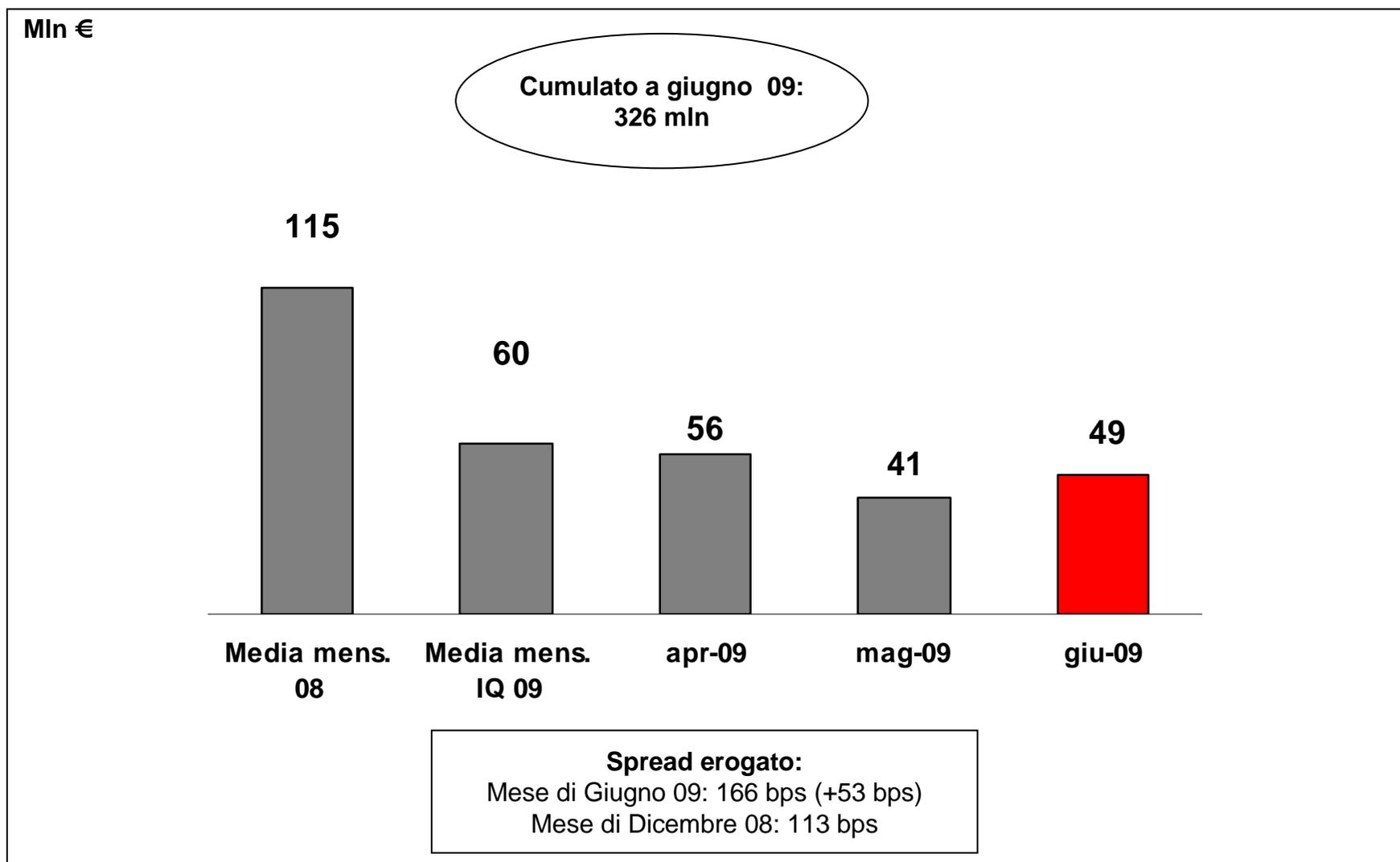
Raccolta netta AFI

Lo stock AFI presenta un aumento del + 0,9% rispetto a dicembre 08. La Raccolta Netta, in leggera flessione verso il mese di dicembre (- 0,6%), è più che compensata da un effetto mercato positivo (+1,5%).

DINAMICA CONTI CORRENTI: il saldo tra aperture e chiusure nel mese di giugno si attesta a + 1.169 conti evidenziando una ripresa rispetto ad inizio anno grazie sia ad un incremento delle accensioni che ad una diminuzione delle estinzioni.



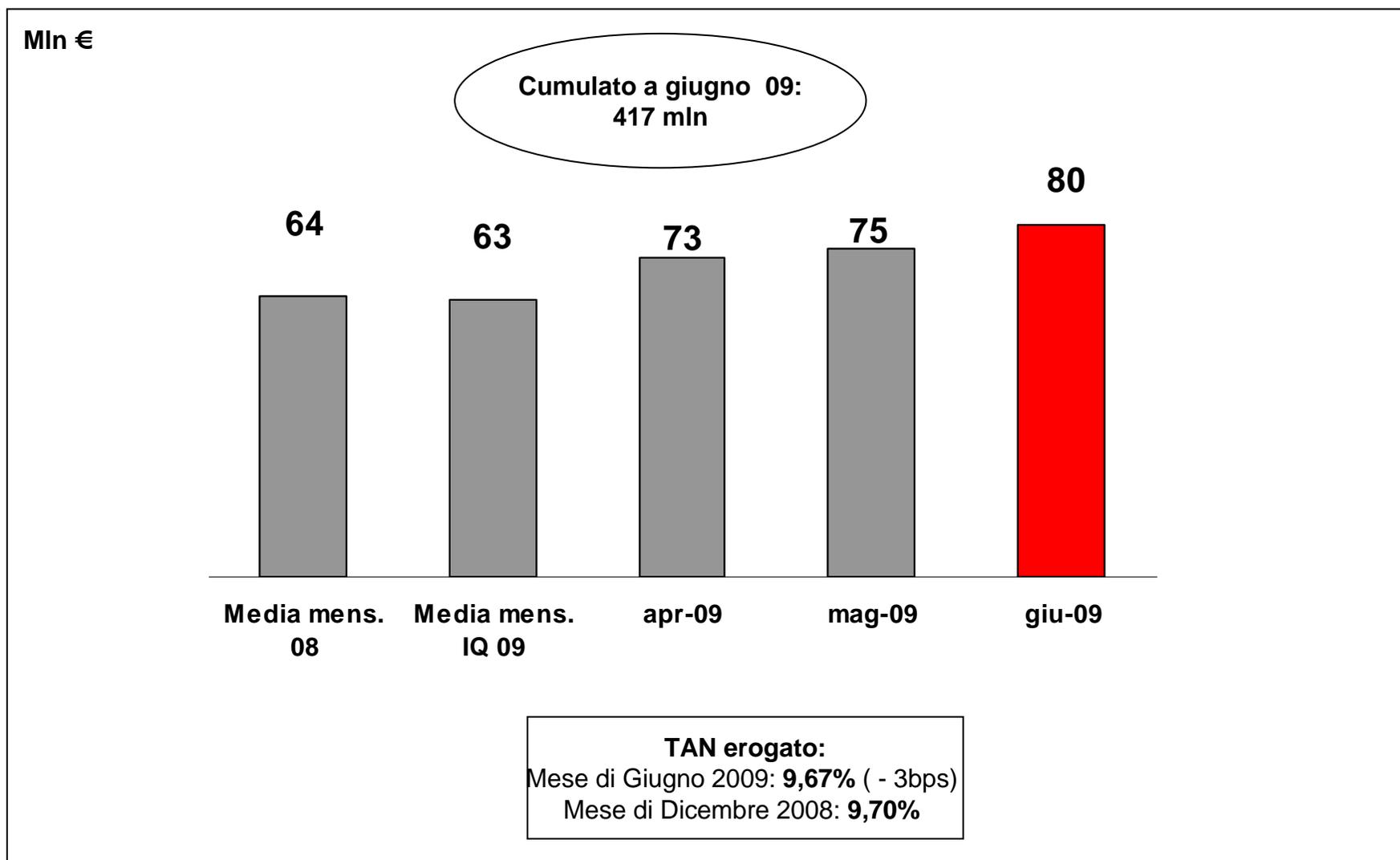
EROGATO MUTUI A PRIVATI: a giugno la banca ha erogato 49 mln di nuovi mutui sul perimetro spontaneo. Lo spread di erogazione è aumentato di 53 bps rispetto a dicembre 08, attestandosi a 166 bps, mentre il costo del funding (*) è pari a 206 bps.



Fonte: Distribution efficiency analysis and value, netto filiali Antitrust

(*) Per costo del funding si intende il credit spread a fronte del rischio liquidità.

