

BILANCIO SOCIO-AMBIENTALE 2004



INDICE

1	LETTERA DEL PRESIDENTE	64	Tutela della privacy
4	GUIDA ALLA LETTURA	65	Sicurezza
<hr/>			
5	PROFILO DEL GRUPPO MPS	66	Prodotti e servizi di finanza sostenibile
6	IDENTITÀ	67	AZIONISTI E INVESTITORI
8	MODELLO ORGANIZZATIVO	68	Sistemi di voto e tutela degli azionisti di minoranza
9	PRESENZA TERRITORIALE	68	Andamento del titolo e valore di mercato
9	Gli sportelli del Gruppo in Italia	69	Remunerazione degli azionisti
10	La Rete estera	69	Investor relations
11	STRATEGIE E PRINCIPALI FATTI DEL 2004	70	Rating finanziario
<hr/>			
13	GOVERNANCE E RESPONSABILITÀ SOCIALE	70	Rating etico
14	VALORI E PRINCIPI	73	FORNITORI
16	GOVERNANCE	76	SOCIETÀ
16	Corporate Governance	76	Impatto sulle comunità
17	Operazioni con parti correlate	78	Donazioni
17	Internal dealing	80	Investimenti nella comunità
18	Trattamento di informazioni riservate	84	Iniziative commerciali a impatto sociale sulla comunità
18	Gestione dei rischi e controlli interni	86	Contributi obbligatori
19	Responsabilità amministrativa	87	Iniziative di business socialmente responsabili
20	GESTIRE LA RESPONSABILITÀ SOCIALE	96	Comunicazione e Brand Management
20	Strategie e progettualità	<hr/>	
21	Organizzazione	99	RELAZIONE AMBIENTALE
25	Prodotti	100	GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI
25	Cultura della sostenibilità	102	ECO-EFFICIENZA INTERNA
28	Misurazione e comunicazione della responsabilità sociale	103	Edilizia eco-compatibile
<hr/>			
29	RELAZIONE ECONOMICA	103	Energia
30	RISULTATO DI GESTIONE	104	Carta
31	VALORE AGGIUNTO	105	Cambiamenti climatici
<hr/>			
33	LA BANCA E I SUOI STAKEHOLDER	107	IMPATTI AMBIENTALI INDIRETTI
34	RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER	107	Rischio ambientale
35	Ascolto	109	Prodotti e servizi per l'ambiente
38	Dialogo	111	Acquisti eco-compatibili
40	Testimonianze	<hr/>	
42	PERSONALE	113	OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI
42	Creazione di occupazione e sicurezza del lavoro	<hr/>	
43	Formazione e sviluppo delle competenze	119	LE ALTRE BANCHE COMMERCIALI
45	Remunerazione e percorsi di carriera	120	BANCA TOSCANA S.p.A.
46	Politiche di lavoro	125	BANCA AGRICOLA MANTOVANA S.p.A.
54	Interventi sociali	<hr/>	
56	CLIENTI	129	ACCREDITAMENTO DEI DATI
56	Qualità e servizio	<hr/>	
59	Trasparenza	132	INDICE DEGLI ARGOMENTI
61	Customer satisfaction	134	GLOSSARIO



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

Una banca fatta di persone.

GLI ORGANI AMMINISTRATIVI E DI CONTROLLO

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Pier Luigi Fabrizi	<i>Presidente *</i>
Stefano Bellaveglia	<i>Vice Presidente *</i>
Emilio Gnutti	<i>Vice Presidente *</i>
Fabio Borghi	<i>Consigliere</i>
Francesco Gaetano Caltagirone	<i>Consigliere</i>
Turiddo Campaini	<i>Consigliere</i>
Massimo Caputi	<i>Consigliere *</i>
Francesco Saverio Carpinelli	<i>Consigliere *</i>
Giuseppe Catturi	<i>Consigliere *</i>
Luca Fiorito	<i>Consigliere</i>
Lorenzo Gorgoni	<i>Consigliere *</i>
Andrea Pisaneschi	<i>Consigliere *</i>
Carlo Querci	<i>Consigliere</i>
Roberto Rossi	<i>Consigliere</i>
Ivano Sacchetti	<i>Consigliere</i>
Girolamo Strozzi	<i>Consigliere</i>

** Componenti il Comitato Esecutivo*

COLLEGIO SINDACALE

Giuseppe Vittimberga	<i>Presidente</i>
Pietro Fabretti	<i>Sindaco effettivo</i>
Leonardo Pizzichi	<i>Sindaco effettivo</i>
Stefano Mendicino	<i>Sindaco supplente</i>
Marco Turillazzi	<i>Sindaco supplente</i>

DIREZIONE GENERALE

Emilio Tonini	<i>Direttore Generale</i>
Pier Luigi Corsi	<i>Vice Direttore Generale Vicario</i>
Antonio Vigni	<i>Vice Direttore Generale</i>
Rossano Bagnai	<i>Vice Direttore Generale</i>

LETTERA DEL PRESIDENTE



Il Bilancio Socio-Ambientale della Banca Monte dei Paschi di Siena è arrivato alla sua quinta edizione. Nato per esprimere i valori della Banca nei campi della salvaguardia dell'ambiente e della tutela del sociale e per dar conto di fatti e di circostanze che non possono trovare rappresentazione nel Bilancio d'esercizio, il Bilancio Socio-Ambientale si è rivelato essere nel tempo uno strumento fondamentale, non solo per illustrare al meglio il profilo dell'interpretazione della responsabilità sociale dell'azienda, ma anche per aprire un'utile area di confronto su questa tematica con le diverse categorie di stakeholder.

Più in particolare, la pubblicazione del Bilancio Socio-Ambientale è risultata di grande importanza per presentare il punto di vista della Banca sulle tematiche ambientali e sociali e per prospettare le collegate politiche di gestione e i correlati assetti organizzativi. Sotto questo profilo, analizzando la strada fin qui percorsa e puntualmente rappresentata nelle precedenti edizioni del bilancio in questione, è agevole cogliere una forte linea di continuità nell'azione e un progressivo sviluppo quantitativo e qualitativo delle leve attraverso le quali la Banca e il Gruppo interpretano e gestiscono la responsabilità sociale.

A fare da cornice al quadro descritto mancava, peraltro, un'organica rappresentazione della visione di medio-lungo termine che da sempre ispira l'azione della Banca e del Gruppo relativamente ai profili sopra indicati.

Così, a fine 2004, ha avuto inizio l'elaborazione del Piano Strategico di Responsabilità Sociale che, in coerenza con il Piano Industriale di Gruppo, dal quale sono stati attinti l'impianto logico e l'orizzonte temporale di riferimento, ha definito gli obiettivi di fondo e gli impegni verso cui gli amministratori, il management e le strutture operative delle banche e delle società del Gruppo devono indirizzare il proprio operato nei campi della salvaguardia dell'ambiente e della tutela del sociale.

La complessiva filosofia del suddetto Piano è stata trasfusa in questa edizione del Bilancio Socio-Ambientale, in particolare passando, con riferimento agli obiettivi perseguiti e ai risultati conseguiti, da una classificazione per tema ad una classificazione per aree di responsabilità, queste ultime rappresentate da governance, economia, stakeholder (al loro interno suddivisi in personale, clienti, fornitori e società) e ambiente.

Analizzando gli enunciati per singola area, appare evidente l'enfasi posta sui processi e sui prodotti.

Relativamente ai processi, si tratta della conferma di una linea d'indirizzo perseguita da sempre, come comprovano i numerosi attestati di qualità ad oggi conseguiti dal Gruppo e la continua ricerca da parte dello stesso di adeguare i propri processi organizzativi e di relazione agli standard certificativi in uso.

Con riferimento al 2004, esempi del primo tipo sono stati l'ottenimento dello standard ISO 9001 da parte dei processi formativi della Banca Monte dei Paschi di Siena e il riconoscimento dello standard di qualità ambientale 14001 a MPS Banca per l'Impresa, mentre esempi del secondo tipo possono essere considerati l'estensione a MPS Banca per

L'Impresa della certificazione SA8000 a suo tempo rilasciata a MPS Banca Verde e l'adesione alla stessa norma della Banca Monte dei Paschi di Siena relativamente alle politiche di selezione e di valutazione dei fornitori.

Un'iniziativa di natura diversa, ma in qualche misura riconducibile al tema dei processi in quanto volta a rafforzare la qualità e la trasparenza delle relazioni con la clientela, può essere considerata l'attivazione di "Consumer Lab". L'iniziativa in parola si fonda su un protocollo d'intesa, siglato nel novembre 2004 dalla Banca e da undici Associazioni di Consumatori, avente per oggetto l'istituzione di un laboratorio congiunto per lo studio e per lo sviluppo di interventi volti a migliorare il rapporto con la clientela, quali, ad esempio, la definizione di linee guida per una migliore informativa e per una migliore contrattualistica. Consumer Lab è il primo "laboratorio" di confronto e di dialogo permanente fra una banca e i rappresentanti dei consumatori.

Come si accennava in precedenza, l'altra fondamentale linea dell'azione di responsabilità sociale portata avanti dal Gruppo nel 2004 ha riguardato i prodotti e i servizi.

Con riferimento ai prodotti di finanziamento, gli interventi più significativi hanno riguardato il varo di uno specifico progetto, denominato "Terzo settore", destinato al mondo *non profit* e la conclusione della fase preparatoria del "Progetto Microcredito", un'iniziativa realizzata dalla Banca Monte dei Paschi di Siena insieme alle principali istituzioni della provincia di Siena. L'avvio della fase operativa del Progetto è previsto entro il 2005, proclamato dall'ONU "anno internazionale del microcredito".

Per quanto riguarda i prodotti di investimento, merita ricordare lo sviluppo dell'operatività dei "fondi etici", ideati per gli investitori che desiderano coniugare profittabilità e rispetto dei valori socio-ambientali nelle proprie scelte di impiego del risparmio. In particolare sono da sottolineare il lancio di un nuovo prodotto armonizzato, denominato Ducato Etico Fix, e la complessiva crescita intervenuta nella raccolta netta e nel patrimonio gestito relativi al "Sistema Ducato Etico", articolato su tre fondi comuni. Nel 2004, per la gestione dei fondi che compongono il suddetto "sistema" è stato anche istituito un Comitato Etico indipendente ed è stata attivata una collaborazione con un uno dei maggiori operatori a livello mondiale nel comparto degli investimenti socialmente responsabili.

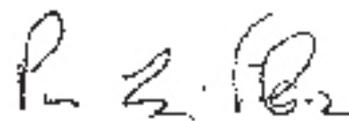
Sul tema più generale della responsabilità sociale sono anche da segnalare, come eventi particolarmente significativi del 2004, la permanenza del titolo della Banca Monte dei Paschi di Siena nel paniere dei valori mobiliari che concorrono alla formazione dei più accreditati indici etici del mondo (Dow Jones Sustainability Index World, FTSE4Good Europe Index, FTSE4 Good Global Index, Ethibel) e la costituzione, in seno alla Capogruppo, del Comitato per la Responsabilità Sociale d'Impresa.

Il Comitato in parola, composto da quattro membri del Consiglio di Amministrazione, dal Presidente del Collegio Sindacale e dal Direttore Generale e aperto alla partecipazione di dirigenti del Gruppo e di consulenti esterni, rappresenta l'evoluzione naturale dell'Advisory Board che ha operato negli anni 2001-2003 e ha il compito di svolgere funzioni consultive e propositive nei confronti degli organi amministrativi e del management per la realizzazione di iniziative volte alla salvaguardia dell'ambiente, alla soddisfazione del cliente, allo sviluppo professionale delle persone ed alla tutela degli interessi di tutti gli stakeholder.

Una considerazione particolare meritano anche gli interventi realizzati nel 2004 in attuazione del Decreto Legislativo 231/2001, che ha introdotto nell'ordinamento nazionale il concetto di responsabilità amministrativa dell'impresa in relazione ad eventuali reati commessi, nel suo interesse, da soggetti ad essa riconducibili. Sotto questo profilo si segnalano l'attivazione nella Capogruppo di uno specifico modello organizzativo, che prevede un sistema di controllo e disciplinare idoneo a rilevare e sanzionare il mancato rispetto delle misure in esso indicate e, in questo ambito, l'attribuzione della funzione di vigilanza al Comitato per il Controllo Interno.

Alle descritte iniziative di ordine generale riferibili alla Capogruppo si accompagnano, infine, le specifiche azioni di responsabilità sociale promosse dalle banche e dalle società del Gruppo. Di queste azioni, alcune delle quali rammentate in precedenza, il Bilancio Socio-Ambientale continua, come in passato, a dare opportuno conto.

In estrema sintesi, dalla lettura dei fatti e delle iniziative del 2004 emerge la realtà di una Banca e di un Gruppo fortemente impegnati nella salvaguardia dell'ambiente e nella tutela del sociale in linea con la loro storia e in coerenza con un sistema di valori da sempre improntato ai principi richiamati. Una Banca e un Gruppo che continuano a fare dell'attenzione a tali principi un tratto peculiare e caratterizzante della complessiva strategia aziendale.



Pier Luigi Fabrizi

GUIDA ALLA LETTURA

Il Bilancio Socio-Ambientale rende conto delle azioni di responsabilità sociale attuate dalla Banca e misura la coerenza con cui essa agisce conformemente ai propri valori ed ai principi sostenuti, contemperando armonicamente obiettivi di sostenibilità:

- **economica**, per accrescere il valore economico della Banca in maniera durevole nel tempo;
- **sociale**, per agire nel rispetto delle aspettative dei propri stakeholder;
- **ambientale**, per minimizzare gli impatti diretti e indiretti della propria attività sull'ambiente, contribuendo alla sua tutela.

Il Bilancio Socio-Ambientale costituisce non solo uno strumento di comunicazione, ma anche uno strumento di gestione utilizzato dalla Banca per monitorare i progressi ottenuti e coinvolgere i propri stakeholder, rendendoli maggiormente partecipi dei progetti e delle iniziative che la Banca attua, al fine di migliorare e rafforzare il proprio profilo di responsabilità sociale.

Contenuti e ambito di rendicontazione

Il Bilancio Socio-Ambientale 2004 è stato predisposto prendendo a riferimento il "Modello di redazione del Bilancio Sociale per il settore del Credito" proposto dall'Associazione Bancaria Italiana, in collaborazione con IBS - Istituto Europeo per il Bilancio Sociale e le "Sustainability Reporting Guidelines" del Global Reporting Initiative. Rispetto al precedente esercizio, per la redazione sono state utilizzate anche le indicazioni emerse dal progetto "CSR - Social Commitment" del Ministero del Welfare e, per descrivere organicamente le attività che hanno una "ricaduta sociale" positiva sulla collettività, dal modello LBG - London Benchmarking Group.

Il documento è articolato nelle seguenti sezioni:

- **profilo del Gruppo**, in cui sono presentati la Banca ed il Gruppo MPS, ne sono illustrate la storia e l'identità, ne è descritto l'assetto organizzativo e indicato l'orientamento strategico;
- **governance e responsabilità sociale**, dedicata ai valori, ai principi di responsabilità sociale ed ai sistemi di gestione introdotti per il governo delle tematiche di sostenibilità del Gruppo;
- **relazione economica**, ove sono riportate le informazioni economiche-finanziarie rilevanti e lo schema della determinazione e distribuzione del valore aggiunto generato dalla Banca;

- **la Banca e i suoi stakeholder**, in cui sono riportati i dati e le informazioni riguardanti le relazioni tra la Banca e i suoi stakeholder; in particolare, nel Bilancio si riportano per la prima volta le risultanze delle attività di ascolto e dialogo con gli stakeholder attuate nel corso del 2004;
- **relazione ambientale**, in cui sono descritti gli impatti ambientali, diretti e indiretti, della Banca;
- **obiettivi e risultati raggiunti**, con l'evidenza dei risultati raggiunti nel 2004 e l'indicazione degli obiettivi di miglioramento per la futura gestione;
- **le altre banche commerciali**, che illustra le attività di responsabilità sociale di Banca Toscana S.p.A. e Banca Agricola Mantovana S.p.A.;
- **accreditamento dei dati**, che contiene l'attestazione di conformità della società di revisione KPMG.

Si precisa che le informazioni sugli aspetti organizzativi, strategici e programmatici (prima e seconda sezione) si riferiscono al Gruppo, mentre le informazioni contenute nelle restanti sezioni riguardano specificamente la Banca e, in taluni casi, sono integrate con la descrizione di attività realizzate da altre Società del Gruppo, nella prospettiva di ampliare progressivamente il perimetro di rendicontazione.

Si è inoltre ritenuto utile riportare una sintesi delle attività di responsabilità sociale delle altre due più rilevanti banche commerciali del Gruppo: Banca Toscana e Banca Agricola Mantovana.

Caratteristiche dei dati

I contenuti del documento sono stati raccolti ed elaborati dall'apposito "Gruppo di Lavoro per il Bilancio Socio-Ambientale", costituito dal 2002 e composto da rappresentanti delle diverse aree funzionali della Banca. I dati sono stati estratti dalle basi informative utilizzate nella gestione ordinaria e nella contabilità delle attività aziendali; parte di essi è esposta anche nel Bilancio d'esercizio, al quale ci si può riferire per un approfondimento, in particolare, delle informazioni relative ad aspetti di carattere economico e finanziario.

La misura delle prestazioni ambientali deriva generalmente da rilevazioni dirette. Alcuni dati, peraltro, sono ricavati attraverso procedure di analisi campionaria e processi di estrapolazione. Tutti i dati si riferiscono al 2004 e, ove possibile, sono raffrontati con quelli del precedente esercizio. Inoltre, alcune informazioni qualitative riguardano eventi significativi intervenuti nei primi mesi del 2005.

PROFILO DEL GRUPPO MPS

“ Nel segno della
nostra tradizione,
aperti al cambiamento
e all’innovazione,
vogliamo essere
protagonisti dello
scenario bancario
nazionale ed
europeo. ”

- 6 • Identità
- 8 • Modello organizzativo
- 9 • Presenza territoriale
- 11 • Strategie e principali fatti del 2004

IDENTITÀ

CINQUE SECOLI DI STORIA

LA MISSIONE

- Creare valore per gli azionisti, nel breve come nel lungo termine, ponendo attenzione prioritaria alla soddisfazione dei clienti, allo sviluppo professionale delle persone, agli interessi di tutti gli stakeholder.
- Essere modello di riferimento nel panorama bancario italiano in continua evoluzione, affermando la posizione di leadership del Gruppo MPS quale primario Gruppo nazionale con proiezione europea.
- Sviluppare il senso di appartenenza al Gruppo, valorizzando nel contempo le differenze culturali e mantenendo un forte radicamento di ciascuna azienda nel territorio in cui opera.

1472

Il Monte dei Paschi di Siena, la più antica banca del mondo, ebbe origine nel 1472 per volere delle Magistrature repubblicane e fu espressamente istituito per dare aiuto alle classi più disagiate della popolazione in un momento particolarmente difficile per l'economia locale.

La sua attività, in ideale prosecuzione delle grandi tradizioni commerciali e creditizie della città di Siena, ebbe una rapida evoluzione in senso tipicamente bancario, specie a seguito delle riforme del 1568 e del 1624.

In particolare, lo Statuto del 1624 varò l'adozione di progredite strutture operative che legarono ancor più strettamente l'attività del Monte dei Paschi di Siena all'economia dell'area di insediamento.

Da questa riforma la Banca acquisì anche la propria denominazione.

1624

Infatti, in tale circostanza, il Granduca Ferdinando II di Toscana concesse ai depositanti del Monte la garanzia dello Stato, vincolando a tale scopo le rendite dei pascoli demaniali della Maremma (i cosiddetti "Paschi"). Il Monte dei Paschi estese gradatamente la sua attività ad aree sempre più vaste della Toscana e al momento dell'unificazione d'Italia si presentò come una delle più solide strutture bancarie nazionali, iniziando nuove attività - tra cui il credito fondiario, prima esperienza in Italia - e operando in un crescente numero di regioni.

1936

Nel 1936 il Monte dei Paschi di Siena, a riconoscimento della sua natura giuridica pubblicistica, fu ufficialmente dichiarato Istituto di credito di diritto pubblico ed ebbe un nuovo Statuto, che, pur con diverse modifiche successivamente apportate, è restato in vigore fino al 1995, quando una nuova, profonda trasformazione istituzionale è intervenuta nella plurisecolare vita della Banca.

1995

Con Decreto del Ministro del Tesoro dell'8 agosto 1995 si è data origine a due enti: la Fondazione Monte dei Paschi di Siena e la Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. Il primo ente ha per scopo statutario il perseguimento di finalità di assistenza e beneficenza, nonché di utilità sociale nei settori della ricerca scientifica, dell'istruzione, dell'arte e della sanità, soprattutto con riferimento alla città ed alla provincia di Siena, ed è la diretta prosecuzione dell'originario Monte dei Paschi. Nel secondo, Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., a capo dell'omonimo Gruppo, confluisce l'azienda bancaria che svolge attività creditizie, finanziarie ed assicurative.

1999

Il 25 giugno 1999 la Capogruppo quota le proprie azioni alla Borsa Valori di Milano.

2004

La quotazione segna una tappa fondamentale sul sentiero del rafforzamento dimensionale e competitivo del Gruppo, che nel successivo quinquennio registra una crescita generalizzata ed equilibrata delle attività (da 97,322 a 129,368 miliardi di euro + 33%), della raccolta complessiva (da 140,811 a 191,782 miliardi di euro + 36%), del patrimonio (da 4,427 a 6,465 miliardi di euro + 46%), degli sportelli in Italia e all'estero (da 1.590 a 1.854 + 17%) e dei dipendenti (da 25.324 a 26.622 + 5%).

IL GRUPPO MPS

La Banca Monte dei Paschi di Siena è oggi a capo di un Gruppo (il Gruppo MPS) di rilevanti dimensioni, attivo sull'intero territorio nazionale e sulle principali piazze internazionali, con un'operatività che spazia dall'attività bancaria tradizionale al risparmio gestito (fondi comuni d'investimento mobiliari, gestioni patrimoniali, fondi pensione e polizze vita), dall'investment banking alla finanza innovativa d'impresa (project finance, merchant banking, consulenza finanziaria), con una particolare vocazione verso le famiglie e le piccole e medie imprese.

Con circa 27.000 dipendenti, oltre 1.800 filiali ed un'articolata struttura di canali di distribuzione, il Gruppo presta i propri servizi a circa 4,5 milioni di clienti.

Tratto caratteristico del Gruppo MPS è il forte radicamento territoriale delle aziende bancarie che ne fanno parte, da cui discende il costante impegno a coniugare il perseguimento degli obiettivi della crescita e della creazione del valore, propri di ogni impresa orientata al mercato, con il sistema dei valori espresso dai territori e dalle comunità di riferimento.

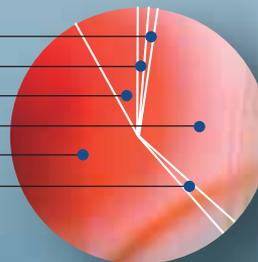
ALCUNI DATI DEL GRUPPO MPS

	2003	2004
Filiali *	1.874	1.854
Filiali Italia	1.836	1.824
Filiali e uffici all'estero	38	30
Dipendenti	26.881	26.622
Totale attivo (milioni di euro)	122.989	129.368

* La diminuzione è sostanzialmente legata all'accorpamento dei presidi specialistici di MPS Banca Verde e MPS Merchant, a seguito della fusione in MPS Banca per l'Impresa.

Utile per area di attività

Attività internazionali **1,1%**
 Riscossione tributi **1,4%**
 Investment banking **8,0%**
 Commerciale Retail **34,2%**
 Commerciale Corporate **53,3%**
 Commerciale Private **2,0%**



MODELLO ORGANIZZATIVO

Dal punto di vista organizzativo, il Gruppo MPS si configura quale entità finanziaria, creditizia e assicurativa integrata e multimercato, caratterizzata da un'architettura che si fonda su quattro pilastri:

- una struttura centrale di coordinamento direzionale e gestionale, rappresentata dal **Corporate Center**, operante all'interno della Capogruppo, la Banca Monte dei Paschi di Siena;
- una struttura di produzione, costituita dalle **Società Prodotto**, dedicate allo sviluppo di strumenti finanziari specialistici da offrire al mercato;
- una struttura di distribuzione, composta dalle **Unità di Business**, rappresentate dalle reti bancarie di Banca Monte dei Paschi di Siena, Banca Toscana, Banca Agricola Mantovana e dalla rete di promozione finanziaria;
- una **struttura di servizio**, costituita dalle società e dagli uffici posti a presidio delle attività informatiche e immobiliari e delle altre attività di supporto al business.