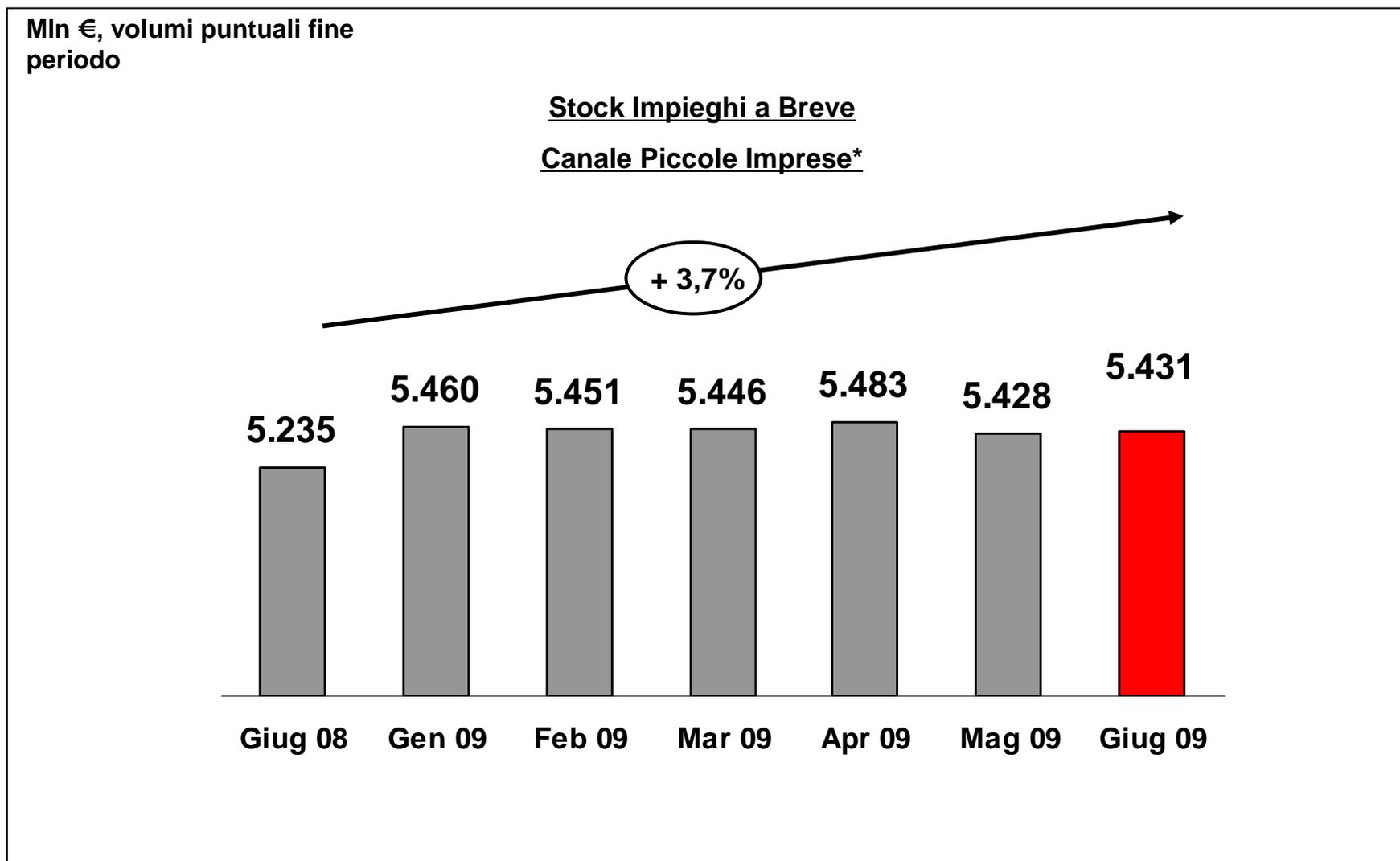
EROGAZIONI PRESTITI PERSONALI: a giugno la banca ha erogato 80 mln di nuovi prestiti. Il tasso di erogazione, pari a 9,67 %, è diminuito di 3ps rispetto al mese di dicembre, mentre il costo del funding (*) si attesta a 136 bps.



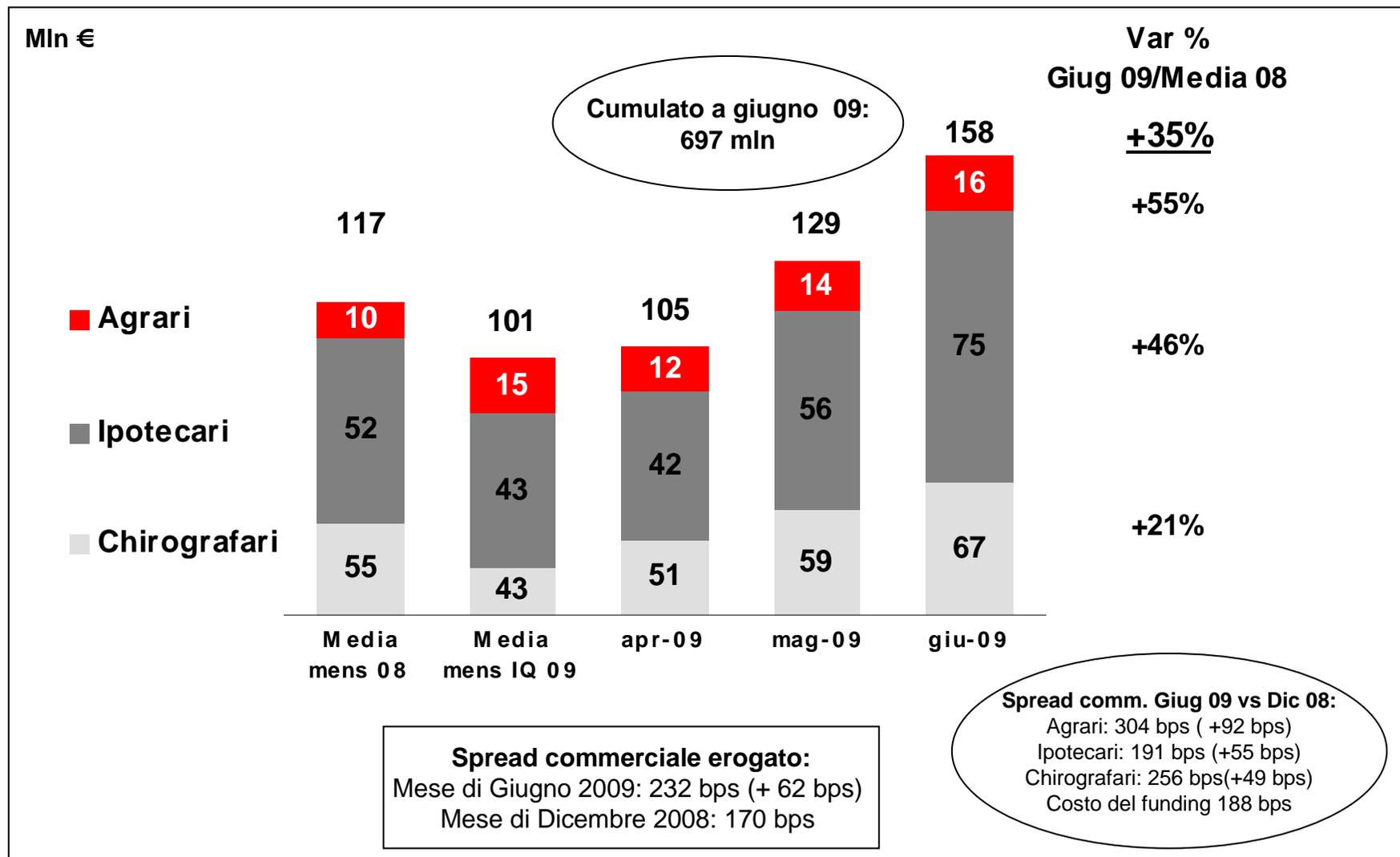
Fonte: Territorial pricing and competitor analysis, al netto filiali Antitrust

(*) Per costo del funding si intende il credit spread a fronte del rischio liquidità.

IMPIEGHI BREVE TERMINE PICCOLE IMPRESE : a giugno gli impieghi piccole imprese registrano una crescita annua del 3,7%.



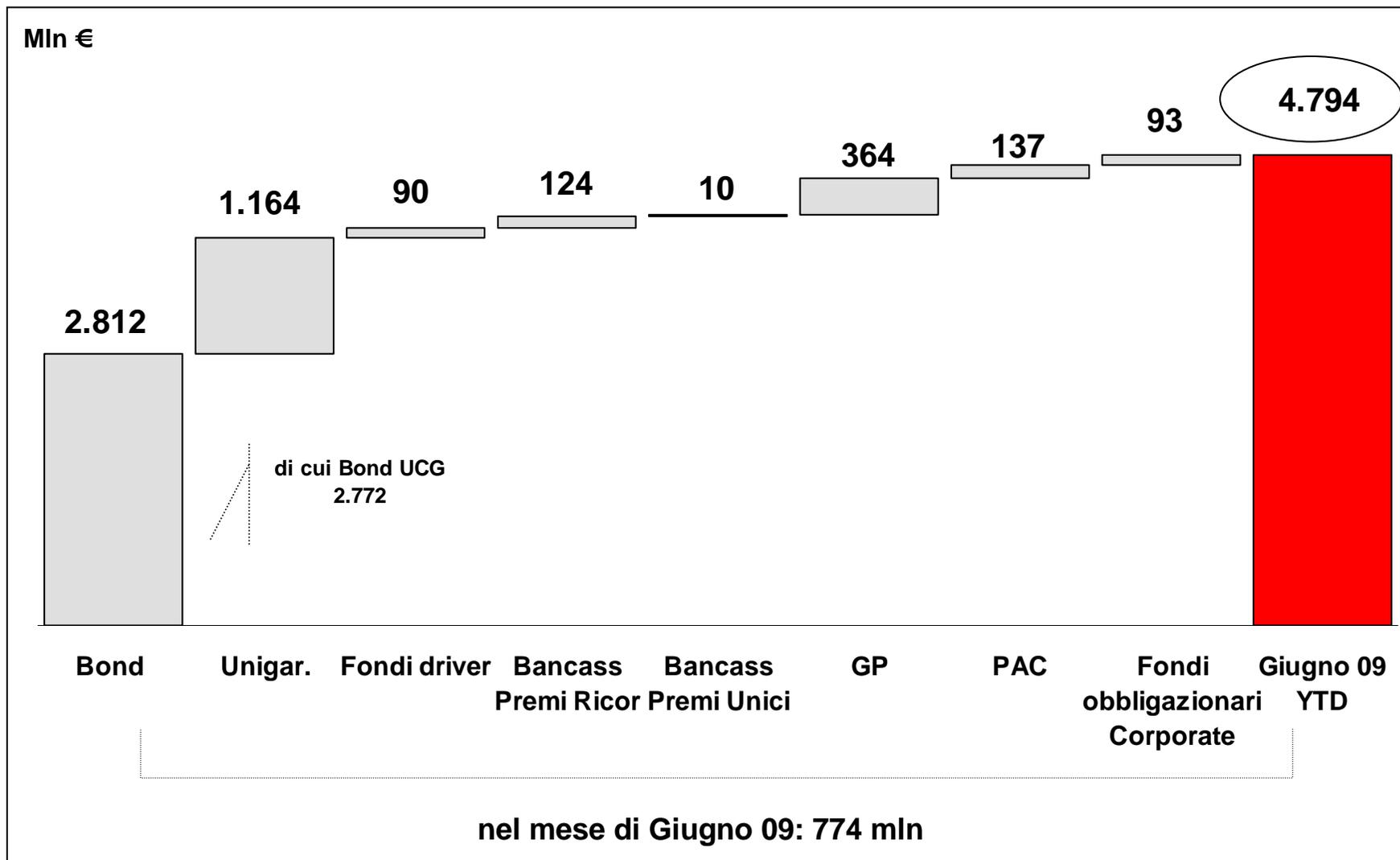
EROGATO MUTUI IMPRESE: a giugno sono stati erogati 158 mln di nuovi mutui imprese. Lo spread commerciale di erogazione è cresciuto di 62 bps rispetto a dicembre 08, attestandosi a 232 bps, verso un costo del funding (*) pari 188 bps.



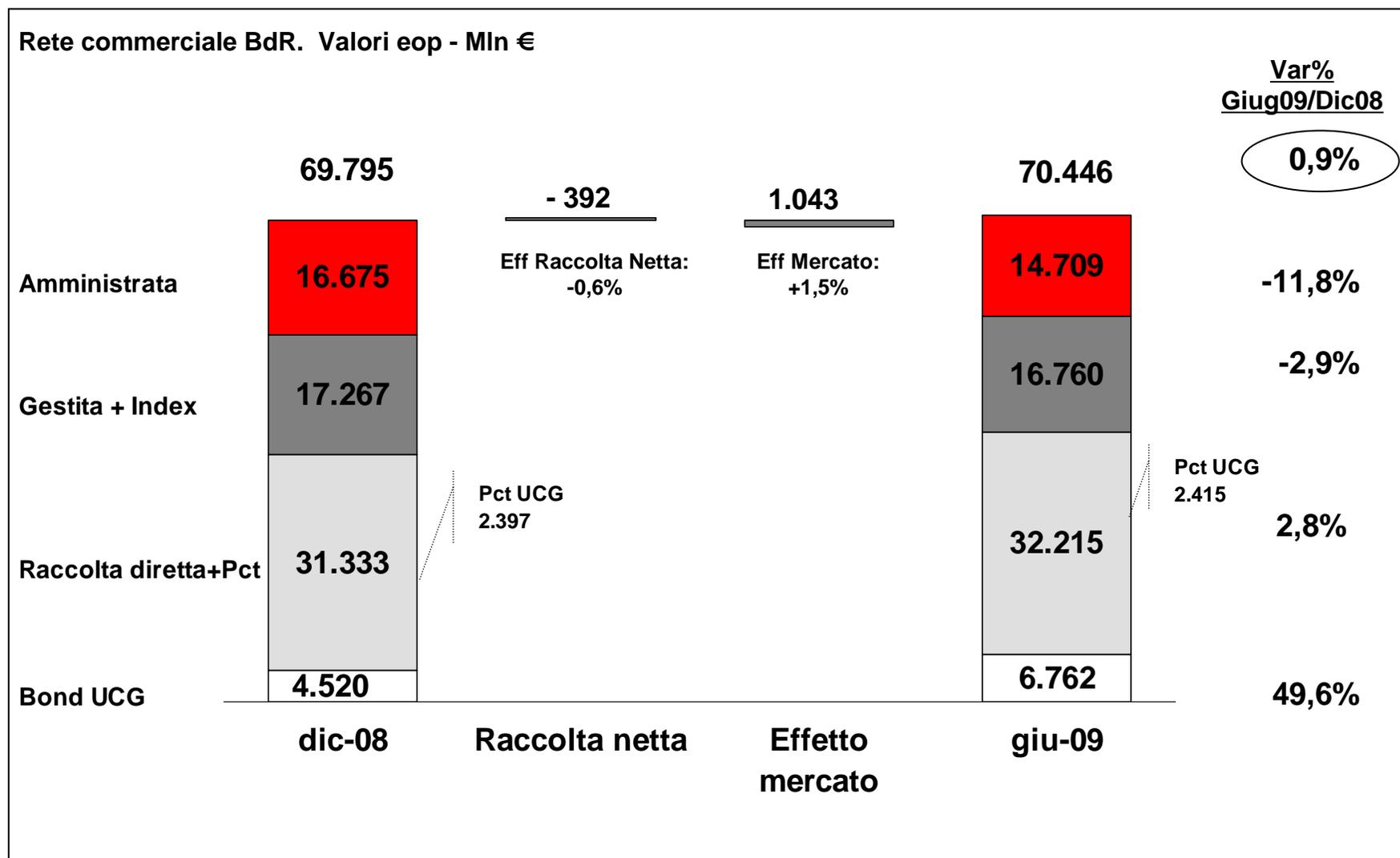
Fonte: Territorial pricing and competitors analysis, al netto filiali antitrust

(*) Per costo del funding si intende il credit spread a fronte del rischio liquidità.

PRODOTTI DI INVESTIMENTO: le vendite da inizio anno ammontano a 4.794 mln; il mese di giugno ha registrato collocamenti pari a 867 mln.



RACCOLTA NETTA AFI: lo stock AFI presenta un aumento del +0,9% rispetto a dicembre 08. La Raccolta Netta, in leggera flessione verso il mese di dicembre (-0,6%), è più che compensata da un effetto mercato positivo (+1,5%).



Fonte: SRS- Adv consistenze dinamico, netto Enti

Principali indicatori economici

Principali indicatori

Principali Indicatori	BDR
<i>(Fonte: Relazione semestrale Bilancio)</i>	
Redditività:	
Risultato di gestione/Margine di intermediazione	34,0%
Risultato di gestione/Tot. Attività fruttifere (ROA annualizzato)	nd
Produttività ed efficienza	
Spese per il Personale/Margine di intermediazione	35,6%
Costi di struttura/Margine di intermediazione	31,3%
Cost income ratio	64,9%
Cost income ratio con ammortamenti	66,9%
Rischio del credito	
Crediti in sofferenza nominali/Impieghi complessivi	1,1%
Crediti in sofferenza netti/Crediti verso Clientela (val. bilancio)	0,5%

Dati al 30.6.2009

Fonte: Bilancio
Bdr al 30.6.09

Andamento Operatività sulle Banche Retail

■ **Analisi operatività Banche Retail**

■ **Movimentazione complessiva**

- **Sportello**
- **Internet**
- **ATM/POS**
- **“Cross”**

Movimentazione Complessiva

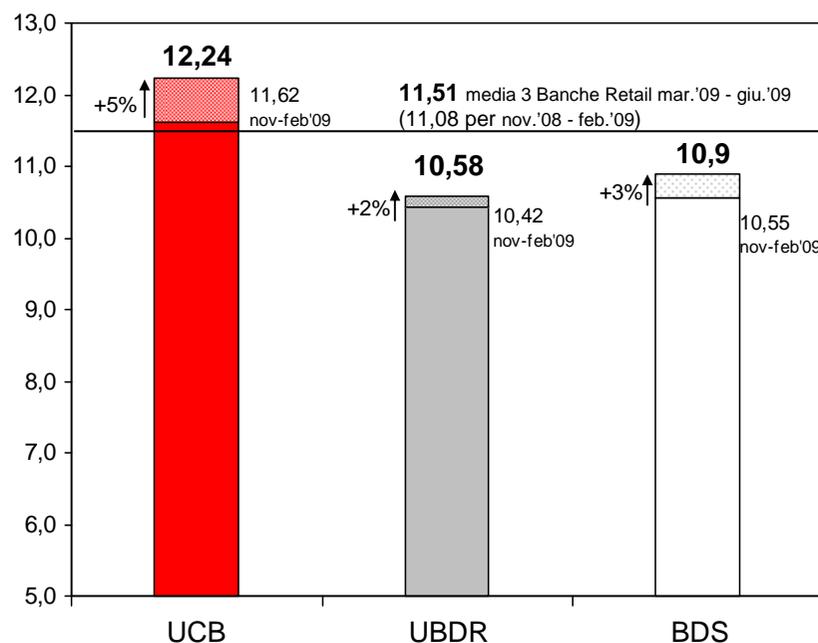
Movimentazione complessiva conti correnti