IL MODELLO ORGANIZZATIVO DEL GRUPPO MPS

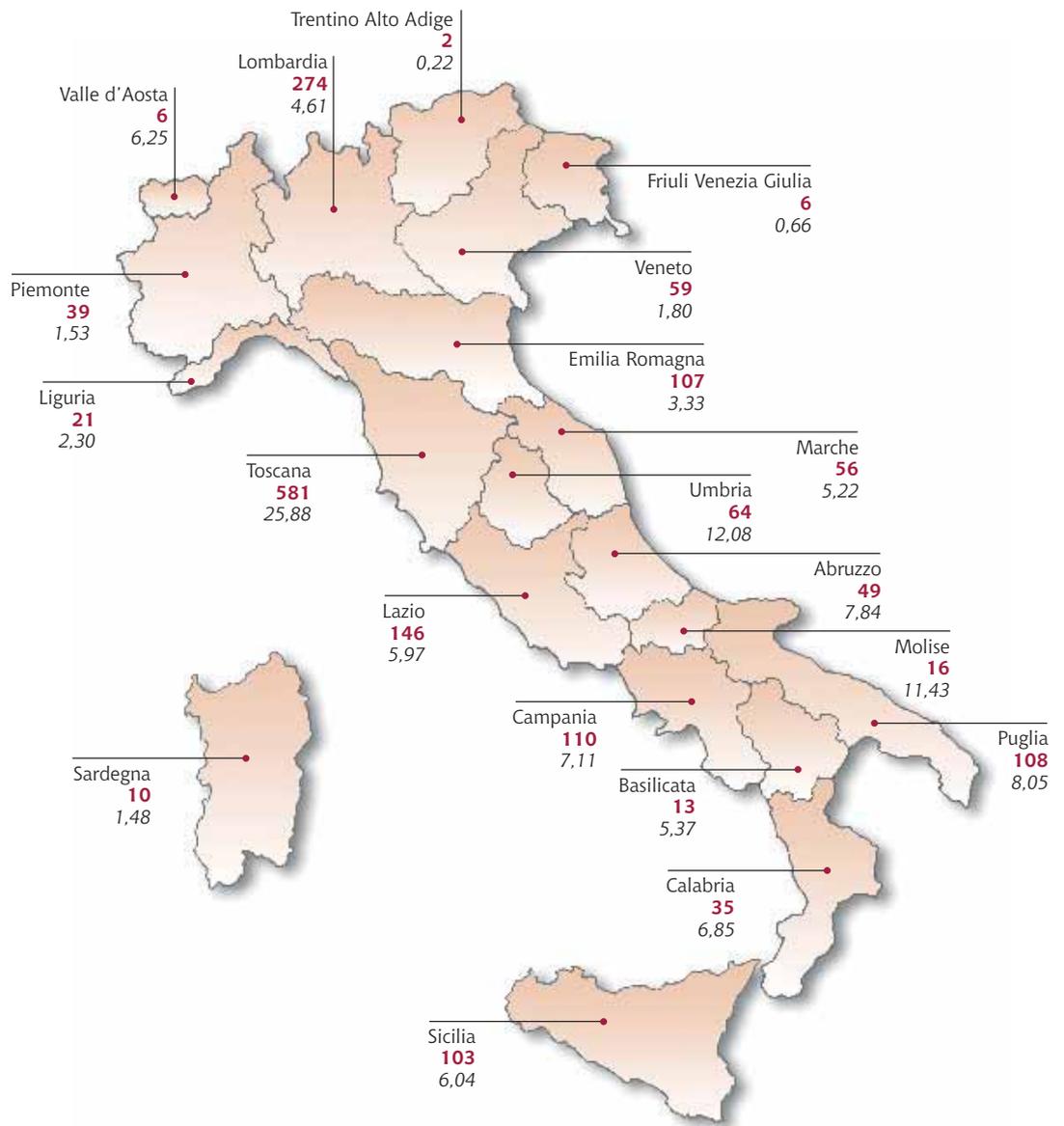


Il Gruppo Bancario e le altre società controllate e collegate sono esposti nel pieghevole del presente documento.

Altre attività di interesse del Gruppo, in un'ottica di ottimizzazione delle sue performance complessive, sono in particolare costituite dai servizi di riscossione tributi e dall'operatività estera.

PRESENZA TERRITORIALE

GLI SPORTELLI DEL GRUPPO IN ITALIA



LE BANCHE COMMERCIALI

(sportelli al 31.12.04)

Banca MPS	1.099
Banca Toscana	416
Banca Agricola Mantovana	289

QUOTA DI MERCATO DEL GRUPPO MPS
(% sportelli sul totale nazionale)

5,85

Legenda

- n° filiali
- quota di mercato
(% sportelli sul totale regionale)

LA RETE ESTERA

La rete estera del Gruppo è composta da filiali, uffici di rappresentanza e sussidiarie. Si avvale inoltre di italian desk e customer desk per fornire adeguata assistenza bancaria, finanziaria e commerciale alla propria clientela.

Nel 2004 la rete ha continuato ad essere interessata dal processo di razionalizzazione avviato l'anno precedente, orientato a valorizzare il ruolo di supporto e di assistenza alla clientela italiana.

Relativamente alla presenza diretta è stato definito un piano che prevede il mantenimento del presidio delle più importanti piazze finanziarie estere ed il riorientamento del Gruppo sui mercati più interessanti ed a maggiore potenziale di crescita, individuati in alcune aree del Mediterraneo, dell'Europa centro-orientale e dell'Estremo oriente. In coerenza con questi indirizzi sono state assunte le decisioni della prossima chiusura delle filiali di Madrid e Singapore e dell'apertura degli uffici di rappresentanza di Casablanca, Canton e Mumbai.

Il Gruppo è altresì presente sui principali mercati internazionali mediante accordi di collaborazione con entità bancarie e finanziarie internazionali grazie ai quali offre un supporto completo alla propria clientela in Paesi quali Spagna, Portogallo, Brasile, Marocco, Polonia, Cile.

	LA RETE EUROPEA	LA RETE EXTRA EUROPEA
Filiali	Londra Madrid* Francoforte	New York Singapore* Honk Kong
Banche	Monte Paschi Banque (Francia) Banca Monte Paschi Belgio	
Rappresentanze	Istanbul Mosca	Il Cairo Pechino Shanghai** Tunisi Algeri Mumbai*** Canton*** Casablanca***

* *In fase di chiusura*

** *In corso di trasformazione in filiale operativa*

*** *In corso di apertura*

STRATEGIE E PRINCIPALI FATTI DEL 2004

Il Piano Industriale 2003-2006, disponibile sul sito www.mps.it, alla sezione "Investors", ha la finalità di porre il Gruppo MPS in condizione di:

- affrontare con successo le nuove sfide dello scenario competitivo;
- mantenere autonomia strategica;
- rafforzare la posizione di primario gruppo nazionale con proiezione europea;
- realizzare un deciso sviluppo sia attraverso un'ulteriore crescita interna ed esterna, sia tramite la razionalizzazione degli assetti attuali;
- creare una sensibile e duratura crescita di valore per i propri azionisti.

In ottemperanza alle disposizioni del Piano, anche il 2004, per il Gruppo MPS, è stato caratterizzato da importanti iniziative di riassetto societario e da un'intensa attività progettuale.

Gli interventi organizzativi, volti a rafforzare il posizionamento del Gruppo in alcuni mercati di rilievo strategico, a semplificare le relative modalità di governo e ad ottimizzare l'impiego del capitale, hanno riguardato, in sintesi:

- la fusione per incorporazione della Banca C. Steinhauslin nella Capogruppo, nel contesto di una più generale riorganizzazione del Private Banking di Gruppo;
- la costituzione di MPS Banca per l'Impresa, nata dalla fusione per incorporazione di MPS Banca Verde in MPS Merchant e dalla scissione a favore di quest'ultima del ramo di azienda di MPS Finance relativo ad alcune attività di corporate finance;
- la cessione delle controllate Banca Monte Paschi Suisse SA e Banca Monte Paschi Channel Islands Ltd e la liquidazione della controllata MPS Commercial Paper Co (Delaware);
- il piano di riorganizzazione delle società di diritto irlandese, attraverso la fusione tra Monte Paschi Ireland Ltd (ex 121 Financial Services Ltd) e Mantovana Ireland Ltd;
- la ristrutturazione di Banca 121 PF che ha assunto la denominazione di MPS Banca Personale S.p.A., ridefinendo la propria operatività e rilanciando l'offerta di consulenza finanziaria alle famiglie.



Per quanto concerne l'attività progettuale, in attuazione del Piano Industriale di Gruppo, sono stati avviati ed in parte conclusi circa 40 progetti, principalmente finalizzati allo sviluppo della produttività commerciale, al miglioramento dell'efficienza operativa e all'ottimizzazione della gestione dei rischi. Tra questi si evidenziano il progetto relativo alla prima erogazione creditizia per la clientela "small business" e lo sviluppo di metodologie e strumenti per l'allocazione del capitale in ottica di creazione di valore (Value Based Management).

RISULTATI D'ESERCIZIO

Un utile netto consolidato di 513,7 milioni di euro, in crescita del 16,1% rispetto al 2003, lo sviluppo dei volumi operativi (impieghi +5,7%, raccolta diretta +4,9%, risparmio gestito +2,7%) ed i progressi fatti registrare dai principali aggregati reddituali (margine d'interesse in lieve progresso rispetto al 2003 e risultato di gestione +5,6%) evidenziano i positivi risultati conseguiti dal Gruppo MPS nell'esercizio 2004.

RISULTATI D'ESERCIZIO (milioni di euro)	2003	2004
Crediti verso clientela	74.405	74.394
Raccolta diretta	82.338	86.345
Risparmio gestito	42.264	43.421
Risparmio amministrato	63.674	62.016
Utile netto	442,5	513,7
ROE (%)	8,3	8,6

GOVERNANCE E RESPONSABILITÀ SOCIALE

“ La Responsabilità Sociale
d'Impresa costituisce aspetto
qualificante del nostro modello
di Corporate Governance.

Intendiamo rendere
ulteriormente trasparente
la nostra gestione nei confronti
dei portatori di interesse ed
aumentare nel tempo
il ritorno sull'investimento,
a beneficio di tutti
gli azionisti.”

- 14 • Valori e principi
- 16 • Governance
- 20 • Gestire la Responsabilità Sociale

VALORI E PRINCIPI

Perseguire la sostenibilità, ovvero agire nel rispetto dell'ambiente, della qualità della vita e, più in generale, della centralità della persona, è un processo continuo di miglioramento, che negli ultimi anni il Gruppo MPS ha sviluppato con crescente convinzione, nel riconoscimento dei positivi effetti che, nell'ottica di medio-lungo periodo, essa produce sull'azienda, soprattutto in termini di migliori relazioni con gli stakeholder.

Il percorso seguito ha avuto inizio con l'esplicitazione dei valori che da sempre orientano la condotta negli affari ed i comportamenti individuali all'interno del Gruppo. Essi sono stati raccolti in una "Carta dei Valori", approvata dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo nell'ottobre del 2000, che annovera tra gli altri, in particolare, il valore dell'**etica della responsabilità**, inteso come "impegno ad essere sempre orientati al servizio, all'integrità e alla trasparenza, alla correttezza negli affari, alla salvaguardia dell'ambiente e al rispetto di tutte le persone".

VALORI

- **Etica della responsabilità**

Riferire ogni comportamento all'etica della responsabilità, che impegna ad essere sempre orientati al servizio, all'integrità e alla trasparenza, alla correttezza negli affari, alla salvaguardia dell'ambiente ed al rispetto di tutte le persone.

- **Orientamento al cliente**

Sviluppare l'ascolto e quindi l'attenzione alle relazioni con i clienti, migliorando la qualità dei servizi forniti e la customer satisfaction attraverso una costante attenzione all'efficienza e all'efficacia nei processi di produzione e di erogazione dei servizi stessi.

- **Attenzione al cambiamento**

Cultivare l'attenzione propositiva verso il futuro, l'apertura all'innovazione e la flessibilità nello svolgere il proprio lavoro, valorizzando nel contempo i punti di forza derivanti dalla tradizione.

- **Imprenditività e proattività**

Tenere comportamenti imprenditivi a tutti i livelli di responsabilità, anticipando i problemi, avanzando proposte e soluzioni, assumendo responsabilità adeguate al proprio livello professionale.

- **Passione per le competenze professionali**

Essere un modello di riferimento attraverso lo sviluppo di "best practices" e una concezione della professione orientata alla formazione e all'autosviluppo delle competenze chiave, sia individuali che aziendali.

- **Spirito di squadra e cooperazione**

Comunicare per mantenere e sviluppare lo spirito di squadra migliorando la cooperazione, la condivisione delle competenze e la capacità di aiutare gli altri: l'obiettivo è di essere attori responsabili, al fine di ricercare e favorire il successo di Banca Monte dei Paschi di Siena, nel rispetto dei suoi presupposti etici.

Detti valori sono stati quindi declinati nei principi guida della politica di responsabilità sociale dell'azienda, attraverso:

L'ADOZIONE DI CODICI INTERNI

- Codice di Comportamento del Settore Bancario e Finanziario
- Codice interno di Autodisciplina
- Regolamento interno in materia di responsabilità amministrativa delle imprese, ex D.Lgs. 231/2001
- Carta della Politica Ambientale

L'ADESIONE A DICHIARAZIONI D'IMPEGNO

- UNEP-FI - Iniziativa degli istituti finanziari nell'ambito del Programma Ambientale delle Nazioni Unite
- Global Compact delle Nazioni Unite
- Finanza e sviluppo sostenibile - World Business Council for Sustainable Development
- Rispetto dei principi di Social Accountability 8000.

PRINCIPI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE

SVILUPPO SOSTENIBILE

- Approccio proattivo allo sviluppo sostenibile

AMBIENTE

- Prevenzione degli impatti ambientali
- Promozione di attività e tecnologie per la tutela dell'ambiente
- Diffusione della cultura e della sensibilità ambientale

DIRITTI UMANI

- Rispetto dei diritti umani e promozione della loro tutela

LAVORO

- Pari opportunità professionali
- Opposizione a qualsiasi forma di discriminazione
- Tutela della salute e della sicurezza
- Condizioni di benessere e buone relazioni nel lavoro

CORRETTEZZA E TRASPARENZA

- Completezza e chiarezza delle informazioni alla clientela
- Trasparenza nelle relazioni con gli stakeholder
- Diligenza e professionalità nel lavoro
- Riservatezza e tutela nel trattamento dei dati e delle informazioni

OPPOSIZIONE AD ATTIVITÀ CRIMINOSE

- Contrasto a qualsiasi forma di corruzione
- Lotta al riciclaggio ed alle attività terroristiche

“
 Intendiamo continuare ad interpretare la Responsabilità Sociale d'Impresa con la stessa intensità con cui lo facciamo da oltre 500 anni. Tutti noi, insieme, sentiamo questo impegno, da una parte come un obbligo morale che ci deriva dalla nostra grande tradizione umanistica, dall'altra come una scelta individuale compiuta ogni giorno con entusiasmo e determinazione.”

GOVERNANCE

CORPORATE GOVERNANCE

Il modello di corporate governance adottato dalla Capogruppo è conforme alle previsioni del Codice di Autodisciplina delle Società Quotate (per una sua completa descrizione si rimanda al Bilancio d'Esercizio 2004 ed alla relazione sulla Corporate Governance, disponibili nel sito www.mps.it, alla sezione "Investors").

Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione si compone di 16 membri, nominati dall'Assemblea degli azionisti del 23 aprile 2003, per metà su proposta della Fondazione MPS e per gli altri su proposta di 70 azionisti della Banca riuniti in un patto parasociale.

Tutti i Consiglieri sono da considerarsi amministratori non esecutivi ed indipendenti.

- Non esecutivi, in quanto nessuno di essi ricopre funzioni direttive nella Banca ed inoltre non è presente la figura dell'Amministratore Delegato.
- Indipendenti, in quanto tutti hanno dichiarato di non intrattenere, direttamente o indirettamente, rapporti economici rilevanti con la Banca o con le sue controllate, ovvero di non avere rapporti partecipativi di entità tale da permettergli di esercitare il controllo o un'influenza notevole sulla Banca stessa, ovvero di non essere familiare stretto di soggetti che si trovino in una o più di dette condizioni. Tale requisito viene periodicamente valutato dal Consiglio di Amministrazione.

REMUNERAZIONE C.d.A. (migliaia di euro)

	2003	2004
Compenso totale	2.120	2.183
Compenso medio	132	136

La remunerazione dei Consiglieri, stabilita dall'Assemblea Generale annuale degli azionisti, è strutturata in tre componenti: compenso annuo (che costituisce la quota maggioritaria), gettoni di presenza per la partecipazione alle riunioni, rimborso di eventuali spese di trasferimento e soggiorno. Non è prevista alcuna forma di remunerazione legata ai risultati economici della Banca o al raggiungimento di determinati obiettivi, neppure sotto forma di piani di stock option.

Nel 2004 hanno avuto luogo 33 riunioni del Consiglio di Amministrazione.



Comitato Esecutivo

Composto da 8 Consiglieri di Amministrazione, il Comitato esercita potere decisionale in materia di personale, partecipazioni, erogazione del credito, contenzioso, spese generali e conti economici.

Nel 2004 si sono tenute 48 riunioni del Comitato Esecutivo.

Altri Comitati

Tramite specifiche delibere consiliari sono stati istituiti, con attribuzioni di funzioni consultive e propositive nei confronti del Consiglio di Amministrazione, i seguenti Comitati:

- Remunerazione
- Controllo Interno
- Comunicazione
- Responsabilità Sociale d'Impresa (vedasi il capitolo "Gestire la Responsabilità Sociale - Organizzazione", a pagina 22).

Non è stato invece istituito un Comitato per le Nomine. Le elezioni dei membri del Consiglio di Amministrazione avvengono con il sistema del voto di lista.

OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE

La Banca ha adottato un proprio codice di comportamento per le operazioni con parti correlate, a sua volta declinato nella normativa interna.

Nel 2004 le operazioni tra la Banca MPS e le parti correlate del Gruppo sono state effettuate sulla base di valutazioni di reciproca convenienza economica e, comunque, a valori di mercato. Lo stesso è avvenuto per le operazioni concluse con le altre parti correlate. Nessuna di dette operazioni ha comportato obblighi di informativa al mercato ai sensi dell'art. 71 bis del Regolamento Consob n. 11971.

L'incarico di revisione contabile del Bilancio d'Impresa e del Bilancio consolidato viene conferito dall'Assemblea degli Azionisti ad una Società esterna, nei rapporti contrattuali con la quale viene evitata l'insorgenza di qualsiasi possibile forma di conflitto d'interesse.

INTERNAL DEALING

La Banca ha adottato un proprio codice sul tema dell'internal dealing (disponibile nel sito www.mps.it, alla sezione "Investors"), le cui norme sono finalizzate ad assicurare trasparenza alle operazioni sulle azioni e sugli altri strumenti finanziari quotati della Banca e delle sue controllate e sui prodotti, anche non quotati, connessi agli stessi, eseguite da cosiddette "Persone Rilevanti" (Amministratori, Sindaci, Direttori Generali, ecc.).

TRATTAMENTO DI INFORMAZIONI RISERVATE

Riguardo al tema della comunicazione al mercato di informazioni “price sensitive”, in grado cioè di influenzare sensibilmente il prezzo degli strumenti finanziari quotati, la Banca adotta uno specifico regolamento interno che stabilisce le norme comportamentali inerenti alla riservatezza delle informazioni e dei dati societari.

GESTIONE DEI RISCHI E CONTROLLI INTERNI

Gestione dei rischi

I principi base che caratterizzano il processo di risk management nella Banca e nel Gruppo MPS si fondano su una chiara e netta distinzione di ruoli e responsabilità tra le funzioni di controllo ai vari livelli.

In particolare:

- Il Consiglio di Amministrazione definisce il grado di avversione al rischio complessivo e quindi i limiti operativi di riferimento.
- Il Collegio Sindacale ed il Comitato per il Controllo Interno valutano il grado di efficienza e di adeguatezza del sistema dei controlli interni, con particolare riguardo al controllo dei rischi.
- La Direzione Generale garantisce il rispetto delle politiche e delle procedure in materia di rischi.
- Il Comitato Rischi del Corporate Center valuta i livelli-profili di rischio e le performance rischio-rendimento raggiunti, definendo conseguentemente le policies in materia di risk management.
- L'Area Controlli Interni del Corporate Center definisce le regole inerenti al sistema dei controlli interni, verificandone costantemente l'applicazione.
- Il Servizio Risk Management del Corporate Center definisce le metodologie integrate di analisi per la misurazione del complesso dei rischi incorsi, al fine di garantire un'accurata misurazione ed un costante monitoraggio degli stessi.

Nel 2004, in particolare, sono proseguite le attività volte all'ottimizzazione della gestione dei rischi di credito e al miglioramento del presidio dei rischi di mercato e operativi, sulla base delle indicazioni contenute nell'Accordo Basilea 2.

Controlli interni

Il sistema dei controlli interni opera nel rispetto della normativa civilistica e di vigilanza, nonché degli altri dettami normativi peculiari del sistema bancario.

Attraverso un'attenta analisi dei processi aziendali, il sistema ricerca costantemente l'ottimizzazione dei presidi di controllo, con l'obiettivo di minimizzare i connessi rischi operativi.

Il sistema, inoltre, recepisce le indicazioni contenute nell'Accordo Basilea 2 in tema di gestione dei rischi creditizi, di mercato ed operativi, attraverso uno specifico Comitato interno.

RESPONSABILITÀ AMMINISTRATIVA

Il Decreto Legislativo 231/2001 ha introdotto nell'ordinamento nazionale il concetto di responsabilità amministrativa dell'impresa in relazione ad eventuali reati commessi, nel suo interesse, da soggetti ad essa riconducibili. In particolare, il legislatore ha ritenuto di dover sanzionare i reati concernenti la truffa e la malversazione ai danni dello Stato e degli enti pubblici e l'indebita percezione di erogazioni pubbliche.

Allo scopo di prevenire la commissione dei reati sopra indicati, in coerenza con i principi di etica, trasparenza e correttezza, che ispirano l'attività dell'azienda in rapporto alla pubblica amministrazione, già compendiate nei codici di condotta interni, dal 1 aprile 2004 è attivo nella Capogruppo un apposito modello organizzativo, che prevede un sistema di controllo e disciplinare idoneo a rilevare ed a sanzionare il mancato rispetto delle misure in esso indicate.

In particolare, la funzione di vigilanza viene svolta dal Comitato per il Controllo Interno, la cui autonomia ed indipendenza, già garantita dal fatto di essere composto da amministratori indipendenti e non esecutivi, è ulteriormente garantita dall'attribuzione al medesimo di specifici poteri di iniziativa e di controllo.

Nel 2004, nell'ambito delle circa 200 visite ispettive interne che hanno interessato le filiali in cui sono attivi Servizi di Tesoreria e/o Cassa per conto di amministrazioni pubbliche, sono stati effettuati oltre 700 controlli sull'operatività e sulla documentazione (convenzioni, poteri di firma, ordinativi, bilanci, ecc.). Le poche anomalie rilevate, tutte di natura non significativa, non hanno comportato la necessità di interventi sostanziali.