Perimetro completo Banche Retail

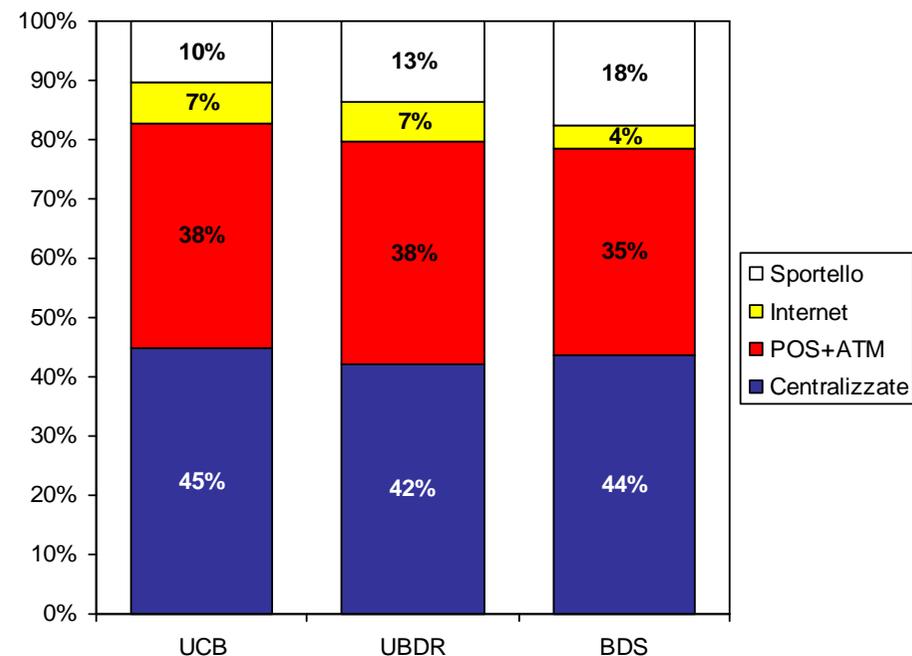
Dati quadrimestre marzo '09 – giugno '09:

confronto con il quadrimestre precedente (nov '08 - feb '09)*

Medie mensili operazioni per C/C



Distribuzione % operazioni sui canali



Complessivamente il numero di operazioni mensili effettuate per c/c cresce rispetto al quadrimestre precedente, in particolare per UCB, che aumenta in modo più che proporzionale rispetto alle altre 2 Banche

I clienti UCB e UBDR fanno un uso maggiore dei canali remoti (il 38% delle operazioni avviene tramite ATM e POS, il 7% su IB), i clienti BDS continuano ad usare in maniera consistente il canale sportello (18% contro 10% e 13% di UCB e UBDR)

Nota *: i dati sono calcolati in modo da tener conto del diverso numero di giorni presenti nei due quadrimestri

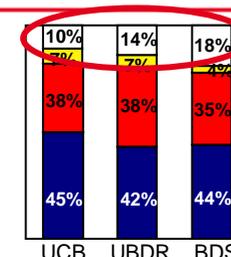
Operazioni allo Sportello

Operatività allo Sportello per C/C (diretta + cross)

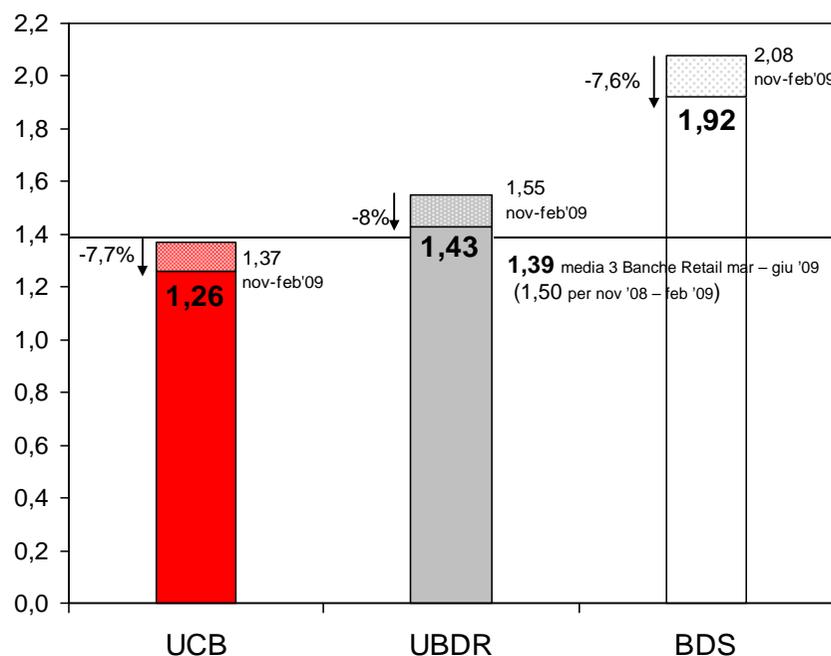
Perimetro completo Banche Retail

Dati quadrimestre marzo '09 – giugno '09:

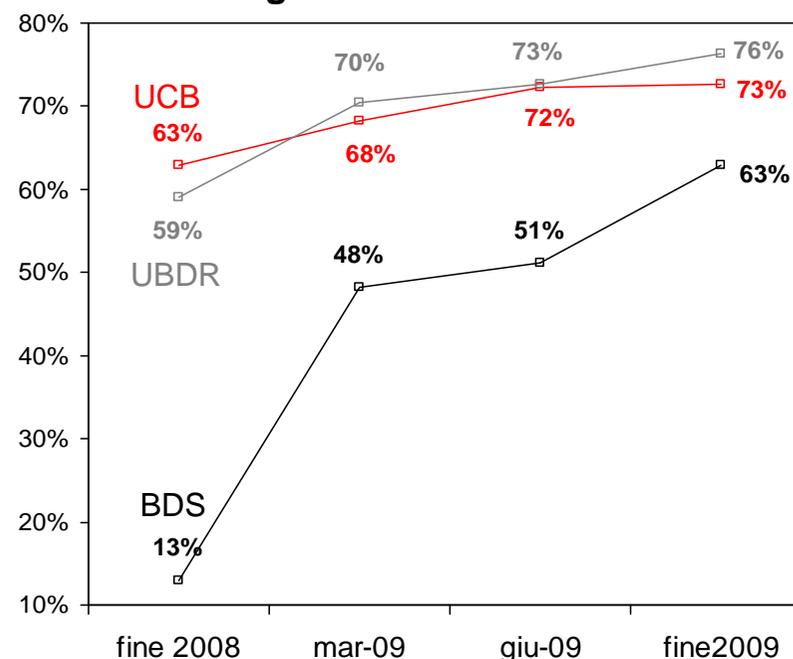
confronto con il quadrimestre precedente (nov '08 - feb '09)*



Medie mensili operazioni allo sportello per C/C



% Agenzie con ATM evoluto



Diminuisce il numero di operazioni mensili per c/c eseguite allo sportello. La media complessiva delle tre Banche scende da 1,5 a 1,39, anche se i clienti BDS continuano ad usare questo canale in maniera nettamente maggiore rispetto ai clienti UCB e UBDR. Il piano di installazione degli ATM evoluti, che prevede un ulteriore incremento della copertura soprattutto per UBDR e BDS, ha già portato la % di agenzie con ATM evoluto a 72% per UCB, a 73% per UBDR e a 51% per BDS

Nota *: i dati sono calcolati in modo da tener conto del diverso numero di giorni lavorativi presenti nei due quadrimestri

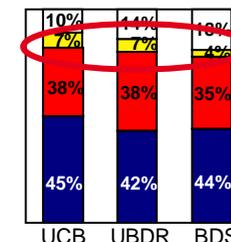
Canali Remoti Operazioni Internet Banking

Operatività Internet Banking su operazioni dispositive

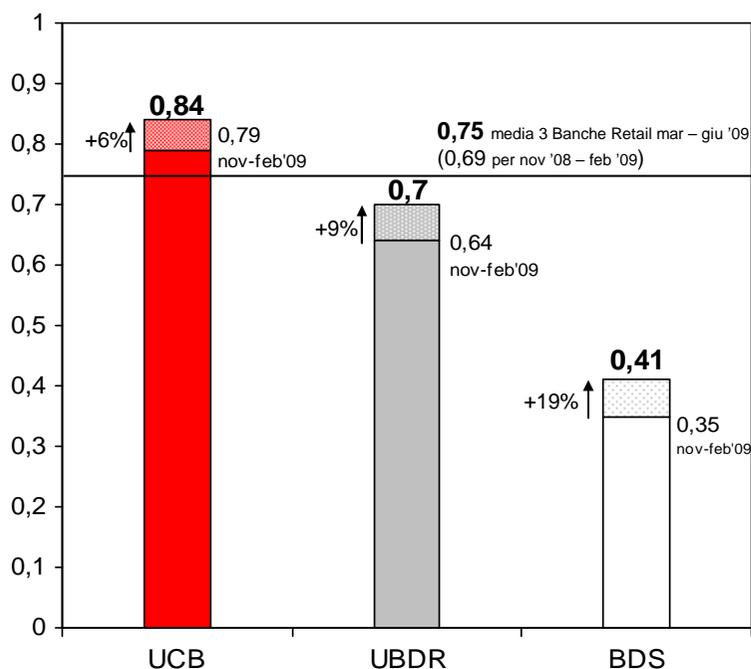
Perimetro completo Banche Retail

Dati quadrimestre marzo '09 – giugno '09:

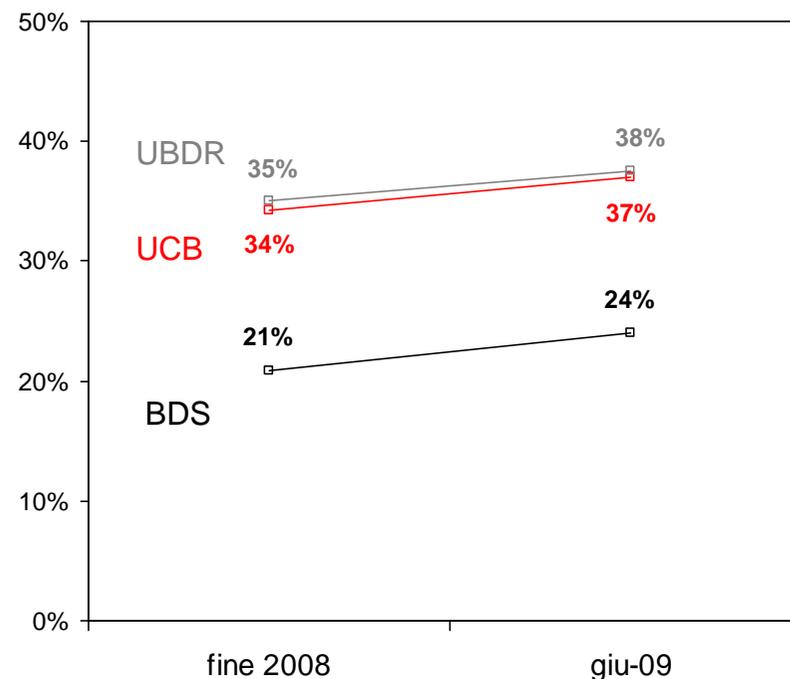
confronto con il quadrimestre precedente (nov '08 - feb' 09)*



Medie mensili operazioni internet per C/C



% C/C con servizio Internet Banking attivo



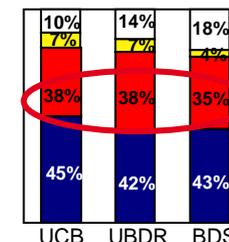
Aumentano su tutte le Banche le operazioni di Internet Banking. La clientela UCB esegue un numero di disposizioni maggiore di UBDR e BDS. BDS presenta una crescita del 19% nonostante la minore percentuale di penetrazione del prodotto sul totale c/c (24% contro il 37% di UCB e il 38% di UBDR)

Nota *: i dati sono calcolati in modo da tener conto del diverso numero di giorni presenti nei due quadrimestri

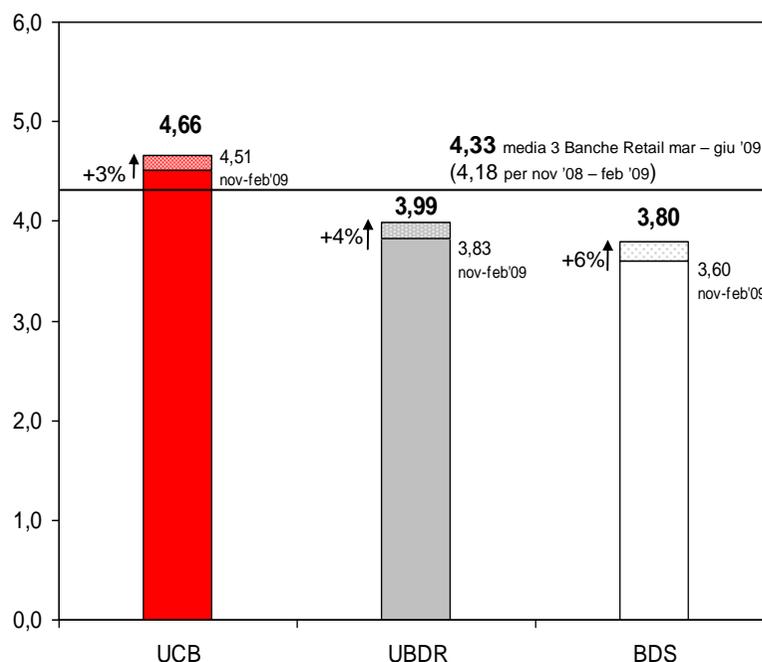
Canali Remoti Operazioni ATM e POS

Operatività in self service su ATM e POS

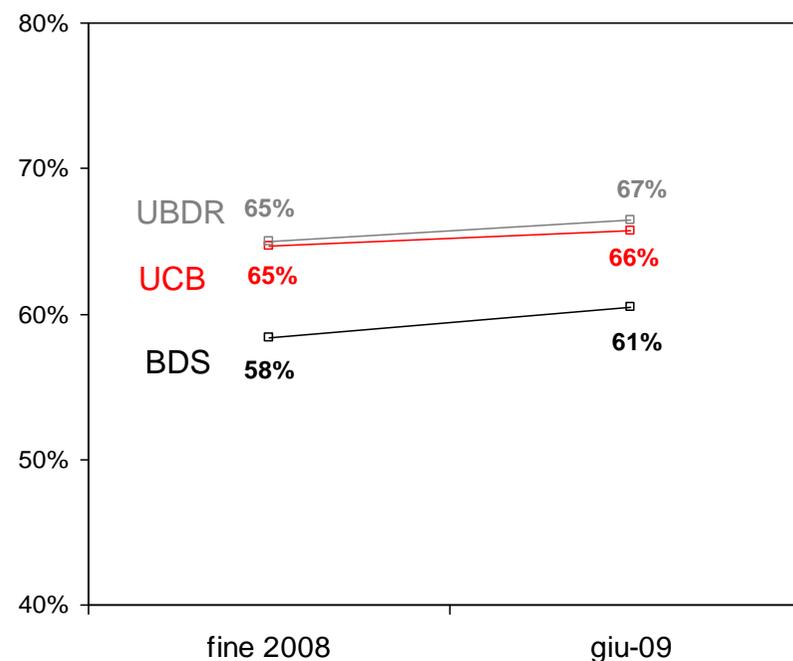
Perimetro completo Banche Retail
 Dati quadrimestre marzo '09 – giugno '09:
 confronto con il quadrimestre precedente (nov '08 - feb'09)*



Medie mensili operazioni ATM/POS per C/C



% Conti correnti con Carta Bancomat



La media mensile di operazioni su ATM e POS è leggermente aumentata rispetto al quadrimestre precedente per le tre Banche. I clienti di UCB presentano comunque un utilizzo maggiore di questi due canali. In UCB e UBDR la percentuale di c/c con carta Bancomat (rispettivamente 66% e 67%) è leggermente superiore a BDS (61%)

Nota *: i dati sono calcolati in modo da tener conto del diverso numero di giorni presenti nei due quadrimestri

Operazioni “cross”

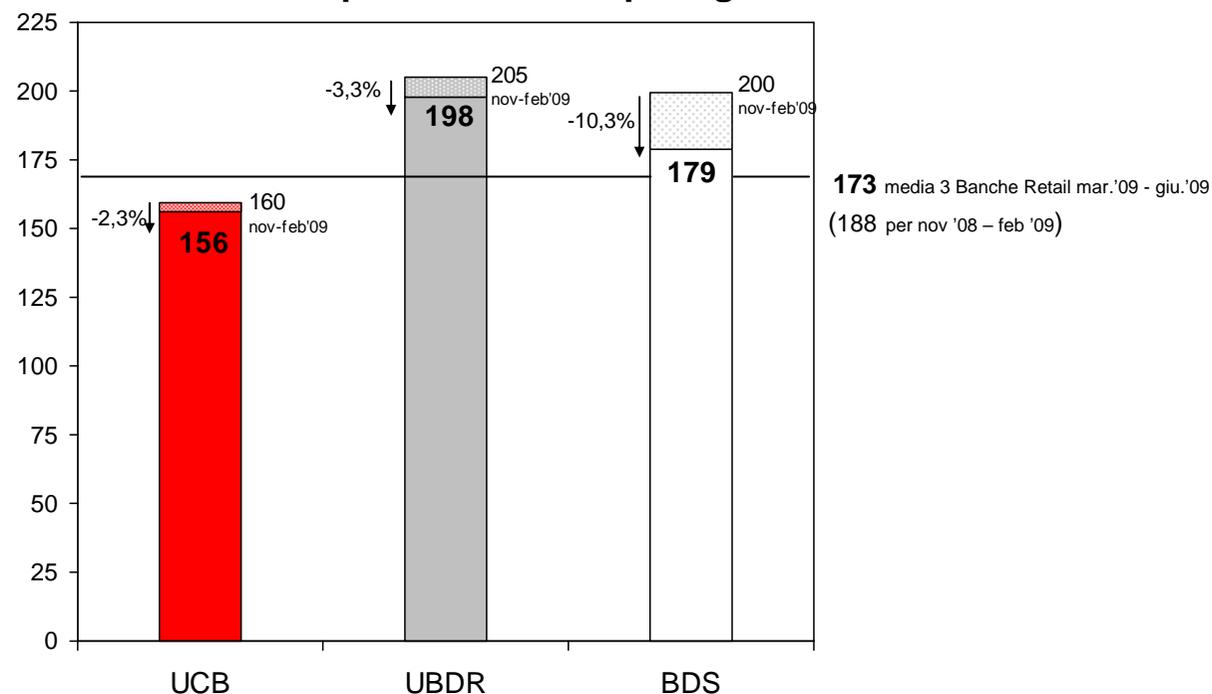
Andamento Operatività allo Sportello (cross)

Perimetro completo Banche Retail

Dati quadrimestre marzo '09 – giugno '09:

confronto con il quadrimestre precedente (nov '08 - feb '09)*

Medie mensili operazioni cross per agenzia



La media di operazioni cross per le 3 banche è in diminuzione rispetto al quadrimestre precedente, in coerenza con la disponibilità del servizio dallo scorso dicembre anche sulle Agenzie Ex-Capitalia.