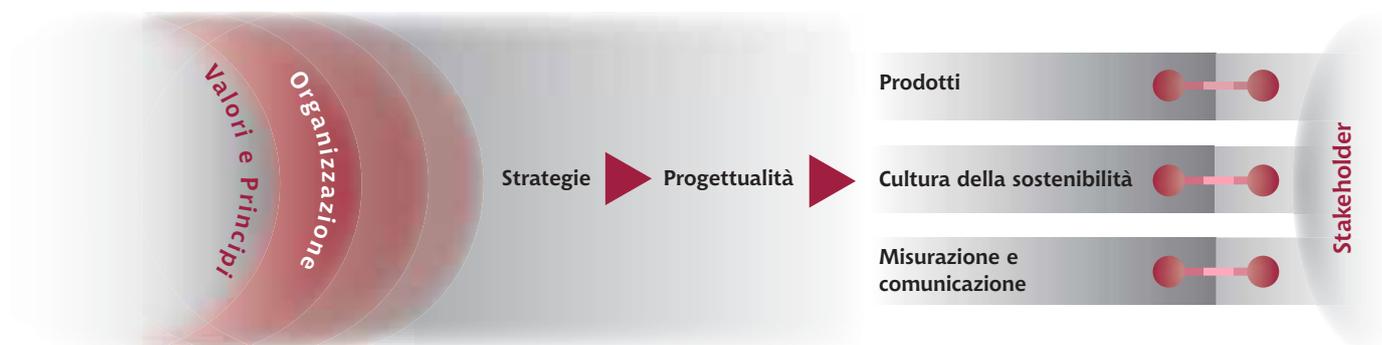


GESTIRE LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Per tradurre in pratica i principi della responsabilità sociale ed esprimere con coerenza i valori enunciati, proseguendo nell'impegno ad operare verso l'efficace realizzazione di modelli e stili di business maggiormente apprezzabili dagli stakeholder, il Gruppo MPS ha intrapreso, in anni recenti, un percorso di progressiva integrazione delle dimensioni sociali ed ambientali in ogni sua attività.

In coerenza con i più generali indirizzi strategici del Gruppo, è stata a tal fine attivata una politica d'intervento, proseguita anche nel 2004, che ha riguardato:

- le strategie e la progettualità
- l'organizzazione
- i prodotti
- la cultura della sostenibilità
- la misurazione e la comunicazione della responsabilità sociale



STRATEGIE E PROGETTUALITÀ

Per conferire maggiore organicità alle attività della Banca e del Gruppo MPS in campo socio-ambientale è stata avviata, nel 2004, l'elaborazione di un **Piano Strategico di Responsabilità Sociale**, da realizzare secondo un programma a medio termine volto ad integrare la responsabilità d'impresa nei processi di pianificazione strategica.

La prima fase del lavoro ha riguardato l'analisi dei punti di forza e dei livelli di coerenza fin qui espressi dalle aziende del Gruppo, anche sulla scorta delle indicazioni emerse dalle operazioni di rating etico-sociale e dal dialogo e confronto con gli stakeholder. È seguita un'indagine conoscitiva dell'approccio del management aziendale ai temi sociali ed ambientali, effettuata mediante interviste individuali e workshop tematici con rappresentanti delle funzioni di Corporate Center ed esponenti delle Società controllate. Sono stati così individuati i punti di forza che hanno finora caratterizzato l'operato del Gruppo rispetto alle principali "sfide etiche" del settore finanziario ed alcuni margini di miglioramento, che hanno consentito di definire gli impegni e le azioni di sostenibilità da realizzare.

Il Piano Strategico di Responsabilità Sociale – Schema generale



Nel 2005, la cornice strategica così definita sarà tradotta in un programma operativo che, relativamente a ciascuna area di responsabilità sociale (governance, personale, clienti, comunità, ambiente), esprima in dettaglio gli scopi da perseguire e le misure da attuare, nell'intento di migliorare la capacità del Gruppo MPS di coniugare il sistema valoriale dell'azienda e le aspettative degli stakeholder con l'irrinunciabile finalità di ottimizzazione delle performance economico-finanziarie.

Dialogos

Dialogos è il nome del progetto di responsabilità sociale di Monte Paschi Asset Management SGR, la Società di Gestione del Risparmio del Gruppo MPS. Con questa iniziativa, realizzata in collaborazione con OSIF, l'Osservatorio sulla Sostenibilità d'Impresa e della Finanza, la SGR ha l'obiettivo di definire idonei presupposti valoriali ed organizzativi per poter praticare, in modo coerente e sinergico con gli obiettivi d'impresa, i principi etici e di rispetto per tutti gli stakeholder, che da sempre ne ispirano l'operato.

Nel 2004 sono stati formalizzati i valori ed i principi di riferimento per l'azienda ed è stato istituito un Comitato Etico, con lo scopo di elaborare le strategie di responsabilità sociale dell'azienda e di verificare costantemente l'eticità della sua gestione sulla base di criteri e regole che troveranno esplicitazione in uno specifico Codice Etico.

ORGANIZZAZIONE

Affinché da tutte le attività del Gruppo traspaiano con evidenza i criteri della sostenibilità, le responsabilità sulla tematica dovranno gradualmente essere integrate in quelle più generali di ciascuna area organizzativa.

In tale prospettiva sono state attivate specifiche strutture interne.

Comitato per la Responsabilità Sociale d'Impresa

Composto da quattro Consiglieri di Amministrazione, dal Presidente del Collegio Sindacale, dal Direttore Generale e aperto alla partecipazione di dirigenti del Gruppo e consulenti esterni, svolge funzioni consultive e propositive nei confronti del Consiglio di Amministrazione della Capogruppo per la realizzazione di iniziative volte alla salvaguardia dell'ambiente, alla soddisfazione del cliente, allo sviluppo professionale delle persone ed alla tutela degli interessi di tutti gli stakeholder. Il Comitato, istituito nell'ottobre del 2004, rappresenta un'evoluzione dell'Advisory Board, Organo consultivo esterno operativo negli anni 2001-2003.

Membri del Comitato per la Responsabilità Sociale d'Impresa

Luca Fiorito (*Coordinatore del Comitato*)
Saverio Carpinelli (*Consigliere di Amministrazione*)
Girolamo Strozzi (*Consigliere di Amministrazione*)
Andrea Pisaneschi (*Consigliere di Amministrazione*)

Ai lavori del Comitato partecipano:

Emilio Tonini (*Direttore Generale*)
Giuseppe Vittimberga (*Presidente del Collegio Sindacale*)

Compiti del Comitato per la Responsabilità Sociale d'Impresa

- Individuare i principi etico-sociali ed ambientali da proporre al Consiglio per la definizione delle politiche di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) del Gruppo MPS.
- Curare l'elaborazione di Codici Etico-Comportamentali, da sottoporre all'approvazione del Consiglio.
- Esaminare il Piano Strategico di RSI predisposto dalle competenti funzioni di Banca MPS e valutarne la coerenza con le politiche di RSI definite, prima dell'inoltro del documento al Consiglio per la relativa approvazione, indicandone le priorità e le modalità di attuazione.
- Indirizzare l'integrazione dei principi della RSI nelle attività di Banca MPS e sovrintendere all'implementazione dei Sistemi di Gestione inerenti agli aspetti ambientali, sociali ed etici.
- Sovrintendere alla realizzazione del Bilancio Socio-Ambientale ed alle rilevanti iniziative di comunicazione della responsabilità sociale di Banca MPS.
- Fornire, su richiesta del Consiglio, pareri sulle scelte di investimento e di finanziamento di Banca MPS, valutandone la coerenza con le politiche di RSI definite e le potenziali ricadute sociali e reputazionali.
- Sostenere la continua crescita della cultura aziendale sui temi della RSI e la sua promozione all'esterno, anche attraverso l'adesione ad associazioni, organismi e forum attivi in tali ambiti.
- Svolgere ulteriori compiti attribuitigli dal Consiglio.

Area Corporate Responsibility e Logistica

Inserita nella struttura di Corporate Center del Gruppo MPS, attraverso il suo Settore Politiche Ambientali, cura il coordinamento delle politiche socio-ambientali, in particolare attraverso l'impostazione di efficienti sistemi di gestione, la promozione di attività di sensibilizzazione e formazione del personale e l'attuazione di specifiche iniziative di comunicazione e dialogo con gli stakeholder, tra cui la redazione del Bilancio Socio-Ambientale.

“

Intendiamo promuovere attivamente la Responsabilità Sociale d'Impresa attraverso le nostre capacità e le nostre risorse, anche umane e professionali. Ce lo indicano la nostra storia, la nostra Identità e l'essere uno dei maggiori Gruppi bancari del Paese.

”

MPS Banca per l'Impresa

È la Banca del Gruppo MPS che, sulla base dell'esperienza dell'incorporata MPS Banca Verde, opera come società specializzata nell'offerta di prodotti e servizi alle imprese, in particolare nei settori dell'energia e della protezione dell'ambiente. Attraverso il proprio "Ufficio Consulenza e Ambiente", la Società offre inoltre ad Enti locali, imprese, associazioni, consorzi pubblici e privati, assistenza e consulenza per il conseguimento di standard e certificazioni di qualità, di prodotto, di processo, ambientali ed etici.

Comitato Etico di MP Asset Management SGR

Comitato che svolge funzione consultiva per la Direzione della Società di Gestione del Risparmio del Gruppo MPS, a garanzia di una sempre maggiore responsabilità dell'impresa e, in particolare, dell'eticità delle sue scelte d'investimento. I componenti del Comitato, in parte interni all'organizzazione, sono rappresentativi degli interessi dei clienti, dei dipendenti, degli azionisti e della collettività in genere.

Membri del Comitato Etico di MP Asset Management SGR

Membri effettivi

Stefano Bellaveglia	Vice Presidente Banca MPS
Franco Belli	Università di Siena - Preside Facoltà di Economia
Francesco Cesarini	Università Cattolica di Milano - Facoltà di Economia
Laura Galli	Adiconsum
Simona Capece	Università di Siena (Coordinatrice del Comitato)
Pierluigi Ansuinelli	MP Asset Management SGR

Membri consultivi

Roberta Castellarin	Milano Finanza
Lorenzo Dilena	Borsa e Finanza
Francesco Maggio	Il Sole 24 Ore
Massimo Cerniglia	Adusbef
Annamaria Romano	Consiglio Direttivo FISAC
Sebastiano Maffettone	Università di Roma Tor Vergata

Sistemi di gestione

La gestione di temi chiave per la responsabilità sociale dell'Azienda, come la qualità dei processi interni e di relazione con il pubblico, la salvaguardia dell'ambiente e la tutela dei lavoratori, è improntata ai canoni della massima integrazione ed efficienza e viene, ove possibile, conformata ai principali standard certificativi. La Capogruppo è stata tra le prime aziende di credito in Italia a realizzare un Sistema di Gestione di Qualità, ottenendo nel 2002 la certificazione ISO 9001 per alcuni servizi alla clientela.

Il settore della riscossione tributi, per i servizi di fiscalità locale, ed altre Società del Gruppo, in particolare Banca Toscana, MPS Banca per l'Impresa, hanno intrapreso analoghi percorsi. La politica ambientale del Gruppo ha trovato specifica applicazione nella Capogruppo ed in MPS Banca per l'Impresa attraverso l'attivazione e la certificazione di sistemi di gestione dedicati: Banca MPS ha ottenuto la certificazione ISO 14001 nel 2003, mentre già nel 2002 l'ex "MPS Banca Verde" aveva conseguito la certificazione ISO 14001 e, prima banca in Europa, la registrazione ai sensi del Regolamento EMAS.

SISTEMI DI GESTIONE QUALITÀ, AMBIENTE, ETICA – Le certificazioni del Gruppo MPS

	Anno	Attività
Qualità – ISO 9001		
Banca MPS	2002	Mutui per la clientela privata. Servizi di banca diretta. Servizi di tesoreria e cassa per le amministrazioni pubbliche.
	2004	Servizi di tesoreria e cassa per le amministrazioni locali. Servizi di formazione per il personale. Servizio di riscossione tributi.
Banca Toscana	2000	Servizi d'intermediazione con l'estero.
MPS Banca per l'Impresa	2004	Progettazione ed implementazione di sistemi di gestione innovativi, di qualità, per l'ambiente e la responsabilità sociale in favore di imprese ed enti.
Ambiente – ISO 14001/EMAS		
Banca MPS	2003	Servizi di gestione operativa della Direzione della Banca e della rete commerciale (ISO 14001).
MPS Banca per l'Impresa*	2002	Erogazione del credito, servizi di corporate finance, consulenza alle imprese e agli enti e fornitura di servizi alla pubblica amministrazione (14001 ed EMAS).
Etica – SA 8000		
MPS Banca per l'Impresa*	2004	Erogazione del credito, servizi di corporate finance, consulenza alle imprese e agli enti fornitura di servizi alla pubblica amministrazione.

* Certificazioni conseguite da MPS Banca Verde e confermate nel 2005 per MPS Banca per l'Impresa.

In materia di tutela dei lavoratori e dei diritti umani, ad una tradizionale attenzione riservata a tali temi nell'ambito delle relazioni sindacali, l'impegno del Gruppo MPS ha conosciuto, negli ultimi anni, una maggiore formalizzazione a livello internazionale attraverso l'adesione al Global Compact e la pubblica dichiarazione di rispetto dei principi della norma Social Accountability 8000. A questo proposito, nel giugno del 2004 l'ex "MPS Banca Verde" ha ottenuto, prima banca al mondo, la certificazione SA 8000, poi estesa, come tutte le altre attestazioni conseguite, a MPS Banca per l'Impresa.

PRODOTTI

Correttezza, trasparenza ed orientamento al cliente sono principi che il Gruppo MPS considera basilari in ogni attività di progettazione ed erogazione dei propri prodotti e servizi. Allo scopo di intensificare costantemente il rapporto fiduciario con la clientela, con particolare riguardo ai consumatori ed ai piccoli risparmiatori, viene perseguito l'efficientamento delle reti commerciali attraverso lo sviluppo e l'applicazione di modelli di servizio e la diffusione, tra gli addetti al pubblico, della cultura dell'ascolto e della relazione. Allo stesso tempo, vengono perseguiti gli obiettivi di:

- aumentare la comprensibilità dei prodotti, rendendone più chiara, trasparente e puntuale l'informativa;
- accrescere i livelli di accessibilità ai prodotti e servizi bancari, specie da parte delle fasce più deboli di clientela;
- riuscire a soddisfare al meglio le aspettative e le propensioni sociali della clientela, proponendo sul mercato idonei strumenti di risparmio e di investimento etici.

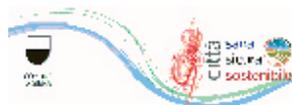
Per una descrizione dei principali prodotti e servizi del Gruppo MPS a supporto di progetti ed iniziative con significative ricadute sociali ed ambientali si rimanda ai Capitoli "Società - Iniziative di business socialmente responsabili", a pagina 87, e "Impatti ambientali indiretti", a pagina 109.

“ Con i nostri strumenti di risparmio e di investimento vogliamo incontrare le aspettative e le propensioni sociali della clientela. ”

CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ

Lo sviluppo e la diffusione della cultura della sostenibilità tra il personale e gli altri stakeholder del Gruppo MPS, nonché la condivisione con i medesimi della funzione sociale che attiene all'Azienda, sono le necessarie condizioni affinché l'impegno verso una crescente responsabilità d'impresa possa produrre i risultati attesi.

L'AGENDA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DI SIENA



Nel giugno del 2004 un gruppo di 20 dipendenti del Corporate Center ha partecipato ad un workshop formativo, articolato in due sessioni, sui temi dello sviluppo sostenibile, realizzato in collaborazione con l'Ufficio Agenda 21 del Comune di Siena. L'iniziativa si inserisce nell'ambito del Progetto "Agenda 21 Locale di Siena" (www.comune.siena.it/agenda21), che il Comune ha intrapreso da alcuni anni con l'obiettivo di promuovere nel proprio territorio processi di sviluppo in grado di tutelarne la salute, la sicurezza e la sostenibilità. Nel workshop sono state affrontate e dibattute dai partecipanti le questioni sociali di maggiore rilievo per un'istituzione finanziaria, sviluppando interessanti spunti di riflessione per il Forum cittadino, al quale spetterà il compito di definire i criteri di sostenibilità da integrare nella pianificazione comunale.

Le tematiche sociali ed ambientali sono, pertanto, oggetto di capillare comunicazione interna e trovano sempre maggiore spazio nell'offerta formativa aziendale, nell'intento di ottenere dal personale, anche in tali ambiti, i più alti livelli di coinvolgimento e partecipazione.

L'house organ Filo Diretto ed il portale intranet sono tra i principali strumenti del Gruppo utilizzati per tali finalità; nell'ambito di questo ultimo è stata attivata nel 2004 una specifica sezione "Ambiente e Sviluppo Sostenibile".

Qualità, trasparenza, etica della responsabilità, rispetto dell'ambiente, valorizzazione delle persone sono alcuni dei temi della sostenibilità sociale ed ambientale d'impresa che, anche nel 2004, sono stati oggetto di interventi formativi di base e specialistici.

Per quanto concerne l'opera di sensibilizzazione nei confronti degli stakeholder, essa viene attuata attraverso varie modalità di comunicazione e di relazione: dall'attività convegnistica, alle testimonianze nelle sedi di master e corsi universitari, al sostegno ed alla partecipazione a network, forum e gruppi di lavoro sulle tematiche inerenti alla responsabilità sociale d'impresa.

Inoltre, rivestono in tale senso particolare importanza le partnership attivate con varie associazioni ed organismi attivi nella promozione di uno sviluppo rispettoso della società e dell'ambiente. Per una descrizione delle iniziative di maggior rilievo realizzate nel 2004 si rimanda al capitolo "Relazioni con gli stakeholder".



I PARADIGMI DEL VALORE: la good governance nel settore finanziario e assicurativo - la sfida dell'etica, della trasparenza e della fiducia

Roma, 15 ottobre 2004

Il Forum Montepaschi Vita è un appuntamento annuale di riflessione e di confronto tra i vertici degli operatori finanziari e assicurativi italiani ed europei, le istituzioni, i centri di analisi ed i vari stakeholder, coinvolti su temi chiave legati al filo conduttore dei nuovi paradigmi del valore. L'evento, organizzato dal polo assicurativo del Gruppo MPS in collaborazione con l'International Association for the Study of Insurance Economics (Geneva Association) e l'Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici (Ania), in questa terza edizione ha voluto focalizzare un tema complesso, quale il legame tra profitto, etica e fiducia in una fase di ridefinizione di meccanismi di mercato e di sistemi di regole a tutela di azionisti e stakeholder. Gli operatori assicurativi, per il loro ruolo di "gestori di rischi", non in ultimo anche sociali, sono chiamati come e più degli altri a pensare e ricercare nuovi modelli e meccanismi di "good corporate governance" e di responsabilità sociale di impresa, in termini di nuove regole del gioco ed equilibri tra capitale sociale, capitale ambientale e capitale umano. Il Forum si è impegnato a rileggere in chiave propositiva, nelle sue sessioni di lavoro, i rischi e le opportunità che il contesto assicurativo si troverà a fronteggiare nei complessi scenari riguardanti le emergenti responsabilità di tipo sociale.

“ Ricerchiamo costantemente la conformità a modelli di governance in grado di assicurare il migliore equilibrio tra crescita del profitto, rispetto dell'ambiente e benessere sociale. ”

Partecipiamo e sosteniamo:

Le Associazioni



www.unepfi.org

Iniziativa del Settore Finanziario in seno al Programma Ambientale delle Nazioni Unite (UNEP-FI) avente lo scopo di sviluppare e promuovere nelle aziende un equilibrato rapporto tra la crescita economico-finanziaria e la salvaguardia dell'ambiente.



www.unglobalcompact.org

Programma di azione delle Nazioni Unite che invita le imprese ad impegnarsi a conformare le loro politiche e i loro comportamenti a dieci principi universali nelle aree dei diritti umani, delle tutela dei lavoratori, della salvaguardia dell'ambiente e della lotta alla corruzione.



World Business Council for Sustainable Development

www.wbcsd.ch

Associazione internazionale di 175 imprese che condividono l'impegno per una crescita economica bilanciata con le esigenze di tutela ambientale e di progresso sociale.



www.csreurope.org

Network di 60 imprese europee che si propone di promuovere lo sviluppo di pratiche di business socialmente responsabili.



www.sodalitas.it

Partner italiano di CSR Europe, opera per la responsabilità sociale d'impresa ed il trasferimento di cultura manageriale alle organizzazioni senza scopo di lucro.



OSIF
OSSERVATORIO SULLA SOSTENIBILITÀ
DELL'IMPRESA E DELLA FINANZA www.osif.it

Consorzio senza fini di lucro con l'obiettivo di promuovere la cultura della responsabilità sociale all'interno del mondo imprenditoriale italiano. Il Gruppo partecipa attraverso Monte Paschi Asset Management SGR.

Forum per la Finanza Sostenibile



www.finanzasostenibile.it

Associazione senza scopo di lucro facente parte del network europeo EuroSIF, ha come missione la promozione della cultura dello sviluppo sostenibile presso la comunità finanziaria italiana. Il Gruppo partecipa con MPS Banca per l'Impresa.

Le iniziative



Etica e Mercato è un'iniziativa coordinata da Adiconsum finalizzata alla promozione della domanda ed al miglioramento della qualità dell'offerta nel campo degli investimenti socialmente responsabili.



La scuola, nata dalla collaborazione tra l'Editoriale "La Nuova Ecologia" e il Centro per lo Sviluppo Sostenibile di Legambiente, ha sede a Rispecchia (GR), ove promuove attività di formazione specialistica sulle tematiche ambientali.



www.globalcompactitalia.org

Progetto che il Ministero degli Affari Esteri italiano ha attivato in collaborazione con l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) a sostegno della diffusione tra le imprese italiane dei principi del Global Compact dell'ONU. Banca MPS coopera con l'ILO alla realizzazione del Progetto "Sviluppo sostenibile attraverso il Global Compact".

Social Accountability and Consumers

Progetto coordinato da Adiconsum con l'obiettivo di definire linee guida per la redazione di un Bilancio sociale orientato alle aspettative del cliente consumatore: "SA & Co. – social accountability and consumers: reshaping CSR tool to meet the expectations of a key stakeholder".

“*Intendiamo promuovere attivamente la Responsabilità Sociale d'Impresa attraverso le nostre capacità e le nostre risorse.*”

MISURAZIONE E COMUNICAZIONE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Nell'ambito delle politiche di responsabilità sociale, una delle fasi più importanti è l'elaborazione e la gestione dei relativi indicatori, come fondamentale è la loro misurazione: è necessario infatti poter verificare la coerenza e l'adeguatezza dell'operato rispetto alle aspettative degli stakeholder.

La misurazione della responsabilità sociale avviene attraverso l'utilizzo di appositi indicatori, definiti sia in funzione della propria specificità, sia in base alle prassi ed alle linee guida e modelli di rating internazionali. Assumono determinante valore, in proposito, le indicazioni raccolte dai diversi stakeholder e correlate alle loro legittime attese: i dati, le informazioni, gli aspetti, le opportunità e le azioni che per essi appaiano più significativi.

La metodologia impostata, basata su consolidati sistemi di registrazione, affianca alla tradizionale rendicontazione economico – finanziaria un sistema informativo accessorio, ossia un set di indicatori in grado di dar conto dell'evoluzione quantitativa e qualitativa di una serie di variabili chiave per la sostenibilità, in parallelo con i principali aggregati economici. Nella raccolta e nell'elaborazione dei dati è coinvolta l'intera struttura della Banca, attraverso l'assegnazione e la distribuzione di responsabilità all'interno di un network, individuato nel Gruppo di Lavoro per il Bilancio Socio-Ambientale.

L'attività di misurazione è propedeutica ad un'altra fase importante: la comunicazione, un'attività che viene realizzata dalla Banca e dal Gruppo attraverso varie modalità, quali la partecipazione attiva a Convegni e Gruppi di Lavoro sulle tematiche della responsabilità sociale, la raccolta e la pubblicazione di interviste e testimonianze e, principalmente, attraverso il Bilancio Socio – Ambientale, il principale strumento di rendicontazione e comunicazione con gli stakeholder.

Il Bilancio Socio – Ambientale, ormai divenuto periodico appuntamento di comunicazione sia per la Banca che per altre Banche del Gruppo, quali Banca Agricola Mantovana, MPS Banca Verde (oggi MPS Banca per l'Impresa) e MPS Finance, si configura sempre più come un'occasione di riflessione, di analisi e di valutazione del quadro complessivo delle performance socio – ambientali, dei risultati raggiunti e delle sfide future, arrivando a diventare quindi, oltre che strumento di comunicazione, un importante documento di valutazione e di gestione delle attività di responsabilità sociale.

RELAZIONE ECONOMICA

“ Sentiamo la
responsabilità
di massimizzare
le nostre performance
economiche per
distribuire crescente
valore a beneficio
di tutti i nostri
stakeholder. ”

30 • Risultato di gestione
31 • Valore aggiunto

RISULTATO DI GESTIONE

Anche nel 2004 i risultati della Banca hanno avuto dinamiche positive, sia in termini di sviluppo dei volumi operativi (impieghi +5,7%, raccolta complessiva +2,3%, raccolta diretta +7,5%, risparmio gestito +1,1%), sia in termini di aggregati reddituali (risultato della gestione caratteristica in progresso del 15,7% rispetto al 2003). L'utile netto d'esercizio si è attestato a 610,5 milioni di euro, contro i 212,1 milioni del 2003.