Nota *: i dati sono calcolati in modo da tener conto del diverso numero di giorni lavorativi presenti nei due quadrimestri

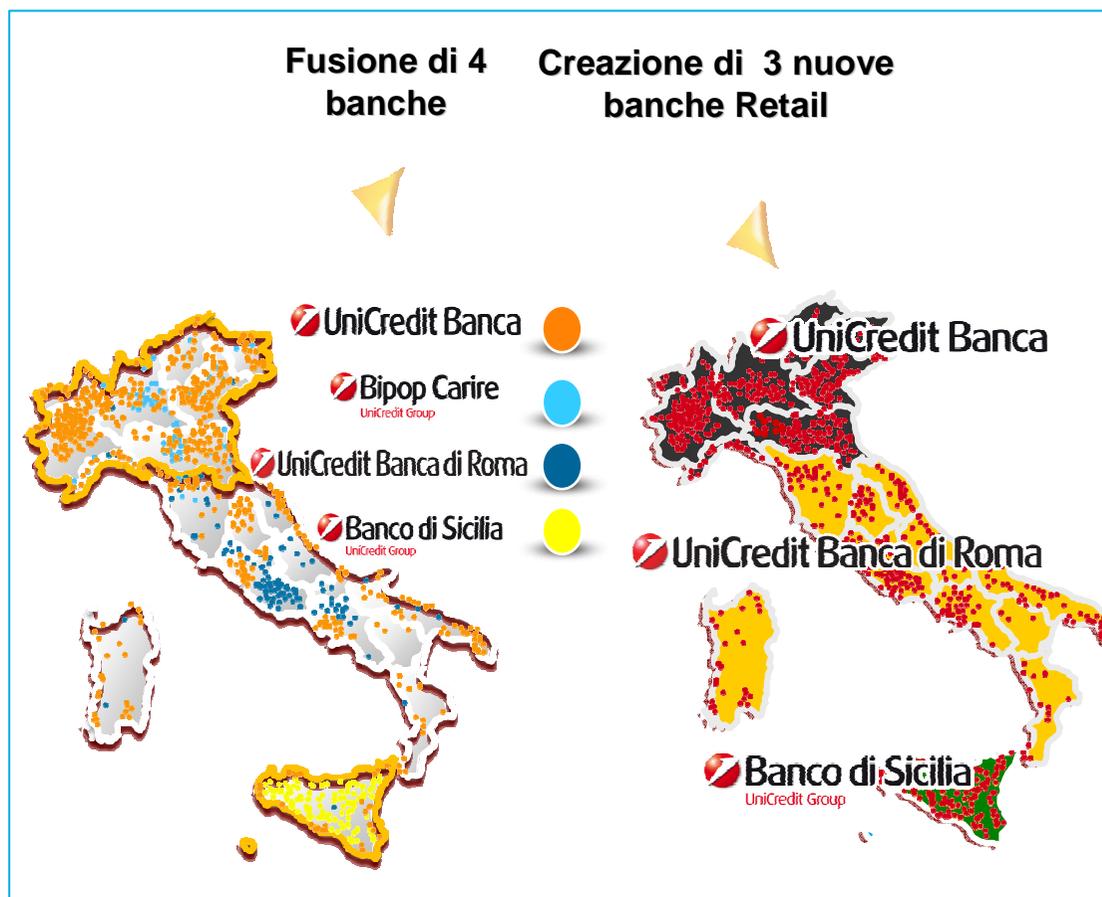
Prospettive strategiche

Revisione processi organizzativi - progetti

Agenda

- L'integrazione Capitalia e i risultati raggiunti/attesi
- Principali progetti ed interventi per l'anno 2009

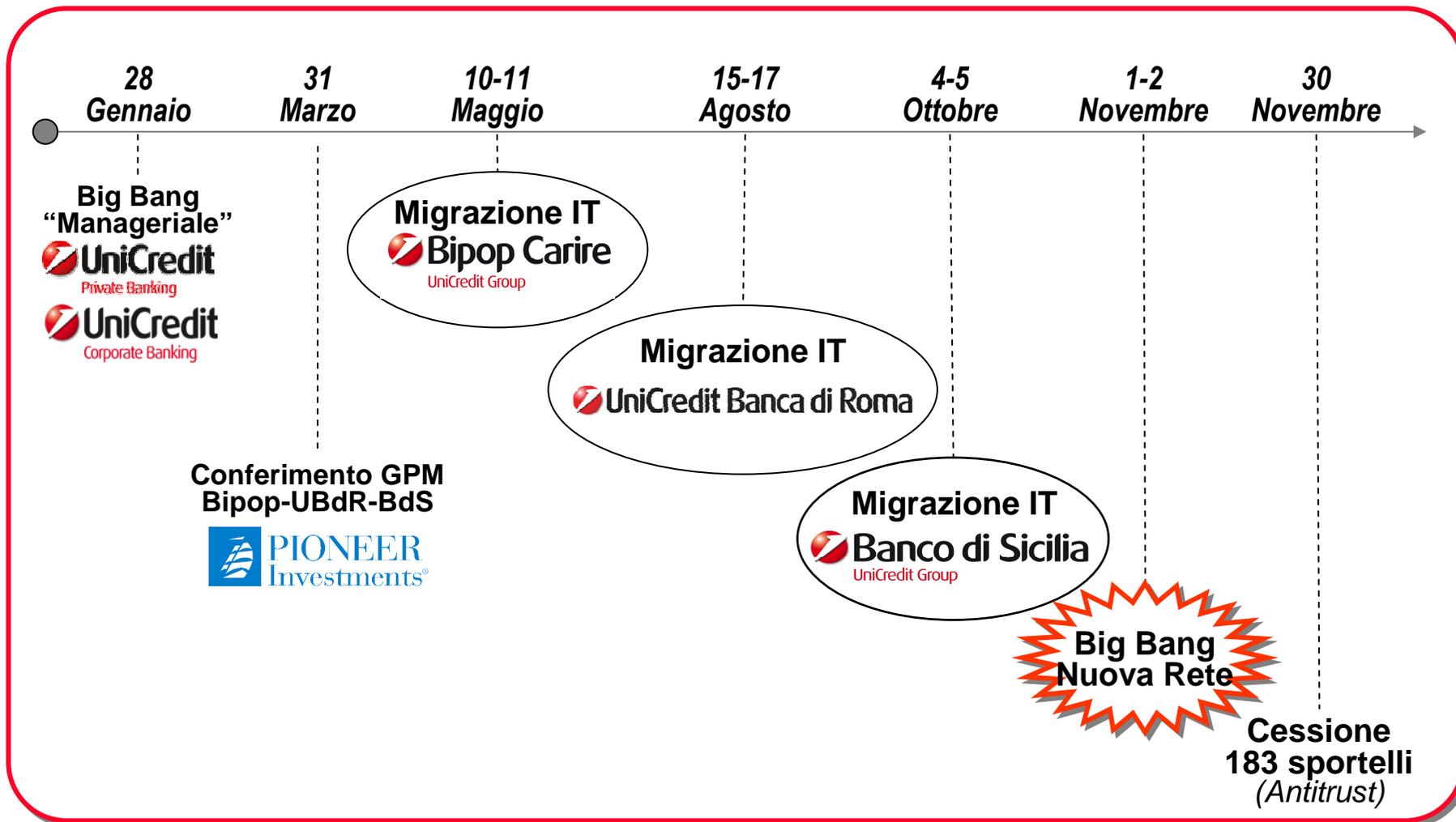
NEL 2008 E' SI E' CONCLUSA CON SUCCESSO L'INTEGRAZIONE CAPITALIA



Risultati raggiunti in soli 13 mesi

- **Conferimento delle GPM** delle banche ex-capitalia a Pioneer
- **3 migrazioni IT** (più di 23 mln di NDG coinvolti, c.a. 2,5 mln di conti e 2.020 sportelli)
- **1 carve out societario** con la creazione di 3 nuove legal entity, la chiusura di Bipop e la start up della Retail Network Italy (riassegnati più di 2 mln di conti, ~1.500 sportelli re-distribuiti, ~30 mln di rapporti migrati)
- **Start up** della nuova rete commerciale con 19 Direzioni Commerciali (originariamente 36)
- **Vendita dei 183 sportelli** "Antitrust" a 13 diverse banche acquirenti

...ATTRAVERSO IL RAGGIUNGIMENTO DELLE SEGUENTI PRINCIPALI TAPPE



Agenda

- L'integrazione Capitalia e i risultati raggiunti/attesi
- Principali progetti ed interventi per l'anno 2009

Principali progetti in corso volti al miglioramento del modello di servizio

- Prosegue l'installazione degli **ATM evoluti** (cash in, cash out) su circa 290 unità il cui obiettivo è quello di velocizzare il servizio per il cliente diminuendo i tempi di attesa e mantenendo un elevato standard qualitativo del servizio offerto;
- Prosegue inoltre l'installazione dei **chioschi** su 263 unità mentre è da avviare il progetto pilota per testare le **macchine contabanconote** evolute finalizzate alle quadrature degli ATM;
- Effettuati gli interventi procedurali ed avviati i primi rilasci per supportare i nuovi **modelli di servizio Business Easy, Smart Affluent e Flying Advisor**:
 - Operatività di sportello (log on su agenzia di radicamento del cliente)
 - Visibilità nelle comunicazioni verso i clienti (cartacee e BVI)
 - Facilitata la collaborazione quotidiana con le agenzie che trovano in Scheda Cliente il nome del gestore remoto
 - Strumenti commerciali sia per i gestori che per i responsabili dei centri

Principali progetti in corso volti al miglioramento del modello di servizio

- Estensione a 23 agenzie del **modello di servizio Cash Light** (servizio che prevede lo svolgimento dell'attività di cassa solamente al mattino con focalizzazione nel pomeriggio alle attività prettamente commerciali e dirottamento delle transazioni di cassa sui canali diretti)
- **UNI-CO AFP**: Nuovo processo per l'esecuzione delle campagne commerciali che in una sola schermata offre a ciascun AFP la lista dei clienti da chiamare per l'attività commerciale, siano essi nell'indiviso di Agenzia o nei panieri Mass Market. Nella stessa schermata sono visibili tutti i "contatti caldi" provenienti dalle manifestazioni di interesse positive raccolte dai canali remoti: Web, Call Center, ATM.
- **Report Scadenze**: è stata implementata una nuova funzione di "filtro" per tipologia scadenze; è pertanto possibile fare un focus su ambito di interesse es. qualità del credito (raccolta bilanci, anomalie titoli a garanzia, sconfinamenti,...), od attività commerciale del Call Center (manifestazioni di interesse da Call Center, da ATM, da internet,...)