ALCUNI DATI (milioni di euro)	2003	2004
	Gestionale *	
Crediti verso clientela	36.768	38.818
Raccolta complessiva	125.233	128.111
Risparmio gestito	28.049	28.352
Risparmio amministrato	41.671	40.103
Utile netto	212,1	610,5
Patrimonio netto	6.150	6.588
ROE (%)	5,1	10,9

* Dati ricostruiti per renderli omogenei alle variazioni di perimetro intervenute nel 2003-2004.

A seguito delle operazioni societarie che hanno interessato la Banca negli ultimi due esercizi, i relativi valori economici e patrimoniali non sono confrontabili omogeneamente. Pertanto, al fine di consentire comunque una valutazione andamentale, i conti economici sono stati ricostruiti secondo criteri gestionali, come illustrato nel Bilancio d'Esercizio 2004 disponibile nel sito www.mps.it.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO (milioni di euro)	2003	2004
	Gestionale *	
Margine di interesse	1.306,3	1.218,5
Margine da servizi	1.320,8	1.253,8
Margine di intermediazione	2.627,2	2.472,3
Spese di personale	-906,6	-883,4
Altre spese amministrative	-826,8	-810,0
Totale spese amministrative	-1.733,4	-1.693,4
Risultato lordo di gestione	893,8	778,9
Rettifica di valore su immobilizzazioni immateriali e materiali	-96,8	-81,1
Risultato di gestione	797,0	697,8
Rettifiche nette di valore su crediti	-394,0	-231,6
Risultato Gestione Caratteristica	403,0	466,1
Utile netto d'esercizio	212,1	610,5

* Dati ricostruiti per renderli omogenei alle variazioni di perimetro intervenute nel 2003-2004.

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO (milioni di euro)	2003	2004
ATTIVITÀ		
Cassa e disponibilità presso banche centrali e uffici postali	402	374
Crediti verso clientela	36.636	38.818
Crediti verso banche	16.687	21.076
Titoli non immobilizzati	8.435	9.238
Immobilizzazioni	11.710	11.650
Azioni o quote proprie	14	0
Altre voci dell'attivo	11.116	10.006
Totale Attivo	84.999	91.162
PASSIVITÀ		
Debiti verso clientela	50.816	55.227
Debiti verso banche	13.312	15.286
Fondi a destinazione specifica	1.020	910
Altre voci del passivo	9.218	8.609
Fondi rischi su crediti	113	113
Passività subordinate	4.370	4.429
Patrimonio netto	6.150	6.588
Totale Passivo	84.999	91.162

VALORE AGGIUNTO

PROSPETTO SINTETICO DEL VALORE AGGIUNTO* (migliaia di euro)	2003	2004
Formato "bilancio civilistico"		
Interessi attivi, commissioni attive ed altri ricavi	5.033.631	4.309.107
Ricavi	5.033.631	4.309.107
Interessi passivi, commissioni passive ed altri oneri di gestione	1.848.674	1.709.659
Altre spese amministrative	796.638	718.635
Rettifiche/riprese di valore su titoli, crediti, immobilizzazioni ed altri accantonamenti	504.211	274.312
Consumi	3.149.523	2.702.606
Valore aggiunto caratteristico lordo	1.884.108	1.606.501
Componenti straordinarie	-153.633	364.623
Valore aggiunto globale lordo	1.730.475	1.971.124
Ammortamenti	647.705	255.124
Valore aggiunto globale netto	1.082.770	1.716.000
Costo del lavoro:		
- diretto	942.596	832.897
- indiretto	219.629	199.184
Erogazioni e liberalità	1.999	1.754
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	94.706	89.578
Risultato prima delle imposte	-176.160	592.587
Variazione nel Fondo rischi bancari generali	300.000	--
Imposte sul reddito d'esercizio	97.360	17.891
Risultato d'esercizio	221.200	610.478

* I dati relativi al 2003 non sono confrontabili con quelli del 2004 in quanto nel primo trimestre 2003 sono confluiti in Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. i valori economici di Banca Toscana S.p.A. e Banca Agricola Mantovana S.p.A., a seguito della loro fusione e del successivo scorporo dell'attività bancaria.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO LORDO* (migliaia di euro)	2003	2004
Soci	68.197	107.415
Dividendi distribuiti ai soci (eccetto Fondazione)	68.197	107.415
Risorse Umane	1.162.225	1.032.081
Costo del lavoro		
- diretto	942.596	832.897
- indiretto	219.629	199.184
Collettività	102.587	158.074
Erogazioni e liberalità	1.999	1.754
Dividendi alla Fondazione per utilità sociale	100.588	156.320
Stato, enti ed istituzioni	-2.654	71.687
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	94.706	89.578
Imposte sul reddito d'esercizio	-97.360	-17.891
Sistema impresa	400.120	601.867
Accantonamenti/rettifiche su immobilizzazioni	647.705	255.124
Riserve ed utili non distribuiti	-247.585	346.743
Valore aggiunto globale lordo	1.730.475	1.971.124

* I dati relativi al 2003 non sono confrontabili con quelli del 2004 in quanto nel primo trimestre 2003 sono confluiti in Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. i valori economici di Banca Toscana S.p.A. e Banca Agricola Mantovana S.p.A., a seguito della loro fusione e del successivo scorporo dell'attività bancaria.

Distribuzione del Valore Aggiunto (anno 2004)

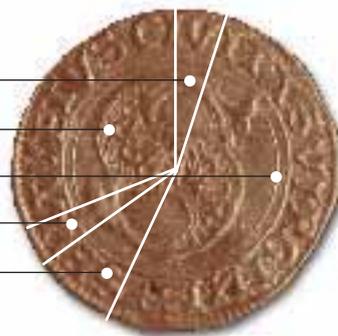
Soci **5%**

Sistema Impresa **31%**

Risorse Umane **52%**

Stato, Enti ed Istituzioni **4%**

Collettività **8%**



LA BANCA E I SUOI STAKEHOLDER

““ Comuniciamo la nostra responsabilità sociale per costruire un dialogo aperto e trasparente con gli stakeholder.

Saper cogliere le aspettative degli stakeholder è un presupposto necessario per il successo d'impresa.””

- 34 • Relazioni con gli stakeholder
- 42 • Personale
- 56 • Clienti
- 67 • Azionisti e investitori
- 73 • Fornitori
- 76 • Società

RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER

Ogni impresa è chiamata ad esprimere una responsabilità sociale nei confronti degli stakeholder, di coloro cioè che hanno delle aspettative riguardo alle sue attività, in quanto interessati, direttamente o indirettamente, dalle sue scelte e dai suoi comportamenti.



La Banca ritiene di fondamentale importanza la comunicazione e il dialogo con gli stakeholder, per realizzare un'effettiva interazione che consenta di verificare, su un piano di costante e trasparente confronto, la coerenza delle proprie attività con le loro attese. L'ascolto degli stakeholder è da sempre un tratto caratteristico della cultura aziendale. Negli ultimi anni le attività di relazione sono state ulteriormente sviluppate con l'obiettivo di migliorare la comprensione delle loro percezioni in merito alle iniziative di responsabilità sociale attuate. I risultati di tali attività costituiscono, infatti, fattori chiave del processo di miglioramento continuo dell'impegno e delle prestazioni dell'azienda in campo sociale ed ambientale.

Le relazioni con gli stakeholder sono condotte attraverso modalità diverse, quali:

- **l'ascolto** - comprende indagini di Customer Satisfaction presso la clientela, la raccolta di considerazioni e suggerimenti provenienti dai lettori del Bilancio Socio-Ambientale, ricerche sulla reputazione dell'azienda presso la clientela e la pubblica opinione, rilevazione di considerazioni dei dipendenti sulle strategie di sviluppo della Banca o sull'efficacia di specifiche iniziative;
- **il dialogo** - forma di relazione "a due vie", che si caratterizza per la disponibilità delle parti allo scambio ed alla condivisione di informazioni per il raggiungimento di reciproci benefici; fra le principali iniziative di questo tipo realizzate dalla Banca nel 2004 si ricordano il programma "Consumer Lab" ed il progetto "Etica e Mercato", più avanti descritti;

- **le testimonianze** - hanno la finalità di rilevare opinioni qualificate circa i programmi di responsabilità sociale attuati dalla Banca ed i relativi processi di comunicazione, con l'intento di ottenere utili indicazioni per le possibili azioni di miglioramento.

ASCOLTO

L'ascolto viene realizzato in forme e con finalità differenti in funzione della categoria di stakeholder interessata e dell'argomento oggetto di analisi.

In particolare, per quanto concerne i clienti, la Customer Satisfaction rappresenta lo strumento maggiormente sviluppato, che anche nel 2004 è stato impiegato diffusamente allo scopo di conoscere e misurare i livelli di qualità dei vari servizi bancari percepiti dalla clientela (vedasi il capitolo "Clienti", a pagina 61).

Tra le iniziative di ascolto dei dipendenti, oltre ai tradizionali canali di comunicazione offerti dalle Organizzazioni Sindacali ed ai consueti confronti periodici tra i lavoratori ed i responsabili delle rispettive strutture, assumono rilevanza i progetti formativi pluriennali. Rivolti a tutto il personale del Gruppo MPS, essi hanno l'obiettivo di accrescere la consapevolezza circa le strategie ed i processi di cambiamento dell'Azienda, consentendo anche alla stessa di apprendere le modalità con cui i lavoratori ne vivono i riflessi nel lavoro quotidiano (vedasi il capitolo "Personale", a pagina 43).

Indagine Eurisko sulla Responsabilità Sociale d'Impresa

Nel 2004 la Banca ha aderito alla ricerca "multiclient" effettuata da Eurisko sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa in Italia, commissionandone specifici approfondimenti su tematiche di peculiare interesse. Obiettivi della ricerca sono stati:

- analizzare il quadro delle conoscenze e degli atteggiamenti del pubblico italiano rispetto al tema della RSI, per diagnosticare il livello di informazione sull'argomento, i significati ad esso attribuiti e gli orientamenti spontaneamente associati;
- verificare quali siano, per ciascun settore economico, i pubblici di riferimento e le azioni di RSI da essi maggiormente attese ed apprezzate;
- misurare le percezioni della gente sul livello di impegno di RSI di alcune tra le maggiori aziende italiane, tra cui anche la Banca;
- testare la conoscenza e l'apprezzamento di specifici prodotti ed iniziative di RSI realizzati dalle singole aziende e da esse ritenuti particolarmente significativi.

La ricerca si è sviluppata attraverso le seguenti fasi:

- un'indagine preliminare, di natura qualitativa, condotta presso gli "opinion leader" e fra il pubblico (sono stati effettuati 12 colloqui di gruppo), con l'obiettivo di descrivere lo scenario di fondo e di enucleare le ipotesi da misurare nella successiva fase della ricerca;
- un sondaggio telefonico su un campione molto consistente e rappresentativo della popolazione italiana, per la quantificazione dei temi investigati.

Dall'universo di riferimento, rappresentato dalla popolazione italiana adulta sotto i 65 anni, sono stati selezionati, in base a criteri di stratificazione territoriale (aree geografiche e dimensione dei centri) e per quote incrociate (sesso ed età), un campione di 3.000 individui e 10 campioni di 300 persone ciascuno, relativi ad altrettante categorie economiche, tra cui anche il settore bancario. Le interviste telefoniche sono state realizzate con metodo CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*), nel periodo novembre - dicembre 2004. Alcuni risultati sono indicati sinteticamente nella comunicazione di Eurisko riportata in riquadro.

Oggetto: **Sintesi dei risultati dell'indagine Eurisko su "Gli Italiani e la Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR)"**

Le conoscenze e le aspettative degli Italiani verso la CSR

Nel corso degli ultimi anni è progressivamente aumentata - in Italia come nel resto d'Europa - la consapevolezza del peso che le imprese hanno sulla vita sociale e culturale oltre che su quella economica e produttiva. Di conseguenza, è cresciuta la domanda di un esplicito impegno a favore di una maggiore responsabilità sociale e ambientale. È opinione diffusa, sia tra gli addetti ai lavori che tra i cittadini più informati e sensibili al tema, che la CSR non sia una moda, ma un orientamento destinato a diffondersi ulteriormente nel breve e nel medio termine.

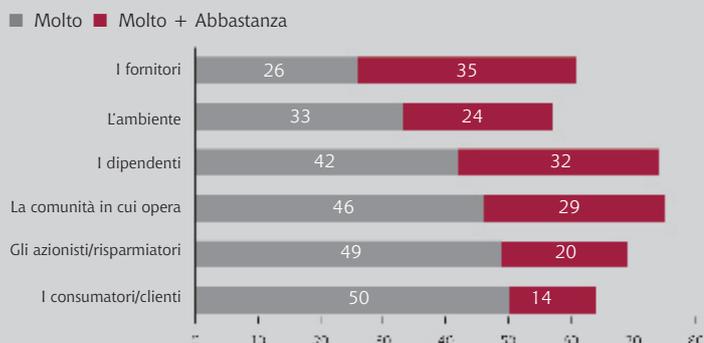
L'indagine realizzata da Eurisko nel novembre/dicembre 2004 ha indagato in profondità gli atteggiamenti e i comportamenti dei consumatori italiani nei confronti della CSR. I principali risultati emersi possono così essere sintetizzati:

- A livelli di informazione ancora modesti (solo il 30% degli italiani si dichiara oggi "molto o abbastanza informato" sul tema della CSR) corrisponde un interesse molto elevato (l'80% si dichiara "molto o abbastanza interessato" a saperne di più su quello che le imprese stanno facendo in questo ambito);
- Prevale una concezione "pro-attiva" della CSR come impegno per il miglioramento della società e dell'ambiente (65%), piuttosto che come semplice rispetto delle leggi vigenti (32%);
- I livelli di "trust" nei confronti dell'agire delle imprese sono ancora molto ridotti (il 77% dichiara di avere un atteggiamento cauto o diffidente nei confronti di quanto le imprese dichiarano in tema di responsabilità sociale), nella convinzione che nella maggioranza dei casi si tratti di "operazioni di facciata", messe in atto per migliorare la propria immagine;
- Prevale una concezione della CSR come modello organico di corporate governance, che riguarda dunque tutte le attività dell'impresa (non solo iniziative "filantropiche" messe in atto saltuariamente) e tocca la relazione con tutti i soggetti con cui l'impresa entra in relazione;
- A un livello di attese molto elevato - in particolare per quanto riguarda i comportamenti nei confronti dell'ambiente, dei dipendenti, dei consumatori e delle comunità dove l'impresa opera - corrisponde un giudizio piuttosto critico su quanto è stato sino ad oggi concretamente realizzato;

Per quanto riguarda specificamente i consumatori, le attese vanno soprattutto verso la qualità e la sicurezza dei prodotti, la veridicità e la completezza dell'informazione, la customer care e il giusto prezzo (tema di crescente rilevanza in tempi di difficoltà/incertezza economica).

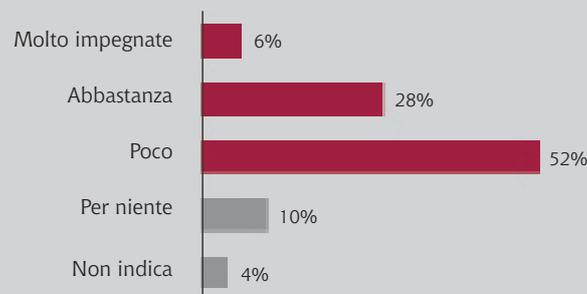
Rilevanza degli stakeholder nel settore bancario

"In quale misura, secondo lei, la Responsabilità Sociale riguarda...?"
(Base: 18-64 anni che hanno risposto per il settore bancario - n. 300)



Giudizio sul livello di impegno in RSI del settore bancario

"Secondo la sua opinione, le aziende di questo settore quanto sono impegnate nella Responsabilità Sociale...?"



Le valutazioni sulle aziende e sui settori

Le valutazioni espresse sulle singole aziende mostrano che attualmente in Italia nessuna azienda si distingue agli occhi dei consumatori italiani per un patrimonio di immagine e un posizionamento caratterizzati in termini di responsabilità sociale.

Sono emerse, tuttavia, alcune significative differenze di valutazione, che rimandano alle dimensioni dell'azienda - le piccole aziende sono considerate più responsabili delle grandi, mentre particolarmente negativo tende ad essere il giudizio sulle multinazionali - e soprattutto al settore di appartenenza: è più critico il giudizio sui settori ad elevato impatto sulla salute e sull'ambiente (il chimico, il petrolifero...) e su quelli che appaiono caratterizzati da un minor livello di trasparenza verso la clientela e da un minor controllo sulle tariffe (il bancario, l'assicurativo, le telecomunicazioni, le public utilities...).

La CSR nel Settore Bancario

Il settore bancario appare oggi particolarmente esposto nei confronti delle aspettative di responsabilità sociale da parte dei cittadini, in quanto tendenzialmente critico è oggi il giudizio nei suoi confronti. Le principali aspettative vanno verso:

- una relazione improntata ad una maggiore correttezza, chiarezza e trasparenza verso la clientela;
- una politica di tariffe/prezzi più equi e controllati e più attenta alle fasce deboli;
- un orientamento più informativo/educativo verso la clientela, in particolare per quanto riguarda le scelte in materia di gestione del denaro e di investimenti;
- un sostegno più deciso al territorio in cui la banca è presente, in particolare alle piccole e medie imprese;
- un'informazione più aggiornata sulle iniziative sostenute o messe in atto in ambito sociale e culturale;
- l'astensione dai business controversi, in particolare dal finanziamento di aziende che producono armi, tabacco ed energia nucleare.

Banca Monte dei Paschi di Siena

Nel proprio contesto competitivo, Banca Monte dei Paschi di Siena è posizionata - in termini di CSR - tra i migliori istituti di credito a livello nazionale. Le iniziative attuate - in particolare l'impegno alla riduzione dell'inquinamento ambientale, il progetto "etica e mercato" e l'astensione delle attività di supporto alla produzione e al commercio delle armi - risultano oggi note solo a una minoranza di Italiani, ma ottengono giudizi estremamente positivi tra coloro che ne sono a conoscenza, in particolare tra i segmenti più qualificati ed esigenti della clientela.

Milano, 4 luglio 2005

EURISKO NOP World S.r.l.



Paolo Anselmi
(Senior Vice President)



Eurisko NOP World S.r.l.
20149 Milano, Via Monte Rosa, 15 Telefono +39 02 43.809.1 Fax +39 02 48.14.177/48.00.95.26, info@eurisko.it
00187 Roma, Via V. Veneto, 84 Telefono +39 06 47.82.33.02 Fax +39 06 48.17.800
Capitale Sociale € 2.600.000,00 I.v. - R.E.A. Milano 1514546 - C.F. P.IVA e N° Registro Imprese 11955940157
Socio Unico - Direzione e Coordinamento: United Market Research s.a.s.l.

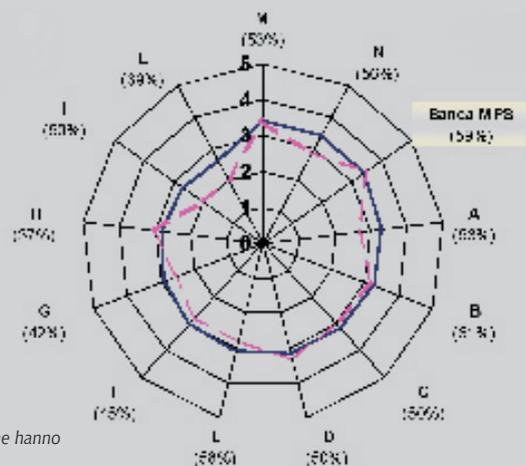
Le percezioni del pubblico sull'impegno in RSI delle principali aziende del settore bancario: i pareri dei correntisti MPS

"...quanto è impegnata nella responsabilità sociale ed ambientale?"

(Base: 18-64 anni che hanno risposto per il settore bancario - n. 300)

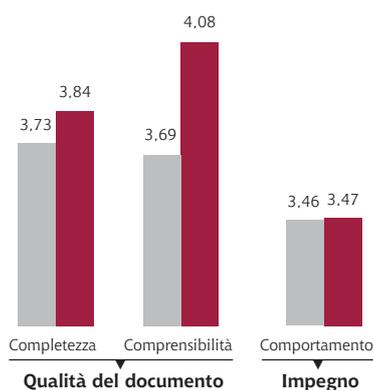
VALORI MEDI
1 = per niente
5 = molto impegnata

■ Totale
■ Correntista MPS



Bilancio Socio-Ambientale

Giudizi espressi



■ Documento 2002
■ Documento 2003

Questionario di valutazione del Bilancio Socio-Ambientale 2003

Attraverso le "schede di valutazione" inviate dai lettori del Bilancio, appartenenti alle diverse categorie di stakeholder, vengono rilevati i giudizi espressi relativamente alla qualità del documento ed all'impegno di responsabilità sociale della Banca. Anche per l'edizione 2003 le tematiche che hanno incontrato il maggiore interesse sono state quelle etico-sociali. Le valutazioni pervenute, in una scala di valori da 1 a 5, sono state le seguenti:

- la credibilità delle informazioni e dei dati riportati nel documento è stata giudicata al massimo livello in circa metà delle schede;
- la qualità del documento, in termini di completezza e comprensibilità, è stata ritenuta buona ed in miglioramento rispetto all'edizione precedente;
- l'apprezzamento dei lettori circa la responsabilità sociale dimostrata dalla Banca attraverso le sue politiche ed i suoi comportamenti si è mantenuto costante.

Attraverso le schede è stato inoltre possibile raccogliere commenti e suggerimenti utili ad orientare il processo di miglioramento continuo dell'Azienda.

DIALOGO

Investor Relations

L'attività di relazione con gli investitori anche nel 2004 è stata molto intensa, con l'obiettivo di garantire continuità e trasparenza dell'informazione sull'operatività e sulle strategie della Banca e del Gruppo MPS.

In particolare, il management del Gruppo MPS:

- ha partecipato a sei conferenze internazionali, tra cui *l'Italian Financial Services*, organizzata da Giubergia UBS Warburg a Roma e la *Southern European Banking Conference*, organizzata da Morgan Stanley a Firenze;
- ha incontrato individualmente oltre duecento tra analisti finanziari ed investitori;
- ha tenuto quattro "conference call" per la presentazione dei dati infrannuali;
- ha partecipato a numerosi "road show" nelle principali piazze finanziarie.

Sviluppo sostenibile attraverso il Global Compact

Il Gruppo MPS e l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) collaborano alla realizzazione di un ciclo di conferenze per promuovere tra le Piccole e Medie Imprese italiane il Progetto "Sviluppo sostenibile attraverso il Global Compact" (alcune si sono già tenute presso la sede MPS di Firenze, a Mantova presso la BAM ed a Tunisi). Il Progetto, finanziato dal Ministero degli Affari Esteri e realizzato dall'ILO, rappresenta una forma innovativa di sostegno e promozione del Global Compact, l'iniziativa delle Nazioni Unite lanciata dal Segretario Generale Kofi Annan nel 1999. L'adesione costituisce per il Gruppo un'importante opportunità per incontrare le aziende clienti e confrontarsi con esse sui temi della responsabilità sociale d'impresa.

LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA DEL GRUPPO MPS

In base ad un'indagine promossa da Prometeia sulla comunicazione finanziaria volontaria, il Gruppo bancario MPS è risultato quello con il migliore livello di comunicazione volontaria economico-finanziaria e strategica, a conferma della capacità di tradurre le informazioni gestionali interne utilizzate dal management in una comunicazione apprezzata dagli stakeholder.

I canali di comunicazione analizzati sono stati il Bilancio di esercizio, il Bilancio Socio-Ambientale, le presentazioni dei risultati trimestrali ad analisti finanziari ed investitori ed il materiale disponibile sui siti web.

CONSUMER LAB

Dalla collaborazione instaurata con le Associazioni dei Consumatori la Banca ha compreso come "ascoltare" il cliente possa rivelarsi molto efficace, soprattutto se applicato in via preventiva e continuativa. Si è pensato, quindi, di far evolvere la relazione instaurata con le Associazioni dei Consumatori facendola crescere di spessore e di qualità, attraverso la creazione di "Consumer Lab", un laboratorio di confronto e di dialogo fra il Gruppo MPS e le maggiori Associazioni dei Consumatori italiane.

Il laboratorio, focalizzato sul rapporto con la clientela retail, ha lo scopo di ricercare soluzioni per una prevenzione sistematica degli stati di "disagio finanziario" ed evitare situazioni conflittuali, oltre a quello di promuovere convegni, studi, ricerche, campagne educative, approfondimenti sul tema del rapporto banche-consumatori. Il Laboratorio prevede l'attivazione di quattro progetti, riguardanti:

1. lo sviluppo di programmi formativi rivolti al personale delle reti del Gruppo MPS per la migliore conoscenza e l'approfondimento delle tematiche consumeristiche;
2. la definizione di linee guida per una contrattualistica orientata al cliente alle quali il Gruppo MPS si atterrà per i contratti relativi ai prodotti e servizi finanziari;
3. l'individuazione e la progettazione di prodotti e servizi per fasce specifiche di clientela (immigrati regolari, portatori di handicap fisici, anziani, ecc.);
4. la definizione di un documento contenente linee guida per un' informativa sui prodotti e servizi finanziari orientata al cliente, alle quali il Gruppo MPS si atterrà per la diffusione degli stessi alla clientela retail.

All'iniziativa Consumer Lab sono state invitate a partecipare tutte le 17 Associazioni dei Consumatori riconosciute a livello istituzionale e, fra queste, 11 hanno deciso di aderirvi: Adiconsum, Adoc, Associazione Consumatori Utenti, Casa del Consumatore, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori Acli, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori.

La Banca, a sua volta, partecipa al progetto con i rappresentanti delle Aree di Direzione, impegnando nei diversi "cantieri", coordinati da un Vice Direttore Generale, specifiche professionalità, in relazione alle tematiche trattate.

Nel dicembre 2004 si è tenuta la prima riunione operativa di Consumer Lab e nel febbraio 2005 hanno preso avvio i Gruppi di Lavoro dei cantieri n.1 (formazione) e n.2 (contrattualistica).

Il primo Gruppo di Lavoro ha iniziato le attività incentrandosi sulla riforma previdenziale ed ha sviluppato e realizzato un prodotto formativo, rivolto ai titolari e ai gestori affluenti delle filiali, riguardante:

- lo sviluppo delle conoscenze tecnico-professionali sulla materia previdenziale e sui bisogni del cliente;
- l'ottimizzazione della gestione della relazione con il cliente, non solo in ottica di servizio, ma anche di vera e propria cura delle sue esigenze patrimoniali, contribuendo alla creazione di valore per lo stesso, nonché per l'Azienda.

Il corso di formazione prevede l'intervento, a turno, di un rappresentante di ciascuna associazione dei consumatori, che pertanto potranno tutte fornire una propria testimonianza.

Il programma di formazione interesserà, presso le diverse sedi della Banca in tutto il territorio nazionale, oltre 3.000 dipendenti. Alle altre Società del Gruppo la metodologia ed i contenuti del corso sono stati presentati tramite un apposito workshop.

Il secondo Gruppo di Lavoro si è posto l'obiettivo di:

- rivedere la contrattualistica attualmente in uso nella Banca;
- pervenire ad una semplificazione della stessa ed al miglioramento del linguaggio utilizzato;
- consentirne una maggiore facilità di lettura.

Nell'esame dei prodotti, la precedenza è stata assegnata ai conti correnti, alle carte di credito, ai bancomat, ai mutui fondiari. Il Gruppo ha in progetto la realizzazione di un "vademecum" e/o di un glossario da rendere disponibile presso gli sportelli.

Il terzo Gruppo di Lavoro ha già definito e regolamentato lo svolgimento delle sue attività.



IL RUOLO SOCIO-ECONOMICO DELLA RICCHEZZA IN ITALIA

Nel 2004 l'Area Private del Gruppo MPS ha promosso, in collaborazione con la Fondazione Censis, una ricerca sul ruolo socio-economico della ricchezza in Italia, con l'obiettivo di analizzare il grado di consapevolezza che le famiglie imprenditoriali, i professionisti ed i manager di spicco hanno rispetto all'importante funzione socio-economica ad essi riconosciuta in virtù della loro grande potenzialità di investimento di capitali e/o di gestione dei patrimoni personali a vantaggio del territorio e del Sistema Italia. Le informazioni e i dati utili alla ricerca sono stati raccolti mediante la somministrazione di appositi questionari in occasione dei numerosi convegni di carattere finanziario ed economico promossi dall'Area Private nelle principali piazze italiane. La ricerca, non solo ha consentito di acquisire una migliore conoscenza delle problematiche e dei punti di forza della cosiddetta clientela private e dei loro patrimoni, ma è stata anche l'opportunità per il Gruppo MPS di contribuire ad un'opera di sensibilizzazione dei soggetti forti dell'economia italiana ad esercitare con maggiore consapevolezza e responsabilità il proprio ruolo nella società.

Etica e Mercato

Sono state completate le attività inerenti al Progetto "Ethics & Market: Strategies for an Integrated Approach (ETHMA)", l'iniziativa finanziata dalla Commissione Europea finalizzata alla promozione della domanda ed al miglioramento della qualità dell'offerta nel campo dei prodotti e degli investimenti socialmente responsabili.

Nell'ambito di tale Progetto, la Banca ha collaborato con Adiconsum - Associazione Difesa Consumatori e Ambiente alla realizzazione di varie attività sul tema della cosiddetta finanza etica. In particolare, è stato pubblicato uno studio sullo stato dell'arte dei fondi etici in Italia ed è stato organizzato un Convegno dal titolo "Etica senza retorica" (Roma, 22 gennaio 2004), sviluppando successivamente un programma di formazione e sensibilizzazione rivolto alla clientela ed al personale addetto alla rete commerciale.

TESTIMONIANZE

La Banca ha sempre ricercato le occasioni di confronto con gli stakeholder, in particolare con le organizzazioni maggiormente attive nell'ambito della RSI. Anche attraverso la partecipazione ad iniziative, convegni e tavoli di lavoro, raccoglie le opinioni, le valutazioni ed i giudizi sul suo operato, considerati indispensabili per un più consapevole e proficuo programma di miglioramento.

Nell'occasione della redazione del presente Bilancio, ha ritenuto di aprirsi alle considerazioni dei rappresentanti di alcuni stakeholder, offrendosi alle loro riflessioni ed osservazioni.

Di seguito sono riportate due testimonianze pervenute da esponenti di Sodalitas e di Global Compact Italia.

Laura Iucci

Responsabile del Programma GLOBAL COMPACT ITALIA

La Banca MPS ha una storia di Responsabilità Sociale costellata di tappe e scelte importanti, come la recente istituzione del Comitato per la Responsabilità Sociale, che di fatto sottolinea la volontà dell'azienda di presidiare e sviluppare i temi della sostenibilità, oltre ad iniziative quali "Consumer - Lab" e la costituzione di un'apposita Società per il Microcredito, che sarà operativa entro il 2005. Una scelta determinante di MPS è comunque il disimpegno dal settore degli armamenti, iniziato nel 2000 ed esteso a tutto il Gruppo.

Un impegno, quello della Banca MPS, dimostrato anche da numerose attestazioni esterne, come la certificazione ISO 14001, per quanto concerne il suo impegno in campo ambientale, l'adesione al Social Accountability 8000 e l'inclusione negli indici di sostenibilità DJSI, FTSE4good e Ethibel.

Abbiamo molto apprezzato, poi, la decisione di Banca MPS di cooperare con noi nella diffusione dei principi del Global Compact in Italia e la scelta di farsi promotore della cultura della responsabilità sociale anche presso le proprie imprese clienti: un'ulteriore evidenza della notevole sensibilità verso le tematiche sociali ed ambientali da parte della Banca, che è stata tra le prime aziende italiane ad aderire al Global Compact prima e successivamente anche al progetto italiano. Siamo pertanto molto soddisfatti del rapporto tra Banca MPS e Global Compact Italia, sebbene sia tuttora necessario il suo impegno per continuare a promuoverne i principi presso i fornitori e fra i propri clienti corporate, in particolare tra le Piccole e Medie Imprese.

La Banca è certamente in grado, e lo ha dimostrato con i fatti, di offrire un importante sostegno al Global Compact nelle attività di sensibilizzazione, sia in Italia che nei paesi in via di sviluppo a cui è rivolto il progetto, sugli strumenti essenziali promossi in materia di responsabilità sociale delle imprese, quali lo stesso Global Compact, la Dichiarazione Tripartita dell'ILO e le Linee Guida OCSE. E siamo convinti che vale sicuramente la pena coglierne anche l'opportunità, per il bene del Sistema Italia e dei tradizionali valori che esso può esprimere nel mondo.

Ruggero Bodo*Socio fondatore SODALITAS**Co-autore con Alessandro Beda (Vice Presidente SODALITAS) de "La Responsabilità Sociale d'Impresa. Strumenti e strategie per uno sviluppo sostenibile dell'economia" – 2004, Il Sole 24 Ore.*

Per il settore finanziario le tematiche di attualità che riguardano aspetti della responsabilità sociale sono diverse: la principale riguarda l'esigenza di ristabilire un clima di fiducia tra le banche e i clienti, seriamente scosso dai recenti eventi. In particolare, un "marketing responsabile" che sia attento ai profili di rischio dei diversi strumenti proposti ed alla capacità di valutazione di alcuni segmenti di clientela. Altre tematiche si riferiscono alla preoccupazione di allineare i servizi bancari alle nuove esigenze di un contesto in evoluzione strutturale, in particolare la grande sfida della "inclusione finanziaria" di ampi settori della popolazione ora ai margini, come certe forme di lavoro atipico e la crescente componente degli immigrati.

In questo senso sono molto apprezzati e si muovono nella giusta direzione i progetti innovativi di Banca MPS, come "Consumer Lab" ed "Etica e Mercato". Ma la Banca ha anche avviato alcune interessanti sperimentazioni, in partnership con le Misericordie e le istituzioni, specialmente sul versante solidaristico delle nuove povertà, che riceveranno nuovo impulso nel 2005 dalla costituzione di una apposita Società per il Microcredito.

Da tempo Sodalitas segue con interesse il crescente impegno del Gruppo MPS nel percorso della competitività responsabile e sostenibile, che lo ha portato alla graduale realizzazione di un disegno di ampio respiro, formalizzato ora in un apposito Piano Strategico di Responsabilità Sociale presidiato da un Comitato per la RSI costituito da quattro membri del Consiglio di Amministrazione.

In alcune delle diverse dimensioni della CSR il Gruppo MPS si sforza di assumere una posizione di leadership, ad esempio nel campo dell'ambiente, dove il settore finanziario dispiega soprattutto un impatto indiretto. Con Banca Verde, il Gruppo MPS non ha esitato a ridisegnare i propri processi di base, inserendo, attraverso un modello di scoring testato su vasta scala, i fattori di rischio ambientale nelle consuete procedure di valutazione del merito di credito, promuovendo anche tra le imprese di minori dimensioni la sensibilità sui temi dello sviluppo sostenibile e dei comportamenti virtuosi.

Sodalitas conta molto sull'apporto della Banca MPS alla condivisione ed allo scambio di pratiche eccellenti, che poi rappresentano un importante stimolo alla diffusione più ampia della cultura della responsabilità sociale. La Banca fa poi parte di un benchmarking group di imprese leader impegnate in un percorso di apprendimento reciproco, a livello italiano ed europeo, su soluzioni esemplari in campo di governo e gestione della CSR.

Per fare CSR è richiesta una forte base di valori, un costante impegno, una grande coerenza ed un rilevante sforzo di innovazione: credo di poter affermare che la "via" alla responsabilità intrapresa da MPS si muova nella giusta direzione.



PERSONALE

In uno scenario caratterizzato dall'espansione dei progetti strategici, che hanno modificato l'assetto delle reti commerciali, innovando gli strumenti e le modalità di contatto con la clientela ed i processi interni, la gestione delle risorse umane è orientata con priorità a:

- assicurare la crescita delle competenze professionali (con particolare riferimento ai nuovi ruoli nel settore commerciale, in una logica di specializzazione per segmento di mercato);
- presidiare efficacemente il processo di riqualificazione delle risorse rese disponibili dalle operazioni societarie volte ad un miglioramento della produttività;
- perseguire obiettivi di contenimento dei costi, mediante interventi in grado di incidere sulla dimensione e la composizione degli organici e sulle altre componenti di spesa maggiormente significative.

CONSISTENZA E COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

	2003	2004
Forza effettiva *		
Corporate Center	978	1.131
Divisione Banca MPS	10.970	11.061
Attività internazionali **	184	172
Totale	12.132	12.364
Composizione per inquadramento		
Dirigenti	290	303
Quadri direttivi	3.014	3.167
Altro	8.828	8.894
Composizione per fasce d'età (%)		
Fino a 30 anni	9,0	9,8
Da 31 a 40 anni	32,9	31,7
Da 41 a 50 anni	33,2	33,9
Oltre 50 anni	24,9	24,6
Composizione per classi di anzianità (%)		
Fino a 10 anni	30,9	33,5
Da 11 a 20 anni	32,2	31,7
Da 21 a 30 anni	25,3	21,1
Oltre 30 anni	11,6	13,7
Composizione per titolo di studio (%)		
Laurea	23,0	26,0
Media superiore	69,0	66,7
Altro	8,0	7,3

* Aggregato che considera i "distacchi" attivi e passivi.

** Filiali e rappresentanze all'estero.

CREAZIONE DI OCCUPAZIONE E SICUREZZA DEL LAVORO

Nel 2004 è proseguito il percorso di ricomposizione degli organici, con l'obiettivo di accrescere la flessibilità gestionale del personale e di ottimizzare la relativa struttura dei costi.

ORIZZONTE FIDUCIA

È l'edizione 2004-2005 del progetto formativo pluriennale del Gruppo MPS, rivolto a tutti i dipendenti con l'obiettivo di fornire una visione omogenea ed organica delle strategie organizzative e gestionali, così da renderli consapevoli del proprio ruolo nell'ambito dei processi di cambiamento in atto.

Svolta in aula per due giorni consecutivi, questa edizione si è incentrata sul rapporto banca-cliente. Sono stati trattati argomenti di carattere tecnico (Piano industriale del Gruppo MPS, la nuova normativa sulla trasparenza, le iniziative per Patti Chiari, riforma del diritto societario) ed esplorati aspetti che riguardano gli atteggiamenti ed i comportamenti che conferiscono qualità alla relazione con il cliente, nell'ottica di coltivare rapporti di reciproca fiducia.

I corsi sono stati condotti da docenti scelti esclusivamente tra il personale, in aule formate indistintamente da giovani, personale anziano, impiegati, quadri direttivi, in cui i partecipanti hanno potuto approfondire la reciproca conoscenza ed avviare un proficuo scambio di idee e di competenze.

Per lo svolgimento dei corsi sono stati selezionati 105 dipendenti della Banca, che sono stati specificamente formati e che, in qualità di tutor, hanno poi attivato, nelle diverse sedi in tutto il territorio nazionale, numerose aule, coinvolgendo la quasi totalità del personale.

Turnover

Si registrano 582 cessazioni del rapporto di lavoro, in prevalenza riconducibili alle uscite di dipendenti ad elevata anzianità - sia a seguito dell'attivazione di appositi "strumenti tecnici" (Piani di Esodo Incentivato e Fondo di Solidarietà) sia per effetto di cessazioni - e 781 assunzioni, inclusi gli inserimenti per avvenute incorporazioni societarie. Il tasso di turnover è stato pari a 0,7%.

TURNOVER *	2003	2004
Assunzioni	109	781
Per concorso	38	443
Master	43	32
Dirette	14	5
Orfani o vedove di dipendenti deceduti	14	11
Categorie protette	0	53
Per incorporazione	0	237
Cessazioni	543	582
Dimissione	79	98
Licenziamento per giusta causa	0	3
Pensionamento	270	55
Decesso	15	14
Adesione al fondo di solidarietà	174	358
Risoluzione consensuale	5	1
Scadenza rapporto a tempo determinato	0	53
Turnover (%) **	0,6	0,7

* Dati riferiti all'organico a libro paga (14.185 nel 2004 e 14.056 nel 2003).

** Espresso come rapporto tra il numero delle dimissioni volontarie e l'organico complessivo.

FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE

La valorizzazione delle persone, quindi anche le attività a supporto del loro sviluppo, come la formazione e la gestione della conoscenza, riveste un ruolo chiave nell'attuazione delle più generali strategie del Gruppo, rappresentando, infatti, l'indispensabile premessa per il conseguimento dei risultati attesi in termini sia quantitativi che qualitativi, specie nel medio-lungo periodo.

Formazione

L'offerta formativa si caratterizza per la crescente attenzione allo sviluppo delle competenze professionali idonee a sostenere l'imprenditorialità delle persone ed a favorire la diffusione di profili e stili professionali e manageriali di alto livello.

“ Intendiamo confermarci come una delle aziende che più sanno valorizzare l'individuo, le sue qualità e le sue competenze, in un quadro di pari opportunità per tutti. Questo atteggiamento verso le persone è la determinante prima del loro approccio responsabile verso i clienti e l'ambiente sociale. ”

VALORIZZARE LE RISORSE UMANE

I Dirigenti del Monte dei Paschi si confrontano sul tema

Nel giugno 2004 è stata organizzata per tutti i dirigenti della Banca una innovativa giornata formativa, un'esperienza diversa dalla quotidiana operatività, svoltasi in uno scenario suggestivo, quale il "Borgo della conoscenza" di Camporlecchio, tra le colline senesi.

L'incontro è stato aperto dal saluto del Direttore Generale, sottolineando l'importanza dell'evento formativo, dal tema "Valorizzare le Risorse Umane".

I partecipanti sono stati suddivisi in gruppi di lavoro, ognuno dei quali impegnato su un aspetto specifico relativo alla tematica della gestione e della valorizzazione delle risorse umane: fare emergere il valore della professionalità; migliorare la relazione con la clientela; la comunicazione interna; l'affiancamento come leva strategica per lo sviluppo delle risorse umane; sviluppare un clima aziendale propositivo; valorizzare le risorse umane.

La condivisione, il confronto, lo scambio, hanno sollecitato il coinvolgimento dei partecipanti, facilitato da un clima informale, in cui la dimensione individuale è confluita pian piano in una collettiva, fatta di una visione condivisa, governata da un senso comune di appartenenza al Gruppo e dalla volontà di continuare a mettersi in gioco, come persone e come dirigenti, nella gestione del principale fattore di successo di Banca MPS: il patrimonio umano.

Con un continuo sforzo di innovazione nei contenuti e nella ricerca di un sempre più efficace bilanciamento tra i diversi possibili canali di erogazione, nel 2004 il prioritario obiettivo dell'attività di formazione è stato quello di accompagnare i cambiamenti organizzativi e commerciali attraverso la coerente evoluzione delle competenze tecnico-professionali necessarie.

L'ATTIVITÀ FORMATIVA

	2003	2004
Giornate di formazione	67.668	65.963
In aula (%)	98	93
On-line (%)	2	7
Erogate da formatori interni (%)	92	91
Formazione pro-capite (giorni)	4,8	5,3
Partecipanti (%)		
Dirigenti	0,6	2,0
Quadri direttivi	33,0	28,9
Aree professionali	66,4	69,1
Ambiti di intervento (%)		
Sviluppo di aree e famiglie professionali	66,5	77,6
Sviluppo organizzativo e gestione del cambiamento	31,3	18,0
Supporto di comunità aziendali trasversali	0,5	2,6
Tematiche socio-ambientali	1,7	1,8

La formazione di base ("Orizzonte Fiducia") ha riguardato, in particolare, i temi della trasparenza, dell'orientamento al cliente e dell'etica della responsabilità ed il relativo sistema valoriale, con l'obiettivo di fondo di rafforzare il rapporto fiduciario con la clientela.

Intensa è stata inoltre l'attività di formazione manageriale, che ha avuto una particolare focalizzazione sui temi della valorizzazione delle risorse, della relazione con il mercato e degli stili di leadership.

Sotto il profilo gestionale, con il conseguimento, nell'ottobre del 2004, della certificazione di qualità ISO 9001 per i servizi formativi, è stato completato un importante passaggio del percorso di crescita finalizzato al miglioramento continuo della qualità dei processi, che ha anche visto, tra l'altro, l'implementazione sulla rete intranet del Portale di Learning del Gruppo e lo sviluppo di un nuovo sistema per l'analisi dei bisogni formativi ed il monitoraggio dell'efficacia della formazione.

Sviluppo delle competenze

La rilevante complessità organizzativa e gli elevati livelli di specializzazione raggiunti dalla Banca, rendono necessaria l'attenta pianificazione dello sviluppo professionale delle persone, al fine di:

- garantire l'efficace copertura dei ruoli;
- perseguire l'integrazione delle competenze necessarie per la crescita dei profili manageriali;
- rispondere alle aspirazioni individuali delle persone.

Nel 2004 ha avuto avvio l'applicazione di un nuovo modello di gestione delle risorse umane basato sulle competenze, idoneo a supportare la crescita e la valorizzazione degli skill professionali e manageriali (insieme delle conoscenze, delle capacità e dei livelli di

responsabilità richiesti per ruolo organizzativo) e del potenziale individuale, attraverso l'attivazione di interventi di rafforzamento mirati e l'individuazione di percorsi professionali coerenti con le dinamiche degli assetti organizzativi.

È inoltre proseguito il cosiddetto "Progetto Talenti". Avviato nel 2002 ed orientato inizialmente all'individuazione, tramite selezione interna, di giovani laureati con i massimi punteggi, negli anni il Progetto è stato esteso alla gestione di personale ad alto potenziale, tra cui anche risorse provenienti da Master qualificati. Il Progetto, che oggi è attuato anche in altre società del Gruppo, ha lo scopo prioritario di creare un percorso di esperienze e di sviluppo di competenze, in chiave di valorizzazione professionale a beneficio di aree considerate di interesse strategico, sia nelle strutture centrali che nelle reti commerciali.

REMUNERAZIONE E PERCORSI DI CARRIERA

Nel 2004 è stato ulteriormente perfezionato il sistema incentivante, realizzando un più stretto collegamento tra livello/peso del ruolo svolto, risultati ottenuti e bonus individuali. Viene ricercata la massima oggettività e trasparenza nell'assegnazione degli obiettivi, nella misurazione delle performance e nella determinazione dei premi. Tra i parametri di valutazione assume più rilevanza il peso attribuito alle componenti qualitative, quali gli aspetti inerenti alla customer satisfaction.

In particolare, il sistema incentivante, costituito da un Premio Aziendale di Rendimento per Dirigenti e Quadri Direttivi e dagli Incentivi Economici per le Aree Professionali, è finalizzato ad accrescere i livelli di motivazione del personale ed il relativo coinvolgimento su obiettivi e strategie aziendali.

Tale sistema prevede:

- **determinazione del "montepremi" complessivo aziendale** in relazione alla compatibilità economica (redditività programmata, presidio dei costi, politiche di gestione, ecc.);
- definizione del **bonus target** come parametro di collegamento fra il sistema di incentivazione e le dinamiche del mercato retributivo nei diversi comparti di attività del Gruppo ed espresso come percentuale della Retribuzione Annuale Lorda (individuale per i Dirigenti e media di livello retributivo per i Quadri Direttivi e le Aree Professionali);
- **individuazione del mix di obiettivi** con i relativi pesi (%), al cui raggiungimento il "montepremi" è collegato, secondo questi quattro indicatori di performance:
 - **performance economico-finanziaria** (breve periodo): obiettivi prioritari del budget annuale, relativi ad aggregati patrimoniali, operativi e reddituali di pertinenza delle singole funzioni e risultato consolidato a livello di Gruppo in ottica di integrazione;
 - **rapporto con il mercato** (medio-lungo periodo): per le funzioni centrali e periferiche che operano nella filiera commerciale presenta obiettivi focalizzati sulle relazioni con la clientela, nella logica di qualità, fidelizzazione, valorizzazione, sviluppo delle relazioni e qualità del credito;
 - **sviluppo organizzativo/progettuale** (medio-lungo periodo): obiettivi basati sugli stati di avanzamento dei progetti strategici definiti dal Piano Industriale, basati su iniziative di miglioramento commerciale e di efficientamento, ecc.;
 - **crescita professionale** (medio-lungo periodo): competenze manageriali per i dirigenti ed efficacia operativa per le altre risorse;

- definizione dei **parametri di correlazione** in termini di variazione percentuale da applicare al “montepremi” in sede di consuntivo, in base agli scostamenti tra risultato ed obiettivo.