Altri progetti organizzativi (1/2)

I principali progetti/risultati raggiunti nel corso del periodo gennaio – giugno sono:

- ✓ **Tesoreria Enti** - Completamento della revisione del modello operativo attraverso l'eliminazione delle criticità presenti (ad es. la lavorazione degli stipendi) ed incrementato del know how specifico dei colleghi attraverso interventi mirati;
- ✓ **Archivio Unico e Fuori Tutto** – Definizione delle logiche di archiviazione presso le agenzie finalizzata a ridurre al massimo le giacenze ed a unificare in un unico fascicolo cliente la relativa documentazione. È inoltre stato definito il modello target circa il materiale da mantenere in agenzia ed il relativo piano di smaltimento del materiale in eccedenza. Sono in corso le attività di smaltimento;

Altri progetti organizzativi (2/2)

- ✓ **Orario aperture di agenzia** - Omogeneizzazione degli orari di apertura degli sportelli su tutta la rete nazionale (le agenzie presso i centri commerciali rimarranno aperte anche il sabato) ed avvio sperimentazione cash light
- ✓ **Check up procedure** – Completata la mappatura delle problematiche procedurali ed eventuale revisione degli applicativi sulla base dei requisiti definiti. Individuati attraverso i Focus Group più di 50 interventi di ottimizzazione (*Sportello* , *Sistemi di pagamento*, *Condizioni*, *Titoli*, *Esteri*, *Sistema Gestionale*, *Crediti*) in corso di realizzazione;
- ✓ **Pulizia anagrafe** – Definite le anomalie anagrafiche derivanti dalla migrazione. In particolare sono stati completati gli interventi di UCBP per la normalizzazione degli NDG PF e Ditte Individuali mentre è in corso la realizzazione applicativa per la sistemazione massiva degli NDG doppi/multipli

1: Il progetto Forza 6 prevede il raggiungimento delle seguenti 6 mete a livello: rafforzamento dei territori, difesa del risparmio, focalizzazione su aree ad alta attrattività, qualità del credito, eliminazione costi superflui, incremento della customer satisfaction

Qualità delle risorse umane

Dati sul personale dipendente

Qualità delle risorse umane

- **Nota Metodologica**

Dati sul Personale Dipendente

Evoluzione delle carriere

Analisi Part Time

Nota Metodologica

- **Dati sul Personale Dipendente:** è stata analizzata la distribuzione dell'organico in servizio alla data del 31/12/2008 sulle tre banche Retail ad esclusione delle risorse inquadrato nella categoria/grado Dirigenti.
- **Evoluzione delle carriere:** l'analisi si riferisce all'organico in servizio al 31/12/2008, pertanto non vengono conteggiate eventuali variazioni di categoria/grado del personale cessato in corso d'anno. La scelta metodologica effettuata si è resa necessaria a seguito dell'operazione societaria di divisionalizzazione del perimetro ex-Capitalia che ha caratterizzato l'anno 2008
- **Analisi Part Time:** l'analisi si riferisce all'organico in servizio alla data del 31/12/2008 e al periodo 01/01/2009 30/06/2009 e come evidenziato per le evoluzioni di carriera vengono escluse eventuali variazioni di orario al personale cessato in corso d'anno.

Per quanto riguarda la situazione delle domande in “esame”, l'analisi è stata effettuata su un bacino di domande caricate a portale alla data del 30/06/2009.

Qualità delle risorse umane

Nota Metodologica

- **Dati sul Personale Dipendente**

Evoluzione delle carriere

Analisi Part Time

Profilo Strutturale - Dipendenti

Dato al 31/12/2008 *

COMPOSIZIONE PER GENERE

Società	F	%	M	%	Totale
UNIC.BANCA DI ROMA	5048	37,38	8456	62,62	13504

COMPOSIZIONE PER GENERE E ORARIO DI LAVORO

Società	Full Time		Part Time		Totale
	F	M	F	M	
UNIC.BANCA DI ROMA	4153	8378	895	78	13504

* Dato non comprensivo dei Dirigenti e delle risorse inquadrato in RTD

Evoluzione per tipologia di contratto

Dato al 31/12/2008 *

COMPOSIZIONE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

Società	Tipo Contratto			Totale
	Apprendista	TD	TI	
UNIC.BANCA DI ROMA	512	5	12987	13504

EXTERNAL STAFF	Stagionali	Interinali
UNIC.BANCA DI ROMA	0	12
Totale	0	12

* Dato non comprensivo dei Dirigenti e delle risorse inquadrate in RTD

Qualità delle risorse umane

Nota Metodologica

Dati sul Personale Dipendente

■ **Evoluzione delle carriere**

Analisi Part Time

Evoluzione delle carriere

Dato riferito all'intero anno 2008

EVOLUZIONE CARRIERE				
Società		F	M	Totale
UNIC.BANCA DI ROMA	Promozione all'interno della cat. Aree Prof.	470	426	896
	Promozione da Aree Professionali a Quadro Dir	140	165	305
	Promozione all'interno della cat. Quadro Dir.	96	255	351
<i>UNIC.BANCA DI ROMA Totale</i>		<i>706</i>	<i>846</i>	<i>1552</i>

EVOLUZIONE CARRIERE PER GENERE

Società		CIA / CCNL			MERITO			Totale
		F	M	Totale	F	M	Totale	
UNIC.BANCA DI ROMA	Promozioni all'interno delle Aree Prof.	440	389	829	30	37	67	896
	Personale promosso QD1	126	133	259	9	15	24	283
	Personale promosso QD2	56	141	197	11	21	32	229
	Personale promosso QD3	10	37	47	6	23	29	76
	Personale promosso QD4	12	38	50	6	12	18	68
<i>UNIC.BANCA DI ROMA Totale</i>		<i>644</i>	<i>738</i>	<i>1382</i>	<i>62</i>	<i>108</i>	<i>170</i>	<i>1552</i>

Evoluzione delle carriere

Dato riferito all'intero anno 2008

EVOLUZIONE CARRIERE PER FASCE DI ETA'

Società	Direzione Commerciale *	F				M				Totale
		da 31 a 40	da 41 a 50	fino a 30	oltre 50	da 31 a 40	da 41 a 50	fino a 30	oltre 50	
UNIC.BANCA DI ROMA	CAMPANIA	22	15	48	1	54	25	47	14	226
	LAZIO SUD, ABRUZZO E MOLISE	31	9	17	1	37	22	25	15	157
	PUGLIA, CALABRIA E BASILICAT	28	11	49	4	37	37	52	18	236
	ROMA CENTRO E ROMA NORD	47	31	51	10	34	44	28	19	264
	SARDEGNA E ROMA SUD	53	31	32	12	48	35	44	13	268
	TOSCANA	26	9	34	4	22	25	16	12	148
	UMBRIA, LAZIO NORD E MARCHI	31	24	31	7	35	30	20	12	190
	DIREZIONE GENERALE	14	13	7	3	8	13	3	2	63
<i>UNIC.BANCA DI ROMA Totale</i>		<i>252</i>	<i>143</i>	<i>269</i>	<i>42</i>	<i>275</i>	<i>231</i>	<i>235</i>	<i>105</i>	<i>1552</i>

* La Direzione Commerciale indicata è quella di riferimento al 31/12/2008

Qualità delle risorse umane

Nota Metodologica

Dati sul Personale Dipendente

Evoluzione delle carriere

■ **Analisi Part Time**

Analisi Part Time

SITUAZIONE PART TIME

NUOVI PART TIME ANNO 2008

Società	F	M	Totale
UNIC.BANCA DI ROMA	44	3	47

NUOVI PART TIME NEL PERIODO 01/01/09 - 30/06/09

Società	F	M	Totale
UNIC.BANCA DI ROMA	20		20

VARIAZIONI ORARIO ANNO 2008

Società	F	M	Totale
UNIC.BANCA DI ROMA	50	2	52

VARIAZIONI ORARIO NEL PERIODO 01/01/09 - 30/06/09

Società	F	M	Totale
UNIC.BANCA DI ROMA	44	2	46

DATI AL 30/06/2009

DOMANDE IN ESAME	NUOVE RICHIESTE	RINNOVI	VARIAZIONI ORARIO	RITIRATE
Società				
UNIC.BANCA DI ROMA	93	107	23	8

Il dato relativo alle richieste di rinnovo è comprensivo di quanto inserito a portale indipendentemente dalla data di scadenza del PT

Dati sul personale dipendente
Formazione

HR Retail Learning - La formazione

L'attività formativa del primo semestre 2009 ha perseguito l'obiettivo di creare integrazione tra la popolazione coinvolta nel processo di fusione promuovendo attività e progetti, a livello di Divisione Retail, atti a sviluppare una "cultura" comune e condivisa per diffondere e omogeneizzare le caratteristiche distintive e peculiari del Gruppo.