REMUNERAZIONE	2003	2004
Retribuzioni medie lorde (euro)		
Dirigenti	110.099	111.260
Quadri direttivi	52.288	51.274
Altro personale	31.619	32.242
Componente variabile (% RGA)		
Dirigenti	24,0	22,6
Quadri direttivi	8,0	7,3
Altro personale	4,0	3,7
Contributi integrativi (euro)		
	24.407.014	23.247.533
Previdenza complementare aziendale	12.077.000	11.899.048
Polizze sanitarie	7.544.546	6.650.000
Polizze infortuni	3.547.062	3.280.689
Premi di fedeltà	538.602	654.540
Erogazioni per i figli studenti	523.746	532.908
Pubblicazioni e coniazioni	176.058	230.348

L'incidenza complessiva delle componenti incentivanti sulla retribuzione globale annua (RGA) è stata circa il 22,6% per i Dirigenti, il 17,3% per i Quadri direttivi e il 3,7% per le Aree professionali.

Altro strumento integrativo della retribuzione ordinaria è rappresentato dall'erogazione di premi sotto forma di **stock granting** in relazione al raggiungimento di specifici obiettivi. Nel 2004 sono state assegnate gratuitamente al personale, con riferimento ai risultati dell'anno 2003, circa 11.600.000 azioni ordinarie della Banca.

Nel 2004 vi sono state, ai vari livelli, 1.577 promozioni (la loro ripartizione per genere è riportata nel paragrafo “Politiche di lavoro - Pari opportunità”, a pagina 47).

PROMOZIONI	2003	2004
Dirigenti	57	18
Quadri direttivi	692	735
Aree professionali	924	824
Totale	1.673	1.577

POLITICHE DI LAVORO

La Banca assicura l'impegno a conformarsi costantemente ai principi di responsabilità sociale stabiliti dalla norma internazionale SA 8000 (Social Accountability) e alle leggi vigenti in tema di:

- Lavoro minorile/infantile
- Lavoro obbligato
- Salute e sicurezza
- Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva
- Discriminazione
- Procedure disciplinari
- Orario di lavoro
- Retribuzione

L'applicazione concreta di una tale dichiarazione d'impegno, coerente anche con i principi di tutela dei diritti dei lavoratori sottoscritti pubblicamente dalla Banca attraverso l'adesione

al Global Compact delle Nazioni Unite, avvenuta nell'aprile 2002, è sostenuta attraverso un'attività di costante verifica del rispetto delle previsioni contenute su detti temi nel Contratto Collettivo (CCNL), in quello Integrativo Aziendale e nella normativa interna.

Pari opportunità

Da alcuni anni è istituita una Commissione paritetica per le Pari Opportunità, costituita tra l'Azienda e le Organizzazioni Sindacali, allo scopo di analizzare la materia ed individuare le possibili misure da realizzare per assicurare l'equa valorizzazione del personale femminile, vigilando sugli eventuali fattori che potrebbero rappresentare un obiettivo impedimento alle condizioni per un suo proficuo inserimento e sviluppo professionale nell'ambiente di lavoro.

PARI OPPORTUNITÀ	2003		2004	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Composizione per sesso	4.717	7.415	4.872	7.492
Dirigenti	9	281	11	292
Quadri direttivi	495	2.519	565	2.602
Aree professionali	4.203	4.416	4.279	4.332
Altro personale	10	199	17	266
Contratti part time	778	68	784	62
Promozioni	644	1.029	594	983

Categorie protette

Al personale diversamente abile vengono assicurate le condizioni per il migliore inserimento lavorativo, attivando all'occorrenza idonei adeguamenti delle postazioni e degli strumenti di lavoro, sia strutturali che a livello informatico, che ne garantiscano la piena accessibilità e fruibilità.

CATEGORIE PROTETTE (ai sensi della Legge 68/99)	2003	2004
Disabili	587	585
Orfani e vedove di guerra	263	243
Profughi	33	28
Orfani per terrorismo e criminalità organizzata	2	2
Orfani di caduti sul lavoro	-	5
Figli di grandi invalidi di guerra	-	1
Totale	885	864

Programmi per l'accessibilità

Nell'ottobre del 2003, proclamato dal Parlamento Europeo "anno del disabile", in occasione della presentazione del Bilancio Socio – Ambientale la Banca ha annunciato un programma per favorire l'accessibilità ai servizi bancari da parte delle persone diversamente abili, nella convinzione che:

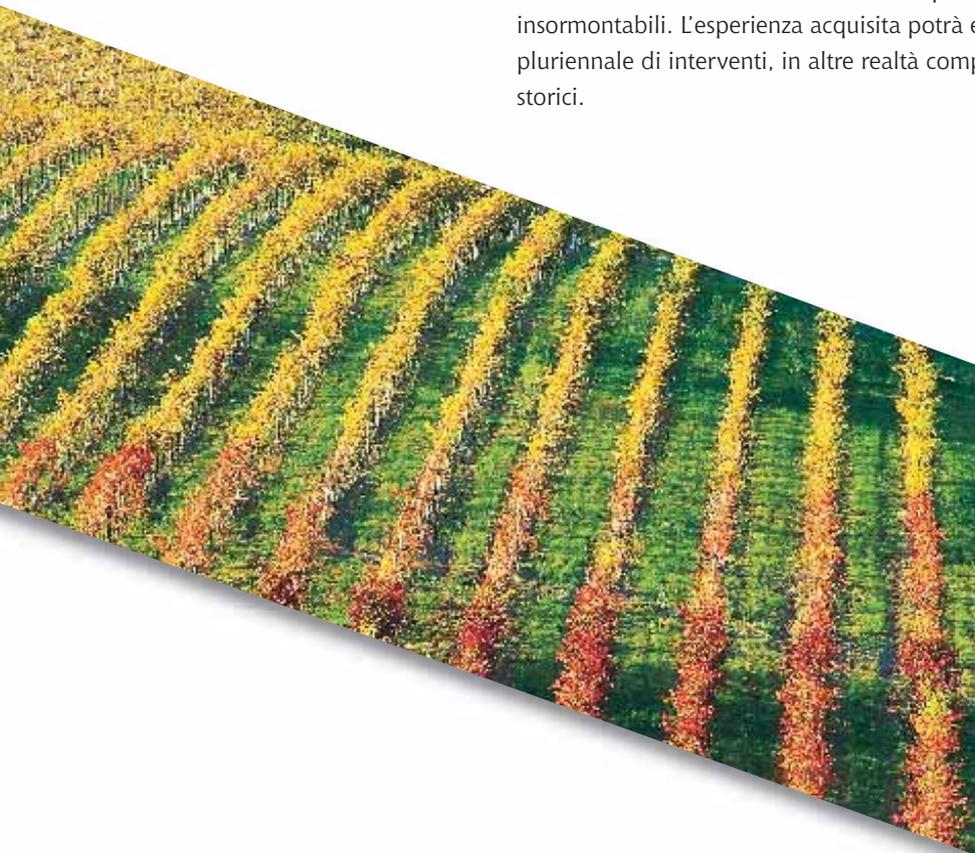
- la lotta alle condizioni di disabilità appartiene alla dimensione dei diritti umani;
- la discriminazione e l'esclusione sociale sono il risultato delle barriere erette dalla società;
- l'inclusione sociale è soprattutto conseguenza di azioni positive.

Attraverso la costituzione di un apposito Gruppo di lavoro interno, la Banca ed il Gruppo si sono pertanto impegnati concretamente, cercando di rispondere con diverse modalità alle esigenze delle persone portatrici di handicap, ponendo in primo piano le problematiche riguardanti i dipendenti ed i clienti ed avviando una serie di iniziative nell'ottica di conseguire i seguenti obiettivi:

- realizzare il completo abbattimento delle barriere architettoniche ancora esistenti presso tutti gli sportelli e le sedi della Banca e delle Aziende del Gruppo MPS;
- procedere alla graduale sostituzione delle apparecchiature Bancomat che non sono accessibili ai disabili motorii ed ai non vedenti;
- assicurare l'accessibilità ai servizi on line e di banca telematica;
- migliorare le postazioni e le condizioni di lavoro dei lavoratori con disabilità, valorizzando le loro conoscenze e competenze con adeguati strumenti e fornendo la specifica formazione necessaria.

Con riguardo a quest'ultimo punto, il Gruppo ha definito una procedura di intervento avviando a soluzione diversi casi e rilevando peraltro la necessità di affrontare le diverse problematiche con modalità partecipative, sollecitando la collaborazione anche dei lavoratori interessati, sviluppando il loro spirito di reazione e la loro fiducia.

Per quanto attiene alle barriere architettoniche, Paschi Gestioni Immobiliari S.p.A., la funzione tecnico - immobiliare del Gruppo, nella progettazione e realizzazione delle filiali e degli uffici delle Banche del Gruppo ha sempre tenuto conto delle apposite normative esistenti in materia (Legge 13/89, D.M. 236/89, Legge 104/92), conseguendo un importante risultato con la progettazione e realizzazione, quasi ultimata, di un percorso per disabili nella Sede storica di Piazza Salimbeni, con il quale sono state superate difficoltà a prima vista insormontabili. L'esperienza acquisita potrà essere mutuata, nell'ambito di un programma pluriennale di interventi, in altre realtà complesse, prevalentemente ubicate in immobili storici.



Rapporti di lavoro e flessibilità

I contratti di lavoro, offerti dall'Azienda conformemente alle disposizioni del Contratto Collettivo e di quello Integrativo Aziendale, sono normalmente a tempo indeterminato, in minima parte con contratto di formazione e lavoro, ora non più previsto, e, a seguito delle innovazioni introdotte dalla recente disciplina del mercato del lavoro (c.d. Legge Biagi), anche con contratto di inserimento.

Per venire incontro alla esigenze prospettate dai dipendenti, la flessibilità della prestazione lavorativa trova nel part-time il suo principale strumento.

RAPPORTI DI LAVORO E FLESSIBILITÀ		2004
Rapporti di lavoro (%)		
Tempo indeterminato		97,2
Formazione-lavoro		2,4
Inserimento full time		0,4
Contratti part time (n.)		
Straordinari (ore)		
Totale anno		485.480
Media settimanale		9.336
Pro-capite anno		90

Disagio e stress lavorativo

La Banca è consapevole che il problema del disagio e dello stress nel lavoro non può essere trattato secondo schemi o paradigmi convenzionali. Vi sono infatti implicati profili di ordine psicologico – relazionale sui quali spesso influiscono situazioni che restano al di fuori dell'ambiente di lavoro e che, proprio per questo, da un lato sfuggono ad una corretta definizione delle fattispecie, dall'altro possono essere oggetto di facili suggestioni e strumentalizzazioni.

Appare pertanto necessario considerare il problema da una prospettiva prevenzionale, con interventi ed iniziative che sono propri della disciplina sulla tutela della salute e sicurezza sul lavoro e dei relativi obblighi di derivazione contrattuale e che vanno tradotti in scelte e soluzioni di natura gestionale, idonee a salvaguardare beni e valori che appaiono insostituibili e irrinunciabili per una corretta politica aziendale.

Con tali finalità, è stata prevista l'istituzione di uno specifico Osservatorio paritetico tra la Banca e le Organizzazioni Sindacali, nell'ambito del quale individuare e proporre gli opportuni strumenti e processi di comunicazione e di relazione tra i lavoratori di tutti i livelli, allo scopo di migliorare i rapporti, nell'ottica di preservare la personalità individuale nonché di favorire il mantenimento di un elevato standard della qualità della vita nei luoghi di lavoro.

L'iniziativa è sorta dalla necessità di dare una risposta "condivisa" ad un problema che, peraltro, investe il mondo del lavoro nella sua generalità: quello della necessaria tutela della personalità e della dignità di tutti coloro che collaborano al processo produttivo dell'impresa, ponendo l'accento sulla centralità dei valori delle persone, il cui rispetto - altroché a rispondere a ragioni di ordine etico - si pone anche quale premessa irrinunciabile ed indispensabile allo sviluppo ed al successo dell'impresa stessa.



Procedure disciplinari

Le violazioni del Codice disciplinare interno sono esaminate da una Commissione accentrata a garanzia di equità ed omogeneità di trattamento dei casi più significativi rilevati in qualsiasi parte della struttura.

Nel 2004 i provvedimenti disciplinari sono stati complessivamente 30 (25 nel 2003).



Tra la Banca MPS e l'Università degli Studi di Siena è stata stipulata il 24 marzo 2003 la Convenzione che ha di fatto portato alla costituzione del Servizio Sanitario del Gruppo MPS, consentendo anche ad una realtà articolata sul territorio con una molteplicità di Unità operative, come quella del Gruppo MPS, di poter adempiere con migliore tempestività agli obblighi della c.d. "sorveglianza" sanitaria.

In considerazione della notevole presenza di attività al videoterminale, che riguarda ormai oltre 5.000 lavoratori nel Gruppo, nonché della diffusa e capillare dislocazione delle sue reti commerciali, la Banca ha optato per una impostazione decentrata della funzione sanitaria, provvedendo ad assicurarsi la disponibilità di più Medici Competenti "territoriali".

In tale ottica è stata stipulata una Convenzione con l'Università degli Studi di Siena per la realizzazione di un Servizio Sanitario di Gruppo (SSG) e la costituzione di un nucleo di Medici Competenti, reclutati a livello nazionale dalla stessa Università, di cui uno con funzioni di Coordinatore. I datori di lavoro delle Aziende del Gruppo aderenti al Servizio Sanitario provvedono alla nomina individuale dei diversi Medici Competenti (nell'attualità sono una ventina), ai quali sono assegnati compiti di sorveglianza sanitaria negli specifici ambiti territoriali di competenza, prevalentemente a dimensione regionale, in cui svolgono la loro attività in favore dei lavoratori di tutte le Aziende del Gruppo.

Salute e sicurezza

In materia di salute e sicurezza dei lavoratori, la Banca ha disposto, ancor prima dell'entrata in vigore del D.Lgs. 626/94, un apposito presidio, formalizzando successivamente a norma di legge l'istituzione del **Servizio di Prevenzione e Protezione**, che svolge le funzioni previste dal decreto e dalle altre norme e leggi correlate anche per altre Aziende del Gruppo.

L'insieme delle diverse funzioni e figure istituite dalla Banca compone il **Sistema della Sicurezza**, imperniato sul Datore di Lavoro (Direttore Generale), il suo Delegato, il Servizio di Prevenzione e Protezione - costituito dal Responsabile e 11 Addetti, in possesso delle capacità e dei requisiti professionali adeguati alla natura dei rischi presenti sui luoghi di lavoro ed alle attività lavorative svolte - i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza, i Dirigenti, i Preposti, gli Addetti all'emergenza e al pronto soccorso, i Medici competenti territoriali ed il loro Coordinatore.

Le suddette parti sono strettamente connesse e sinergicamente integrate nel sistema della sicurezza aziendale, chiamate tutte a svolgere un ruolo importante, finalizzato al raggiungimento dell'obiettivo comune della prevenzione e della sicurezza nei luoghi di lavoro, nel rispetto della salute della popolazione e dell'integrità dell'ambiente esterno.

Il Servizio Sanitario di Gruppo

Per adempiere agli obblighi di sorveglianza sanitaria previsti dal D. Lgs. 626/94 è attivo fin dal 2003 il **Servizio Sanitario di Gruppo**. Esso opera sulla base di un Accordo Quadro con l'Università degli Studi di Siena, ed è strutturato secondo una logica di rete che si avvale del supporto di numerosi Medici Competenti Territoriali, nominati dalla Banca e dalle varie Aziende del Gruppo in relazione alle zone di rispettiva competenza.

Referente per l'Ambiente e la Sicurezza - R.A.S.

Per seguire gli adempimenti inerenti alle tematiche ambientali e a quelle della salute e sicurezza sul lavoro, verificandone la corretta applicazione a livello locale, è stata istituita un'apposita figura: il "Referente per l'Ambiente e la Sicurezza - R.A.S.". Tale figura, non espressamente richiesta dalla legge, risponde all'esigenza di assicurare un presidio locale ai sistemi gestionali, in particolare al Sistema di Gestione Ambientale, e di garantire sia l'efficace realizzazione delle misure di prevenzione e sicurezza che l'attuazione delle politiche socio-ambientali della Banca.

I R.A.S. sono nell'attualità 25, distribuiti in tutte le filiali Capogruppo della Banca. Essi fruiscono di un idoneo percorso formativo sulle materie di competenza e fra i loro compiti rientrano, tra l'altro, la raccolta delle segnalazioni sulle condizioni degli ambienti di lavoro, il monitoraggio della normativa ambientale locale, la cura degli adempimenti connessi all'amministrazione della sorveglianza sanitaria e della formazione ed informazione del personale sulle tematiche dell'ambiente e della sicurezza, la raccolta delle istanze locali, la rilevazione periodica ed il controllo dei dati ambientali.



MPSafe

Per monitorare e seguire le condizioni degli oltre 2.000 luoghi di lavoro nel Gruppo, il Servizio di Prevenzione e Protezione ha ideato un'apposita procedura, denominata **MPSafe (Monte Paschi Sicuro)**, che consente di gestire le realtà delle diverse Unità Operative (Dipendenze ed Uffici di Direzione Generale) e di rilevare ed avviare a soluzione i problemi connessi con l'applicazione delle disposizioni normative in materia di prevenzione e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Il programma, realizzato a cura del Consorzio Operativo Gruppo MPS, opera nella rete intranet aziendale e gestisce, attraverso un'interfaccia operativa strutturata in varie sezioni, le diverse situazioni sotto i profili di safety ed ambientali, evidenziando eventuali anomalie e non conformità direttamente alle funzioni aziendali della sicurezza destinarie: Datore di Lavoro (e suo Delegato), Servizio di Prevenzione e Protezione, Medico Competente, Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza.

La costante interazione tra il Servizio di Prevenzione e Protezione e le Unità Operative permette a queste ultime di contare su un supporto elettronico tale da soddisfare con facilità le eventuali richieste degli Organi di Vigilanza, oltre che rappresentare con immediatezza le problematiche inerenti agli aspetti ambientali ed alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, disponendo inoltre di un archivio informatico che storicizza i vari interventi.

La validità della procedura è stata riconosciuta dall'Associazione Italiana Addetti alla Sicurezza (AIAS), che ha qualificato MPSafe come il migliore software applicativo per i Sistemi di Gestione per la Sicurezza, la Salute e l'Ambiente.

Divieto di fumo

In sintonia con l'entrata in vigore della "legge antifumo" ed in linea con gli orientamenti emersi nel settore bancario a seguito delle iniziative promosse dall'Organizzazione Mondiale della Sanità e dal Ministero della Sanità, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'adozione di un provvedimento di messa al bando del fumo da tabacco nei luoghi di lavoro, introducendone il divieto assoluto in tutti i locali della Banca e sollecitando un analogo provvedimento a tutte le Aziende del Gruppo.

In tale contesto è stato redatto uno specifico Regolamento interno, recepito anche dalle Aziende del Gruppo, che costituisce il supporto normativo per la realizzazione di un'effettiva politica di prevenzione, tesa ad eliminare il rischio del fumo passivo negli ambienti di lavoro: dal 10 gennaio 2005 tutto il Gruppo MPS è pertanto **No Smoking**.

Progetto Radon

In ottemperanza al D. Lgs. 241/2000, che comporta l'obbligo di tutelare i soggetti a rischio di esposizione a sorgenti di radiazioni naturali, il Servizio di Prevenzione e Protezione ha elaborato una mappatura degli ambienti "interrati e seminterrati" presso tutte le strutture del Gruppo, effettuando misurazioni nei locali in cui lavoratori, clienti e fornitori stazionano per almeno 10 ore complessive mensili.

Tramite un organismo certificato sono state posizionate, nei 170 locali individuati, dislocati presso 110 sedi distribuite in 16 Regioni, 658 coppie di dosimetri; uno dei quali è stato prelevato dopo circa 3 mesi ed analizzato. I risultati ottenuti indicano che la concentrazione di radon è inferiore all'80% del livello d'azione, individuato dalla normativa italiana, nella stragrande maggioranza delle filiali, tranne pochissime nelle quali si è subito provveduto a posizionare nuovi rivelatori ed altrettanti dosimetri, al fine di ottenere eventuale conferma dei dati e ricorrere, nel caso, ad interventi di mitigazione e rimedio.

Formazione dei lavoratori

In termini espressamente prevenzionistici, l'attività svolta dalla Banca, in particolare tramite il Servizio Knowledge Management e Formazione ed il Servizio di Prevenzione e Protezione, ha riguardato il coordinamento organizzativo dei corsi di formazione, sia specialistici svolti da docenti esterni, sia direttamente erogati dagli addetti di quest'ultimo Servizio.

Tutti gli interventi formativi sono finalizzati all'adozione, da parte dei lavoratori, di competenze operative e comportamentali tali da indurre nuove modalità di pensare ed agire in termini di sicurezza, modificando scale di valori, mappe cognitive ed abitudini e adottando precise procedure nell'attuare le regole ed i principi della salute, sicurezza e igiene del lavoro, al fine di riconoscere i pericoli e le condizioni potenziali che possono determinare eventi indesiderati, nonché di saper prevenire i rischi e fronteggiare le emergenze.

Tali attività, pertanto, rientrano nella più generale ed estesa logica della prevenzione, basata sul ruolo attivo dell'azienda e su una strategia tecnico - prevenzionistica imperniata sulla ricerca e sulla valutazione dei rischi e dei conseguenti interventi correttivi, ma soprattutto volta a sviluppare nei lavoratori del Gruppo la cultura, la coscienza, la consapevolezza e l'attenzione ai temi della sicurezza e della gestione della loro salute ed incolumità.

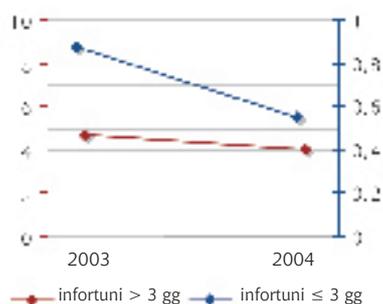
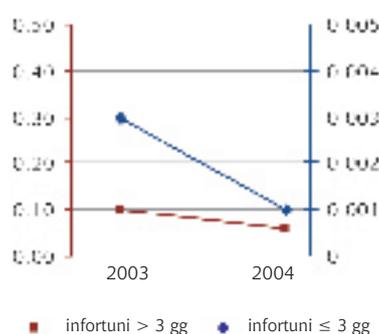
Nel 2004 i lavoratori della Banca destinatari di attività formativa in materia di salute e sicurezza sono stati 1.548, alcuni dei quali hanno peraltro fruito di più interventi, in relazione alle specificità lavorative ed alla trasversalità dei compiti della sicurezza nell'organizzazione dell'Azienda.

FORMAZIONE DEI LAVORATORI DELLA BANCA MPS IN MATERIA DI SALUTE E SICUREZZA

Destinatari	2001 – 2003	2004	2004
	lavoratori formati	lavoratori formati	ore di formazione
Videoterminalisti	431	335	335
Addetti all'emergenza:			
antincendio	918	365	2.920
pronto soccorso	--	350	2.800
Lavoratori neo-assunti	447	415	2.075
Figure della sicurezza:			
Dirigenti, RAS, RLS, ecc.	75	83	3.027
TOTALE	1.871	1.548	11.157

Infortuni

Gli infortuni verificatisi nel 2004 all'interno dell'azienda (normalmente di lieve entità, con periodi medi di guarigione di pochi giorni), risultano in diminuzione rispetto a quelli dell'anno precedente e non hanno, in genere, provocato lesioni gravi ai lavoratori. Sono peraltro aumentati in misura lievemente superiore al 2003 quelli accaduti all'esterno della Banca, per lo più a causa di incidenti stradali occorsi durante il tragitto casa-ufficio e, in misura minore, durante lo svolgimento di incarichi lavorativi.