A tutto il 30 giugno 2009, grazie anche alle intese raggiunte con le OO.SS. finalizzate all'ottenimento dei finanziamenti alla formazione, sono state complessivamente erogate:

Società	AULA	ON LINE	TOTALE
UNIC.BANCA DI ROMA	147.599	89.538	237.138

Altre iniziative sono da considerare nell'ambito del Training on the job e nei percorsi blended relativi ai corsi d'inglese.

La Formazione Commerciale Relazionale

La Formazione Commerciale Relazionale svolge la sua principale funzione nell'assicurare la professionalità e la motivazione delle nostre figure commerciali costruendone e rafforzandone le competenze.

A questo proposito si evidenziano in particolare i corsi d'inserimento in ruolo, rivolti alle principali figure della rete commerciale e progettati coerentemente ai modelli di servizio. A tutti i neo-inseriti viene così assicurata una visione chiara, coerente e condivisa della *mission* del nuovo ruolo, dei risultati attesi e degli strumenti di supporto messi a disposizione, illustrando le linee guida di comportamento da agire nell'operatività quotidiana. In questa ottica è stato organizzato il progetto dedicato ai Responsabili e Consulenti dei nuovi segmenti *Smart Affluent* per il canale Personal Banking, e *Business Easy* per il canale Piccole Imprese.

Durante il primo semestre è stato messo a punto anche l'intervento dedicato agli Sviluppatori mentre sono in corso di progettazione / realizzazione due ulteriori corsi rivolti specificatamente ai Direttori Centro Sviluppo e ai Consulenti Privati Imprenditori, quale completamento delle proposte formative dedicate agli inserimenti in ruolo per tutte le figure professionali.

La Formazione Commerciale Relazionale/2

- Nel corso del 2009 è inoltre proseguito il progetto “Customer Satisfaction”, all’interno del quale rientrano due iniziative formative: “I’m a Customer” e “Leadership for CustomerS”.
- L’iniziativa formativa “I’m a Customer”, specificamente pensata per gli ASC, gli ACSC e gli AFP, è stata proposta principalmente ai colleghi dell’ex perimetro Capitalia, ma ha anche interessato quei colleghi del vecchio perimetro UniCredit che non avevano preso parte all’edizione 2007. La strategicità di tale progetto è confermata dai numeri dei partecipanti: in sei mesi sono stati coinvolti 2.257 colleghi, che hanno preso parte alle edizioni che si sono svolte in tutte le Direzioni Commerciali. Da sottolineare che quasi tutte le edizioni si sono svolte in modalità “work-shop residenziale”, con un approccio didattico certamente innovativo non solo per il nostro gruppo, ma a livello dell’intero sistema bancario, con notevole soddisfazione dei partecipanti. Per consentire il coinvolgimento dei colleghi part-time, sono state inoltre effettuate edizioni in aula tradizionale, con contenuti identici a quelli delle edizioni residenziali, ma spalmati su tre mattinate.

La Formazione Commerciale Relazionale/3

- L'obiettivo, entro fine anno, è quello di coinvolgere altri 350 colleghi, al fine di tagliare l'ambizioso traguardo delle 7.000 risorse formate a livello retail nel corso del 2009; se a tale dato si aggiungono le risorse già interessate dall'edizione 2007, la percentuale di colleghi (nei tre ruoli sopra citati) coinvolti a fine anno dovrebbe arrivare circa all'80% (sempre a livello retail), con una evidente ricaduta del progetto sull'effettiva attenzione al cliente nell'operatività quotidiana svolta nelle Agenzie del nostro Gruppo.

Formazione Tecnica

- La Formazione Tecnica si pone come elemento di base per accrescere e consolidare le competenze legate al business e come strumento per omogeneizzare le competenze e le conoscenze legate ai processi e agli applicativi nell'ambito della nuova dimensione del Network Retail.
- La proposta formativa riguarda diverse aree di applicazione nell'ambito delle quali particolare risalto viene dato ai percorsi di certificazione delle competenze finanziarie e assicurative, creditizie e bancarie di base che rappresentano il nucleo della formazione tecnica . I percorsi di certificazione sono sviluppati su più livelli formativi e con diversi gradi di certificazione che si ottengono al superamento di esami. I percorsi, realizzati in collaborazione con accreditate Università che rilasciano specifica certificazione, realizzano un mix equilibrato di attività d'aula, parte a docenza interna e parte esterna, e attività on-line .

Formazione Tecnica/2

- Particolare attenzione viene dedicata a tutti i contesti i cui si sviluppa la formazione obbligatoria, nell'ambito dei quali numerosi sono i punti di attenzione:
- a tutela dei consumatori in base al reg.to 5/2006 e succ. modifiche, formazione d'aula e a distanza per tutte le risorse che svolgono attività di proposta e/o vendita di prodotti assicurativi. Tali attività formative si articolano in due moduli, inserimento e aggiornamento, che impegnano docenti interni che si sono qualificati attraverso specifico percorso di formazione certificato;
- a tutela della salute e sicurezza dei lavoratori formazione d'aula e on line legata alla D.Leg.81/08
- in ottemperanza alle disposizioni di legge e alle norme di Compliance erogazione di corsi on line e d'aula connessi alle materie: a dell'Antiriciclaggio/Antiterrorismo ,D.Lgs 231/01, Responsabilità Amministrativa delle Persone Giuridiche e delle Società, Privacy ed Usura.
- in ottemperanza alle norme legate ai contratti di apprendistato professionalizzante sono previsti, per tutte le risorse assunte con tale contratto, percorsi formativi articolati in due fasi, la formazione trasversale comune ai diversi ruoli e la formazione specifica tipica per ogni ruolo assegnato all'apprendista. In adempimento alle medesime norme è prevista la formazione del Tutor assegnato ad ogni apprendista.

Formazione Tecnica/3

- La Formazione Tecnica riguarda inoltre lo sviluppo di tutte le competenze tecnico-specialistiche di carattere trasversale rispetto ruoli e funzioni, che in questa fase dell'anno hanno rappresentato un punto centrale delle attività erogate in considerazione alle esigenze di omogeneizzazione delle conoscenze legate alle procedure e ai processi, estesi di recente al nuovo perimetro del Network Retail.

Formazione Manageriale

- Nel primo semestre 2009 l'area manageriale ha proseguito l'attività di *caring* nei confronti di tutti i manager nel loro percorso di crescita personale e professionale con l'obiettivo di sviluppare sempre più una cultura di leadership condivisa e di diffusione di valori comuni.
- Nei primi mesi dell'anno si è portato a conclusione il progetto "Leadership For Results - L4R", e contestualmente ha preso avvio il nuovo progetto "Leadership For CustomerS" che è rivolto a tutti i Direttori d'Agenzia (entro l'anno saranno coinvolti circa 500 colleghi): l'iniziativa vuole promuovere le tematiche della Customer Satisfaction focalizzando, nel contempo, le peculiarità del ruolo professionale del DDA.
- Prosegue inoltre il supporto di *coaching* (proposto ai manager i quali aderiscono su base volontaria) e che si caratterizza quale attività distintiva della nostra Azienda.

Formazione Manageriale/2

- La novità per il 2009 è rappresentata dall'avvio dell'attività di *mentoring* il cui obiettivo è quello di promuovere la cultura dello sviluppo dei collaboratori nonché del ruolo manageriale agito. Attualmente l'iniziativa coinvolge 7 manager nel perimetro divisionale.
- Grazie alla realizzazione dei “Percorsi Formativi Personalizzati”, oltre 80 manager hanno potuto definire un proprio percorso formativo individuale sulla base di un check up preventivo. In particolare, il primo semestre è stato orientato a soddisfare le esigenze emerse nei check up 2008 con l'erogazione di workshop specialistici organizzati sia sfruttando le competenze interne all'azienda sia in collaborazione con partner esterni. Oltre ai manager coinvolti nel percorso di valutazione EDP - Executive Development Plan, da quest'anno, hanno accesso ai piani formativi le colleghe manager che partecipano al progetto “Oltre la Parità” e alcuni Talenti appartenenti al perimetro Retail Italy.
- Nell'ambito dei piani formativi individuali, prosegue l'attività di supporto per lo sviluppo delle competenze linguistiche, in particolare della lingua inglese.

Interventi specifici

SORVEGLIANZA SANITARIA 2008 - Ubdr

<p>Totale soggetti individuati per la sorveglianza sanitaria obbligatoria (12.816 dip. / 9.36% individuato)</p>		<p>1200</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------

<p>Totale visite art. 41, comma 1, lett. b, D.Lgs.81/08 (visite a richiesta del lavoratore)</p>		<p>20</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------

<p>Totale visite art. 5, L. 300/70 (visite ASL)</p>		<p>15</p>
---------------------------------------------------------	--	------------------

IMPIANTI ANTIMALORE COLLEGATI CON CENTRO SOS BEGHELLI

<p>Totale impianti attivi al 31/12/2008</p>		<p>36</p>
---------------------------------------------	--	------------------

<p>In corso di attivazione entro il 2009</p>		<p>21</p>
----------------------------------------------	--	------------------