Indice di frequenza degli infortuni sul lavoro**Indice di gravità degli infortuni sul lavoro****INFORTUNI**

	2003	2004
Infortuni	230*	203
sul lavoro	120	90
in itinere	110	113
Giornate perse per infortunio	3.686	3.123
sul lavoro	1.920	1.161
in itinere	1.766	1.962
Indice di frequenza **		
infortuni ≤ 3 gg		
sul lavoro	0,88	0,56
in itinere	0,62	1,48
infortuni >3 gg		
sul lavoro	4,72	4,04
in itinere	5,34	5,02
Indice di gravità ***		
infortuni ≤ 3 gg		
sul lavoro	0,003	0,001
in itinere	0,002	0,002
infortuni >3 gg		
sul lavoro	0,101	0,061
in itinere	0,093	0,11

* Il dato per l'anno 2003 è diverso da quello riportato nel Bilancio Socio-Ambientale 2003 in quanto comprende anche gli infortuni che comportano assenze di durata inferiore ai tre giorni.

** Numero di infortuni ogni milione di ore lavorate.

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

Assenze dal servizio

Nel 2004 la media pro-capite delle assenze dal servizio è stata di 14 giorni, comprese le assenze per puerperio ed escluse quelle per permessi e congedi per motivi vari.

Rapporti con le Organizzazioni Sindacali

Nel 2004 è proseguito e si è ulteriormente sviluppato il confronto con le Organizzazioni Sindacali per un'organica impostazione delle problematiche di gestione delle risorse umane, in special modo quelle scaturenti dalle riorganizzazioni societarie e da altri progetti strategici previsti dal Piano Industriale.

È stato, inoltre, particolarmente positivo il confronto sulle politiche commerciali, anche in relazione alle posizioni espresse nel Protocollo nazionale in tema di "sviluppo sostenibile e compatibile del sistema bancario".

Nel loro complesso, i rapporti con le Organizzazioni Sindacali permangono, quindi, caratterizzati da un'elevata qualità delle relazioni industriali, presupposto essenziale per poter affrontare costantemente, con efficacia, i riflessi degli sviluppi aziendali sulle condizioni di lavoro delle persone. A dimostrazione di ciò, nel 2004 non sono, infatti, emerse situazioni di conflitto tali da determinare contenziosi di carattere collettivo.

ISCRITTI ALLE ORGANIZZAZIONI SINDACALI *

	2003	2004
Organizzazioni confederali	8.188	8.349
Organizzazioni autonome	3.754	3.786
Totale	11.942	12.135

* Dati riferiti all'organico a libro paga (14.185 nel 2004 e 14.056 nel 2003)

A seguito dell'accordo raggiunto per il nuovo Contratto Collettivo Nazionale di categoria, saranno prossimamente avviate le trattative per il rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale.

PROTOCOLLO ABI – ORGANIZZAZIONI SINDACALI DEI LAVORATORI SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE

L'Associazione Bancaria Italiana (ABI) e le maggiori organizzazioni sindacali del settore del credito (Falcri, Fiba-Cisl, Fisas-Cgil e Uilca) hanno sottoscritto, il 16 giugno 2004, un "Protocollo sullo sviluppo sostenibile e compatibile del sistema bancario", nel quale vengono sottolineati i valori etici fondamentali cui devono ispirarsi tutti coloro che, ai diversi livelli, operano nelle imprese. L'Accordo mette in rilievo il ruolo centrale delle risorse umane e pone l'obiettivo comune della loro valorizzazione, quale elemento indispensabile e strategico per lo sviluppo ed il successo dell'impresa; un obiettivo che presuppone l'effettiva parità delle opportunità di sviluppo professionale, un'offerta formativa continua, la mobilità su diverse posizioni di lavoro, l'adeguatezza dei criteri di valutazione professionale, la qualità delle prestazioni, degli ambienti di lavoro, l'efficacia della prevenzione e degli interventi in materia di salute e sicurezza. I firmatari si impegnano altresì ad adoperarsi attivamente affinché vengano rispettati i diritti umani fondamentali, i diritti del lavoro e si contrasti ogni forma di discriminazione basata su razza, nazionalità, sesso, età, disabilità, opinioni politiche e sindacali. L'Accordo, inoltre, ribadisce l'opportunità che le aziende prevedano, nell'ambito dei sistemi incentivanti, anche obiettivi di qualità; in questa direzione, al personale impegnato nella rete in attività di vendita devono essere fornite informazioni e regole chiare ed esaurienti sui comportamenti da seguire nelle relazioni con la clientela, anche per quanto attiene alla valutazione, nella vendita di prodotti finanziari, della "propensione al rischio" del cliente rispetto alle caratteristiche dei prodotti. Il documento, infine, con l'obiettivo di diffondere, nell'ambito del sistema bancario, principi e valori connessi alla responsabilità sociale dell'impresa, prevede l'istituzione di un apposito Osservatorio nazionale paritetico, avente, fra gli altri, lo scopo di sviluppare la ricerca di convergenze su tematiche che possano contribuire positivamente a promuovere il "valore" dell'impresa e ad ottimizzare il clima aziendale.

Contenzioso

Al 31.12.2004 le cause pendenti dinanzi ai Giudici del Lavoro sono 109, riguardanti 189 dipendenti. Sono in corso 19 tentativi di esperire soluzioni conciliative. Tali rivendicazioni sono per lo più di natura economica.

INTERVENTI SOCIALI

Circoli Ricreativi Aziendali dei Lavoratori (CRAL)

Hanno lo scopo di favorire la socializzazione, l'attuazione di servizi sociali per la ricreazione educativa, la promozione di attività culturali, artistiche, sportive e turistiche. Sono attivi 52 CRAL con 9.893 iscritti, di cui 8.271 dipendenti della Banca e 1.622 pensionati.

Nel 2004 la Banca ha erogato, a loro favore, contributi per 248.912 euro.

Cassa di Mutua Assistenza

Fondata nel 1959 su iniziativa di alcuni dipendenti, la "Cassa di Mutua Assistenza fra il personale del Monte dei Paschi di Siena", per meglio ottemperare ai cambiamenti sociali e legislativi successivamente intervenuti, dal 1998 opera a fianco di un'omonima Associazione allo scopo di fornire aiuto morale e materiale ai soci ed alle loro famiglie attraverso sovvenzioni, prestiti ed altre forme di assistenza.

Nel 2004 la Cassa, grazie al sostegno della Banca (381.386 euro) ed ai contributi volontari versati dai soci, ha erogato sussidi per interventi a tutela della salute ed a sostegno della famiglia per un totale di 1.271.368 euro.

INTERVENTI DELLA CASSA DI MUTUA ASSISTENZA (euro)	2003	2004
Salute	577.620	654.000
Studio figli	405.398	467.968
Nascita figli	143.550	149.400
Totale	1.126.568	1.271.368

Facilitazioni creditizie per acquisto della prima casa

Nel 2004 gli interventi creditizi a tasso agevolato per l'acquisto della prima casa sono stati 492 per un importo complessivo di 62.837.500 euro.



CLIENTI

QUALITÀ E SERVIZIO

In un quadro di riferimento complesso, caratterizzato da una non sempre facile interpretazione delle dinamiche congiunturali, degli andamenti dei mercati finanziari e dello stesso rapporto tra banche e risparmiatori, la Banca ed il Gruppo MPS hanno cercato di porre costantemente al centro della propria azione il cliente, nell'ottica di un'etica delle relazioni basata sull'accessibilità, la vicinanza, la trasparenza e la qualità dei servizi. Nel 2004 sono proseguiti in tale senso il completamento e l'estensione dell'applicazione delle nuove piattaforme commerciali, modelli organizzativi ad alto livello di specializzazione per mercato e segmento di clientela, che rappresentano veri punti cardine del processo di arricchimento delle modalità di relazione con i consumatori ed i risparmiatori.

Le piattaforme commerciali

■ Retail

Affluent
Family

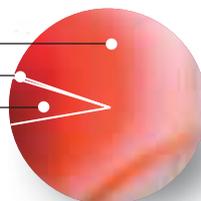
■ Private

■ Corporate

Large Corporate
Piccole e Medie Imprese
Small Business
Enti

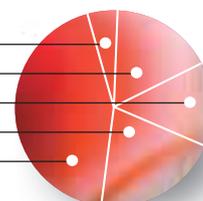
Composizione clientela

Retail **92,1%**
Private **0,4%**
Corporate **7,5%**



Ripartizione clienti in base alla durata del rapporto

Superiore a 20 anni **5%**
1-3 anni **17,1%**
4-5 anni **13,8%**
6-10 anni **20,7%**
11-20 anni **43,3%**

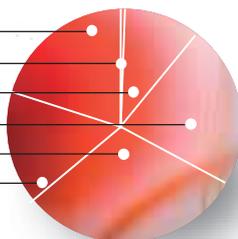


TURNOVER	2003	2004
Attivi	2.712.897	2.653.788
Nuovi	144.856	131.033
Persi	177.851	194.876
Retention (%)	93,6	92,8
Acquisition (%)	5,2	5,0

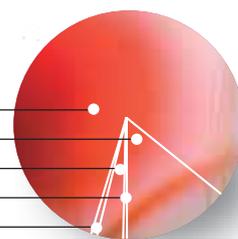
“ Da sempre la centralità del cliente, verso cui vengono orientati i processi di costruzione di un'offerta personalizzata, rappresenta un tratto caratteristico delle politiche del Gruppo MPS. ”

Clientela retail per fasce d'età

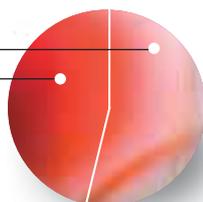
oltre 65 anni **19,8%**
 0-20 anni **0,7%**
 21-30 anni **10,3%**
 31-41 anni **21,8%**
 41-55 anni **31,1%**
 55-65 anni **16,2%**

**Composizione dei clienti corporate**

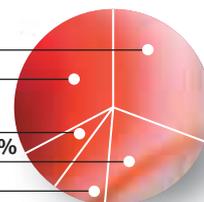
Small Business **81,3%**
 PMI **14,1%**
 Enti **3,7%**
 Large Corporate **0,3%**
 Altro **0,6%**

**Clienti retail per sesso**

Uomini **53,7%**
 Donne **46,3%**

**Clienti corporate per settore**

Commercio **31,1%**
 Industria **32,7%**
 Agricoltura, caccia, foreste e pesca **7,3%**
 Servizi pubblici e privati **20,4%**
 Altro **8,5%**



Le azioni intraprese nel 2004 relativamente a ciascuna delle suddette piattaforme commerciali possono essere così riepilogate:

Retail

- Potenziamento della rete di gestori (circa 3.000 persone a livello di Gruppo) della clientela Affluent.
- Affinamento e diffusione di innovativi strumenti e metodologie di Personal Financial Planning.
- Sviluppo di strumenti avanzati di Customer Relationship Management e sensibilizzazione della clientela ad un maggiore utilizzo dei canali telematici.

Private

- Sviluppo di uno specifico modello di servizio, con la costituzione, in particolare, di Centri specialistici per il seguimiento delle attività di consulenza a tale tipo di clientela.
- Incorporazione della Banca C. Steinhauslin e costituzione di un'Area Private Banking all'interno del Corporate Center della Capogruppo.

Corporate

- Potenziamento della rete di gestori delle Piccole e Medie Imprese (circa 460 persone e 80 Centri specialistici a livello di Gruppo).
- Ampliamento della gamma di prodotti dedicati al segmento Small Business.
- Formazione ed inserimento professionale di nuovi gestori a servizio di Enti ed Amministrazioni pubbliche (60 persone e 30 Centri specialistici a livello di Gruppo).
- Costituzione di uno specifico presidio di Gruppo per la gestione accentrata delle relazioni commerciali con la clientela del segmento Large Corporate.
- Costituzione di MPS Banca per l'Impresa S.p.A.

La certificazione di qualità

La Banca è stata tra le prime aziende di credito in Italia ad ottenere nel 2002 la certificazione ISO 9001 per il proprio Sistema di Gestione per la Qualità, attualmente applicato ai processi di progettazione ed erogazione dei seguenti servizi alla clientela:

- Mutui per i privati
- Banca Diretta (PaschiHome, PaschiInTel, PaschiInRete, PaschiInAzienda, PaschiInTesoreria)
- Tesoreria e Cassa per le amministrazioni locali
- Servizio di riscossione tributi (dal 2004)

Attraverso una capillare attività di monitoraggio (460 visite di controllo nel 2004), viene costantemente verificata, presso gli uffici di direzione e le filiali della rete commerciale, la rispondenza dell'operatività e dei comportamenti individuali alle norme interne definite.

Vicinanza al cliente

Il servizio alla clientela si caratterizza per la multicanalità dell'offerta, nell'intento di riuscire a cogliere le diverse necessità e preferenze delle persone rispetto alle tipologie di rapporto.

Nonostante la progressiva crescita del tasso di utilizzo dei canali telematici per l'effettuazione di operazioni bancarie da remoto, riveste ancora estrema importanza, soprattutto per i piccoli risparmiatori, il contatto diretto con l'operatore di sportello (in media 3 volte all'anno, per i clienti Retail del segmento Affluent).

	2003	2004
Rete commerciale		
Filiali in Italia	1.082	1.099
Filiali e uffici all'estero	13	13
Sportelli automatici		
Interni alla filiale	30	33
Esterni alla filiale	1.027	1.045
Presso centri commerciali	44	73
Presso aziende, stazioni, aeroporti	90	128
Totale	1.191	1.279
Canali telematici (n. contratti)		
Settore Retail		
Internet Banking	291.565	257.671
Phone Banking	246.971	307.702
Mobile Banking	29.401	29.049
Settore Corporate	39.855	53.047
Settore Enti	482	690
Totale	608.274	648.159
Attività di call center		
Telefonate ricevute	1.350.009	1.200.511
Telefonate effettuate	1.182.000	685.700
Operazioni dispositive ed informative	1.651.894	1.480.078
E-mail evase	12.187	9.601
Appuntamenti registrati	70.000	28.222
Operatori impegnati	140	128

Viene pertanto costantemente ricercata una personalizzazione dei rapporti, anche attraverso l'impiego di strumenti di Customer Relationship Management (CRM), con la finalità di:

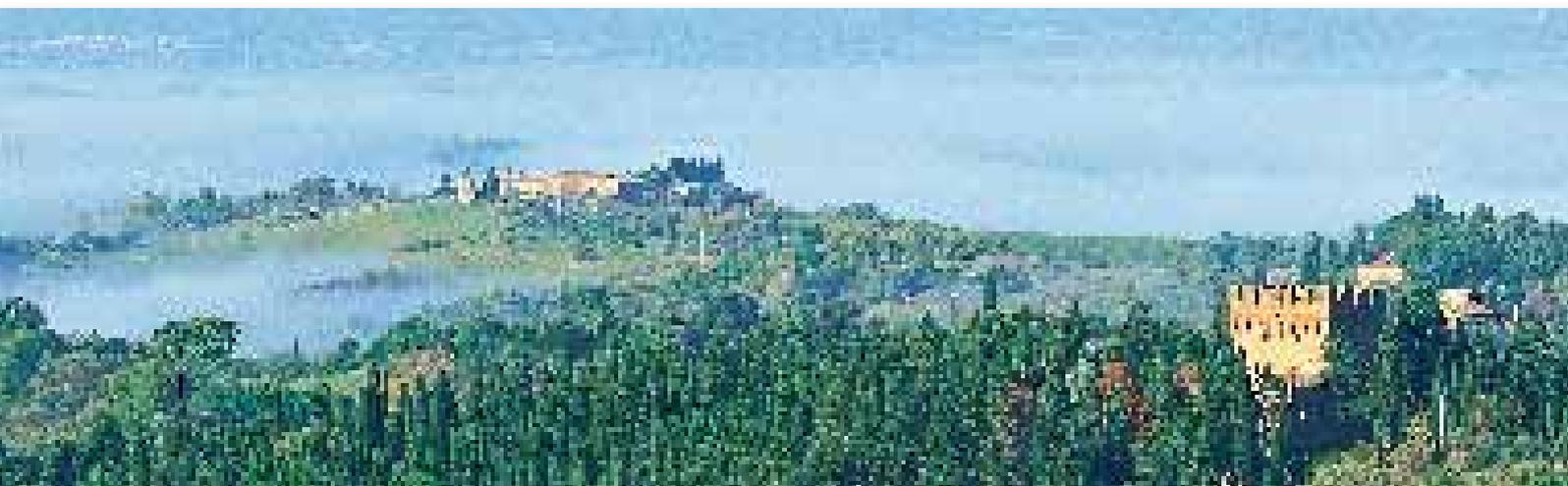
- aiutare il cliente a comprendere i suoi effettivi bisogni;
- educare il cliente ad una gestione coerente e razionale, quindi non emotiva, dei propri investimenti;
- essere vicino al cliente nelle sue scelte di investimento, orientandolo e privilegiando orizzonti temporali medio-lunghi.

In tema di CRM, è il caso di sottolineare i rilevanti investimenti tecnologici e formativi effettuati dalla Banca e dal Gruppo MPS per realizzarne una modalità innovativa, in grado di supportare al meglio le attività della filiera commerciale nella gestione delle relazioni con i clienti e nell'individuazione delle alternative di offerta maggiormente aderenti ai loro bisogni ed aspettative.

TRASPARENZA

In materia di trasparenza è stato portato a termine il percorso di implementazione di "Patti Chiari", il Progetto promosso dall'Associazione Bancaria Italiana con l'obiettivo di fornire alla clientela più informazione e chiarezza sui prodotti e servizi bancari. Le aziende bancarie del Gruppo MPS hanno fin dall'inizio supportato il Progetto, impegnandosi in tutte le otto iniziative in cui si articola e ottenendo la certificazione che attesta la corretta applicazione dei relativi protocolli. Nel 2004, particolarmente intensa è stata, in proposito, l'attività formativa del personale, che ha coinvolto, tra modalità e-learning e corsi in aula, tutti gli addetti alla vendita, per un totale di 3.995 giornate.

Trasparenza e chiarezza nella relazione con il cliente sono i temi chiave di un'ulteriore iniziativa di Patti Chiari, denominata "Informativa allo sportello nelle operazioni di compravendita di strumenti finanziari", che vede ancora una volta la Banca ed il Gruppo MPS impegnati in prima linea. Obiettivo primario di questa nona iniziativa è la massimizzazione del livello di coerenza tra il profilo di rischio espresso dall'investitore ed il rischio intrinseco dei prodotti.



Dalla gestione delle criticità emerse nella commercializzazione di alcuni prodotti del Gruppo si sono tratti degli insegnamenti, che hanno confermato la veridicità di detto principio, secondo il quale *ogni cliente deve essere reso consapevole del rischio insito in ogni investimento*. Peraltro, il comportamento proattivo della Banca e del Gruppo MPS, che su tale fronte si era già sviluppato attraverso il diffuso utilizzo della metodologia Retail Risk Management (RRM), consente oggi di poter disporre di una completa mappatura dei rischi associati ai diversi prodotti obbligazionari ed alle polizze index.

Le tematiche inerenti al RRM ed alla “nuova disciplina sulla trasparenza” sono state anch’esse oggetto, nel 2004, di un significativo impegno formativo.



Servizi



- FARO - Funzionamento ATM Rilevato On line
- Conti correnti a confronto
- Servizio bancario di base
- Tempi certi di disponibilità delle somme versate con assegno

Quattro iniziative che forniscono alla clientela regole chiare e strumenti semplici per facilitare la comprensione dei prodotti bancari, favorire la consapevolezza delle scelte da effettuare e consentire una comparazione agevole dell’offerta di più banche.

Credito



- Criteri generali di valutazione della capacità di credito delle PMI
- Tempi medi di risposta sul credito alle piccole imprese

Ideati per rendere chiari e trasparenti i criteri di valutazione della capacità di credito delle piccole e medie imprese e per spingere gli imprenditori a dialogare con le banche sui loro piani e sulle scelte di investimento, offrendo anche una comparazione dei tempi medi di risposta sul credito.

Risparmio



- Elenco delle obbligazioni a basso rischio e a basso rendimento
- Informazioni chiare sulle obbligazioni bancarie strutturate e subordinate

Due nuovi strumenti a disposizione della clientela che consentono di misurare il rischio degli investimenti finanziari, anche per investitori dotati di piccoli capitali. Rendono disponibili informazioni attraverso prospetti di confronto redatti con linguaggio chiaro, facili da leggere e da comprendere.

Nel settore assicurativo merita, in particolare, sottolineare la politica di trasparenza, informazione e comunicazione nei confronti della clientela, che la controllata Montepaschi Vita da tempo persegue, anticipando ed andando oltre quanto previsto dalle normative vigenti. Comunicazioni volontarie alla clientela sulle gestioni separate, l'entrata a regime di un Comitato interno "Qualità Prodotti", l'ampliamento delle informative disponibili sul sito internet sono alcuni tra i principali interventi realizzati nel 2004 dalla Società assicurativa in materia di trasparenza.

CUSTOMER SATISFACTION

L'analisi della soddisfazione del cliente, intesa come studio del suo profilo, delle sue peculiarità e delle sue aspettative, costituisce un momento conoscitivo centrale nel continuo processo di miglioramento della qualità del servizio offerto ed è base fondamentale per lo sviluppo di relazioni, anche personali, durature ed efficaci.

Oltre alle periodiche verifiche sulla qualità percepita dalla clientela dei servizi certificati ISO 9001, che hanno interessato circa 5.000 soggetti, nel 2004 la Banca ha effettuato due indagini di Customer Satisfaction (CS), inerenti a:

- Progetto Patti Chiari, con l'obiettivo di rilevare il livello di conoscenza del progetto da parte della clientela. Dall'analisi delle risposte rese dagli intervistati (circa 1.000 clienti) è risultato che il 21% di essi conosce Patti Chiari, prevalentemente tramite informazioni fornite dalla Banca. La maggioranza degli stessi ritiene inoltre che le iniziative del progetto siano utili a migliorare il rapporto cliente-banca, seppure evidenziando l'esigenza di "saperne di più" sull'argomento.
- Servizio di internet banking per le imprese (PaschiInAzienda), che ha interessato circa 400 clienti (pari al 2,5% del totale degli utilizzatori del servizio), mettendo in evidenza il grande interesse che questo strumento suscita, specie tra le piccole imprese, oltre l'80% delle quali ha espresso giudizi molto positivi per quanto concerne semplicità di accesso, fruibilità e completezza di funzionalità. Sono inoltre emerse le elevate aspettative per i preannunciati sviluppi del servizio, quali la firma digitale, la gestione di anticipi e crediti, della tesoreria aziendale, ecc. e sono stati raccolti interessanti suggerimenti per potenziarne le caratteristiche di strumento di relazione con il segmento corporate.

Nel novembre 2004 è stato inoltre avviato un più ampio e generale progetto di CS a livello di Gruppo, rivolto ai clienti Retail e Private, articolato in quattro fasi:

- individuazione dei possibili fattori di soddisfazione e insoddisfazione per il cliente;
- creazione degli strumenti di rilevazione e progettazione dell'attività d'indagine;
- raccolta dei dati e delle informazioni;
- analisi e valutazione dei risultati e individuazione delle aree prioritarie di intervento.

Il progetto, oltre a conoscere l'attuale livello di soddisfazione della clientela, potrà consentire di costruire un vero e proprio modello di gestione continuativa del processo di CS.

“*Intendiamo pervenire, nelle nostre reti commerciali, a modalità di servizio fondate sulla soddisfazione degli effettivi bisogni dei Clienti e delle loro famiglie, quindi sulla trasparenza e sulla concretezza. Questo ci permetterà di raggiungere elevati livelli qualitativi nel servizio, nel comune interesse della Clientela e del nostro Gruppo.*”

È, infine, buono il livello di soddisfazione della clientela del comparto assicurativo del Gruppo MPS, come emerge dalla terza edizione di CS realizzata dalla controllata Montepaschi Vita. L'indagine è stata sviluppata con l'obiettivo di:

- verificare il "vissuto" assicurativo della clientela;
- determinare l'entità del gap tra il servizio atteso e quello percepito, valutando come lo stesso si sia modificato negli ultimi anni;
- individuare, se necessario, le azioni correttive da intraprendere.

Dall'analisi dei risultati si rileva un indice diffuso di gradimento, con valori medi del livello di soddisfazione che si attestano:

- sui prodotti, per il 90,5% degli intervistati;
- sui rapporti azienda-cliente, per il 92,1%.

Reclami

I reclami connessi con la normale operatività della Banca, escludendo quelli relativi ai piani finanziari My Way e 4You, a prodotti strutturati ed alla tematica dell'anatocismo, hanno fatto registrare nel 2004 una diminuzione di circa l'8% rispetto al 2003.

RECLAMI *	2003		2004	
	Totale	% su Totale	Totale	% su Totale
Reclami pervenuti (n.)				
Carta di credito / bancomat	1.001	18,0	1.015	19,3
Titoli	746	13,0	1.625	31,0
Mutui	241	4,0	201	3,8
Conti correnti / depositi	2.074	36,0	1.372	26,1
Altro	1.633	29,0	1.036	19,7
Totale	5.695	100	5.249	100
Reclami liquidati (n.)	1.295	--	3.269	--
Importi liquidati (migliaia di euro)	1.388	--	2.902	--

* Pratiche pervenute nell'anno 2004, escluse quelle riguardanti i piani finanziari My Way e 4You, prodotti strutturati e anatocismo.



Anatocismo

In materia di anatocismo (la pratica generalmente adottata dal sistema bancario di capitalizzazione trimestrale degli interessi), nel 2004 sono state sollevate dai clienti 1.222 contestazioni. Esse sono riconducibili al fatto che la Cassazione ha recentemente dichiarato, in più occasioni, l'illegittimità di detta pratica, dopo che per oltre un ventennio, fino al 1999, si era invece pronunciata in suo favore.

La Banca, pur ritenendo il proprio comportamento coerente con l'indirizzo giurisprudenziale preesistente, ha risposto alle istanze avanzate dalla clientela interessata comunicando la propria disponibilità ad approfondire i vari aspetti della questione e ad accertare la percorribilità di iniziative volte a promuovere un livello di verifica più elevato.

MY WAY, 4 YOU E PRODOTTI STRUTTURATI

Anche nel 2004 la parte più significativa dei reclami della clientela ha riguardato i Piani Finanziari My Way e 4You ed alcuni Prodotti Strutturati a capitale non garantito, sia per la Banca che per le altre Banche del Gruppo.

Allo scopo di gestire al meglio il flusso delle contestazioni sono stati ulteriormente potenziati i processi operativi, incrementate le risorse destinate al trattamento dei reclami e migliorati i supporti informatici dedicati; interventi che hanno consentito di ridurre i tempi di istruttoria e, conseguentemente, di definizione delle controversie.

In particolare, è stata attivata una specifica procedura informatica finalizzata ad una corretta e dettagliata analisi delle contestazioni pervenute.

Oltre a ciò, si è ricercato e conseguito un concreto dialogo con la clientela, sia mediante i rapporti tenuti dalla rete, sia attraverso specifiche iniziative di informazione, quali l'implementazione del sito internet (www.myway-4you.info), sul quale è tuttora possibile trovare informazioni sulle caratteristiche dei prodotti e risposte alle domande più frequenti.

Per quanto riguarda i rapporti con le Associazioni dei Consumatori (Adiconsum, Adoc, Adusbef, Codacons, Federconsumatori, Lega Consumatori Acli, Unione Nazionale Consumatori), con le quali era stato stipulato uno specifico Protocollo d'Intesa, i lavori dell'apposita Commissione di Conciliazione si sono conclusi positivamente ed hanno portato alla definizione delle relative controversie rientranti nelle fattispecie previste.

Per l'anno 2004, i reclami di cui trattasi sono stati 25.913 a livello di Gruppo (15.597 per la Banca), di cui 18.111 inerenti ai piani finanziari (8.860 per la Banca) e 7.802 relativi a prodotti strutturati (6.737 per la Banca). I rimborsi hanno riguardato 5.553 istanze, per un totale di 43.086.000 euro.

Peraltro, nel 2004, sempre a livello di Gruppo, si è assistito ad una considerevole riduzione dei reclami, passati dai 18.317 del primo semestre ai 7.596 del secondo, trend positivo confermato nel 2005, che ormai vede sostanzialmente esaurirsi tali flussi.

La vicenda ha comunque favorito l'avvio di un significativo rapporto di collaborazione con le principali Associazioni dei consumatori, evitando di indebolire il tradizionale rapporto fiduciario con la clientela. Una conferma tangibile di questi aspetti è rappresentata dal prosieguo della collaborazione con le suddette Associazioni, in particolare attraverso l'avvio del progetto Consumer Lab, illustrato a pagina 39.

TUTELA DELLA PRIVACY

La Banca esegue trattamenti di dati personali di varie categorie di soggetti (clienti, personale dipendente, fornitori, amministratori), per molteplici finalità ed utilizzando strumenti manuali, informatici e telematici. Per la puntuale e corretta applicazione della normativa in materia di privacy, di cui ha costantemente seguito l'evoluzione, dalla Legge 675/96 all'attuale Testo Unico (D. Lgs. 30 giugno 2003, n. 196), la Banca ha istituito presso l'Area Corporate Responsibility e Logistica del Corporate Center un apposito Settore Privacy, incaricato della gestione di tutti gli adempimenti previsti dalla materia (informativa agli interessati, raccolta e gestione del consenso, notifica al Garante dei trattamenti eseguiti, adozione di misure minime di sicurezza, ecc.), avviando inoltre una serie di iniziative, che hanno rilievo sia dal punto di vista organizzativo-strategico sia da quello operativo. Tale struttura ha provveduto, innanzitutto, all'aggiornamento, alla data del 31 dicembre 2004, del Documento Programmatico della Sicurezza, redatto ai sensi del D. Lgs. 196/2003, che espone i seguenti argomenti:

- analisi dei rischi cui sono sottoposti i trattamenti di dati personali;
- distribuzione dei compiti e delle responsabilità nell'ambito delle varie strutture preposte all'utilizzo dei dati;
- descrizione delle misure organizzative, fisiche e logiche in grado di assicurare l'integrità dei dati personali e la sicurezza della trasmissione degli stessi per via telematica;
- programma di formazione destinato ai dipendenti della Banca nominati incaricati del trattamento;
- attività di controllo finalizzate alla verifica dell'efficacia delle misure di sicurezza adottate.

È stato emanato un Regolamento concernente l'uso degli strumenti informatici aziendali (personal computer, posta elettronica, reti intranet e internet), con il quale la Banca ha posto chiare regole al fine di coniugare il diritto alla riservatezza del personale dipendente con la tutela degli interessi dell'azienda.

Nel dicembre 2004 il Garante per la protezione dei dati personali ha varato il Codice di deontologia e buona condotta per i sistemi informativi gestiti da soggetti privati in tema di crediti al consumo, affidabilità e puntualità dei pagamenti, che è stato sottoscritto dall'ABI e dalle altre associazioni di categoria (Assofin, Assilea, Federcasse), nonché dalle associazioni dei consumatori (Adiconsum, Adoc, Adusbef, Codacons, Federconsumatori).

Il Codice fissa nuove e più stringenti norme che le banche ed i gestori delle centrali rischi "private" devono applicare, in particolare riguardo all'informativa agli interessati ed ai tempi di conservazione dei dati. Nell'ambito delle varie Funzioni interne è stato pertanto disposto l'adeguamento delle procedure e delle misure organizzative, tradotte nell'operatività della Banca dal 30 aprile 2005, a seguito della definitiva entrata in vigore del Codice stesso.

Le richieste di accesso ai dati personali, inoltrate dalla clientela ai sensi dell'art. 7 del D. Lgs. 196/2003, sono state tutte regolarmente e prontamente soddisfatte, rispondendo alle interrogazioni pervenute e fornendo le informazioni richieste nei termini previsti dalla legge. Nel 2004 vi sono state 113 richieste di accesso, in diminuzione rispetto alle 154 del 2003, indice di un'accresciuta preparazione degli incaricati del trattamento e di una più diffusa attenzione di tutti gli addetti allo sportello sugli aspetti riguardanti la privacy nei rapporti con la clientela.

SICUREZZA

Videosorveglianza e controllo accessi

Nel 2004 la Banca ha subito 81 rapine (59 nel 2003), che non hanno comportato significative conseguenze per i dipendenti ed i clienti coinvolti. In rapporto al numero degli sportelli, equivalgono ad una percentuale del 7,36% (5,70 nel 2003), inferiore alla corrispondente media nazionale, che è dell'8%.

Le misure di sicurezza antirapina poste in essere a tutela delle persone e del patrimonio, sono adottate generalmente in via preventiva ed anche attraverso una serie di modalità protettive. Sono proseguiti anche nel 2004, in particolare, i lavori per la realizzazione di un nuovo centro di controllo allarmi e sono stati potenziati i sistemi di videosorveglianza a tecnologia digitale con l'installazione, in altrettante filiali, di 10 sistemi di tipo biometrico per la rilevazione delle impronte digitali.

A tale riguardo, successivamente all'emanazione, nel settembre 2001, di uno specifico regolamento interno, con il quale sono state definite le modalità di ripresa, di conservazione e di utilizzo delle immagini raccolte nell'ambito dell'attività di videosorveglianza, la Banca si è dotata nel 2004 di un ulteriore documento normativo, concernente, per l'appunto, il controllo degli accessi attuato nelle proprie strutture periferiche mediante sistemi di rilevazione delle impronte associate alle immagini.

Detto documento fornisce agli incaricati ed alle Funzioni interessate le indicazioni e le istruzioni per poter correttamente procedere all'acquisizione, al trattamento ed alla conservazione di questa tipologia di dati personali, in conformità con le disposizioni impartite dall'Autorità Garante della privacy (provvedimenti del 28 settembre 2001 e del 29 aprile 2004). Vi è stabilito, in particolare, che l'adozione di sistemi della specie non deve costituire una prassi generalizzata, ma deve essere valutata in relazione a situazioni di concreto rischio connesse a circostanze obiettive, supportate da concordanti valutazioni espresse dagli Organi deputati alla tutela della sicurezza e dell'Ordine pubblico e da applicare solo laddove altre misure si siano già rilevate inefficaci.

Sicurezza informatica

La scelta attuata dalla Banca e dal Gruppo MPS di realizzare con caratteristiche di multicanalità l'accesso ai propri sistemi informativi e la conseguente maggiore esposizione al rischio di attacchi criminosi alle reti ed ai siti, ha reso necessario sviluppare consistenti ed adeguati livelli di sicurezza a protezione dei dati e delle informazioni trattati. Per fronteggiare al meglio i rischi a ciò associati, di carattere sia fisico (relativi ad eventuali danni alle persone e/o alle strutture) che logico (riguardanti il complesso del patrimonio informativo), è stato sviluppato un sistema di "disaster recovery", attraverso la definizione delle misure tecniche e organizzative atte a fronteggiare eventi di natura accidentale e/o dolosa in grado di causare un'interruzione significativa nel funzionamento dei centri di elaborazione dati.

Il disaster recovery costituisce parte integrante di un più generale "Piano di continuità operativa", attualmente in corso di sviluppo, finalizzato ad assicurare la completa sicurezza aziendale anche in situazioni di estrema criticità.



Certificazione ETrust

La Banca ha conseguito fin dal 2002 l'attestato di conformità a ETrust, lo schema di riferimento elaborato dall'Organismo di certificazione Det Norske Veritas per la certificazione dei siti internet per il commercio elettronico, in relazione alla gestione del portale www.mps.it, con riguardo ai seguenti aspetti:

- infrastruttura (facilità di utilizzo, accessibilità, funzionalità);
- processi e organizzazione (modello di business, gestione degli ordini, livello di servizio, efficienza dei sistemi di gestione dei rapporti con gli utenti);
- sicurezza:
 - logica - il servizio è protetto con adeguati sistemi tecnologici (incluso il trattamento confidenziale delle informazioni in tutte le fasi, dalla trasmissione alla conservazione);
 - fisica - le parti critiche dell'infrastruttura tecnologica sono situate in una zona sicura, il cui accesso è limitato e protetto da appropriati sistemi;
 - organizzativa - i rischi di attacco al sito sono stati opportunamente individuati e valutati, definendo le relative responsabilità e la loro attribuzione. In caso di violazione delle procedure di controllo degli accessi sono attivate misure atte ad assicurare la continuità del sistema.

PRODOTTI E SERVIZI DI FINANZA SOSTENIBILE

La Banca ed il Gruppo MPS offrono diverse forme di gestione socialmente ed ambientalmente sostenibile dei risparmi e degli investimenti della clientela, assicurando supporto finanziario a coloro che intendono operare nell'ambito della realizzazione di progetti ed iniziative con significative ricadute sociali ed ambientali.

Per una descrizione di dette attività si rimanda ai Capitoli "Società - Iniziative di business socialmente responsabili", a pagina 87, e "Impatti ambientali indiretti", a pagina 109.



AZIONISTI E INVESTITORI

A l 31 dicembre 2004 il capitale sociale della Banca è di 1.935.272.832 euro, suddiviso in azioni del valore nominale di euro 0,64 ciascuna, di cui:

- ordinarie n. 2.448.491.901, pari all'80,97%
- privilegiate n. 565.939.729, pari al 18,72%
- di risparmio n. 9.432.170, pari allo 0,31%

Ripartizione azionisti per tipologia



Le azioni ordinarie della Banca sono quotate a partire dal 20 settembre 1999 nel Mercato Telematico Azionario gestito dalla Borsa Italiana S.p.A., ove fanno parte dell'indice Mib30 (oggi SP-Mib40).

I MAGGIORI AZIONISTI *

	Azioni possedute (n.)	% sul capitale sociale con diritto di voto alle assemblee ordinarie	% sul capitale sociale con diritto di voto alle assemblee straordinarie	% sul capitale sociale totale
Fondazione MPS	1.199.761.031 (ordinarie) 565.939.729 (privilegiate) 9.166.322 (risparmio)	49,00	58,57	58,70
Caltagirone Francesco Gaetano	115.500.000 (ordinarie)	4,72	3,83	3,82
Hopa S.p.A.	73.463.100 (ordinarie)	3,00	2,44	2,4
Premafin Finanziaria S.p.A.	63.148.069 (ordinarie)	2,58	2,09	2,08

* Azionisti che al 31.12.2004 partecipano direttamente o indirettamente in misura superiore al 2% del capitale sociale, rappresentato da azioni con diritto di voto.

SISTEMI DI VOTO E TUTELA DEGLI AZIONISTI DI MINORANZA

L'Assemblea ordinaria delibera a maggioranza assoluta dei votanti, fatta eccezione per la nomina dei membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, che viene effettuata con le modalità del cosiddetto "voto di lista".

L'Assemblea straordinaria delibera con il voto favorevole di almeno il 60% delle azioni aventi diritto di voto.

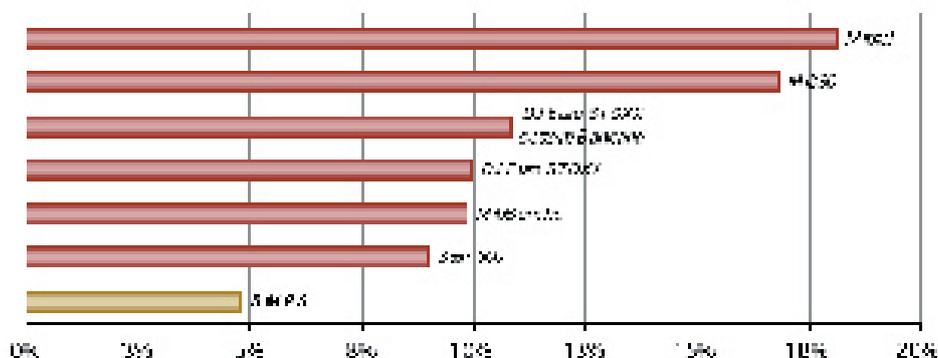
A seguito della delibera dell'Assemblea straordinaria degli azionisti del 14 giugno 2003, la partecipazione della Fondazione MPS al capitale ordinario della Banca è scesa al 49%, trasformando la parte eccedente in azioni privilegiate, senza diritto di voto. Inoltre, la medesima delibera ha introdotto una modifica allo Statuto, secondo la quale, qualora in sede di assemblea ordinaria una fondazione di origine bancaria fosse in grado di esprimere la maggioranza delle azioni ammesse al voto, il Presidente escluda dal voto un numero di azioni di detta fondazione che rappresentino la differenza più uno fra il numero delle azioni ordinarie da essa depositate e la somma delle azioni ordinarie depositate dai rimanenti azionisti presenti ed ammessi al voto.

“ Creare valore per i nostri azionisti, nel breve come nel lungo termine, instaurando con loro un rapporto di massima fiducia e trasparenza, è la nostra stessa missione. ”

ANDAMENTO DEL TITOLO E VALORE DI MERCATO

Nel 2004 il titolo della Banca ha registrato un incremento del 4,8% rispetto al valore al 31 dicembre 2003 (2,51 euro), con una quotazione a fine anno di 2,63 euro. Il valore di mercato della Banca si è dunque attestato sui 7,9 miliardi di euro, con un'incidenza sulla capitalizzazione complessiva della Borsa italiana dell'1,35%.

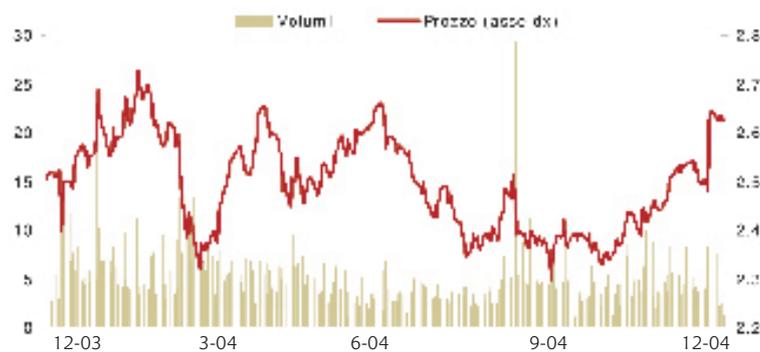
Variazioni 12 mesi 2004 (Dic. 03-Dic. 04)



Fonte: Reuters

REMUNERAZIONE DEGLI AZIONISTI

Dei 610,5 milioni di euro di utile netto, 263,7 milioni (il 43%) sono stati destinati alla remunerazione del capitale.



Fonte: Reuters

PREZZI DI RIFERIMENTO E CAPITALIZZAZIONE	2003	2004
Prezzo (euro)	2,51	2,63
Capitalizzazione (milioni di euro)	7.551	7.913
Indici borsistici (euro)		
Utile per azione	0,15	0,17
Patrimonio per azione	2,04	2,14
Remunerazione degli azionisti (euro)		
Dividendo per azione ordinaria	0,0546	0,086
Dividendo per azione di risparmio / privilegiata	0,0610	0,0924

INVESTOR RELATIONS

Nel 2004 l'attività di relazione con gli investitori è stata molto intensa, con l'obiettivo di garantire continuità, completezza e trasparenza dell'informazione circa l'operatività e le strategie del Gruppo. Per una descrizione di dette attività si rimanda al capitolo "Relazioni con gli stakeholder", a pagina 38.



RATING FINANZIARIO

Nel 2004 si sono svolti in più riprese incontri fra la Direzione Generale della Banca ed esponenti delle tre maggiori agenzie mondiali di rating, ai quali sono state illustrate le strategie del Gruppo MPS, nonché le dinamiche evolutive dell'attività gestionale dell'esercizio. Le agenzie hanno tutte confermato le valutazioni in essere sul debito e breve e a medio termine. In proposito, Standard & Poor's, pur confermando il proprio giudizio, ha rivisto il suo outlook da "stabile" a "negativo".

STANDARDS & POOR'S		MOODY'S INVESTORS SERVICE		FITCH RATINGS	
BREVE TERMINE	LUNGO TERMINE	BREVE TERMINE	LUNGO TERMINE	BREVE TERMINE	LUNGO TERMINE
	AAA				
	AA+		Aaa		AAA
	AA		Aa1		AA+
	AA-		Aa2		AA
A1+	A+		Aa3	F1+	AA-
A1	A	Prime-1	A1	F1	A+
A2	A-	Prime-2	A2	F2	A
A3	BBB+	Prime-3	A3	F3	A-
B	BBB	Not Prime	Baa1	B	BBB+
C	BBB-		Baa2	C	BBB
D	BB+		Baa3	D	BBB-
	BB		Ba1		BB+
	BB-		Ba2		BB
	B+		Ba3		BB-
	B		B1		B+
	B-		B2		B
	CCC+		B3		B-
	CCC		Caa		CCC+
	CCC-		Ca		CCC
	CC		C		CCC-
	C				CC
					C
					DDD
					DD
					D

RATING ETICO

Alla luce delle valutazioni del profilo di responsabilità sociale della Banca da parte di alcune tra le principali agenzie internazionali di rating etico, il titolo è presente nei seguenti indici borsistici di sostenibilità, ottenendo nel 2004 gli score sintetici indicati.



Dow Jones Sustainability Index World (DJSIW)

www.sustainability-index.com

Indice nato nel 1999 da una cooperazione tra Dow Jones, STOXX Limited e SAM – Sustainability Asset Management, società di ricerca svizzera leader mondiale nella gestione patrimoniale sostenibile.

Nel DJSIW sono inserite circa 300 aziende di 34 nazioni del mondo, operanti in 60 settori economici, con una capitalizzazione complessiva pari a 6.200 miliardi di dollari.

Con specifico riferimento al settore bancario, l'indice comprende 27 istituti, di cui 20 europei e, tra questi, solo 2 italiani.

La valutazione di sostenibilità, effettuata da SAM nel settembre del 2004, ha confermato, per il terzo anno consecutivo, l'inserimento del titolo della Banca nell'indice, con uno score di 57 (54 nel 2003), rispetto ad una media di settore pari a 42 (47 l'anno precedente).

Performance (dati in %)	Score MPS	Score medio del settore *	Score massimo nel settore
Economica	57	50	92
Sociale	57	28	73
Ambientale	58	43	84
Totale	57	42	84

* Le medie di settore si riferiscono alle 27 banche di livello mondiale inserite nell'indice.



FTSE4Good Global Index e FTSE4Good Europe Index

www.ftse.com/ftse4good/index.jsp

Indici ideati dal Financial Time e dal London Stock Exchange. EIRiS, la società inglese di ricerca sugli investimenti etici che ne cura le attività di rating, non rilascia uno score sintetico, bensì dei giudizi qualitativi. L'ultima revisione semestrale (marzo 2005) ha confermato, per il terzo anno consecutivo, la positiva rispondenza dell'operato della Banca ai criteri di selezione utilizzati.

Nell'indice mondiale sono inserite 746 aziende, di cui 71 banche, mentre in quello europeo sono presenti 289 aziende, di cui 39 banche, delle quali solo 4 sono italiane.



ETHIBEL

www.ethibel.org

Indice mondiale gestito dall'omonima società indipendente belga di ricerca e consulenza sugli investimenti socialmente responsabili.

L'indice comprende 285 aziende selezionate nei principali mercati borsistici mondiali. Con specifico riferimento al settore bancario, sono 20 gli istituti che nel marzo del 2005 hanno superato positivamente lo screening di Ethibel, di cui 3 italiani.

La Banca, presente nell'indice dal marzo 2004, è considerata tra le 178 aziende al mondo "pioniere" nel campo della responsabilità sociale.

Performance	Score MPS
Economica	B
Sociale interna	A
Sociale esterna	A
Ambientale	AA

Legenda

AA	Pioniere
A	Molto superiore alla media
B	Superiore alla media
C	Media
D	Inferiore alla media
E	Molto inferiore alla media



SiRi Company

www.siricompany.com

É stabile, rispetto allo scorso anno, il giudizio sulla responsabilità sociale della Banca secondo il modello di valutazione di SiRi Company, la prima aggregazione a livello mondiale di agenzie di rating ambientale e sociale

Performance (dati in %)	Score MPS	Score minimo nel settore	Score massimo nel settore
	68,1	21,8	88,9

Agenzia Europea di Investimenti (AEI) Standard Ethics

www.aei-standardethics.org

EE- è il rating della Banca, superiore alla media italiana, E+, secondo quanto emerge dal Rapporto annuale 2004 dell'Agenzia Europea di Investimenti Standard Ethics. L'Agenzia, che è un Gruppo Europeo d'Interesse Economico – GEIE avente lo scopo di promuovere la responsabilità sociale d'impresa e gli investimenti etici sulla base dei principi e delle indicazioni delle Nazioni Unite, dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo e dell'Unione Europea, ha esaminato 101 società quotate alla Borsa italiana, tra cui 33 banche.

Rating	Società* (n.)
EEE-	1
EE+	6
EE	8
EE-	17
E+	33
E	25
E-	9

* La valutazione su 2 società è stata sospesa.

FORNITORI

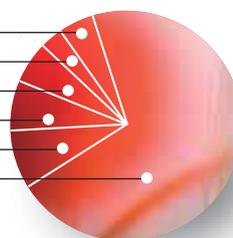
La strategia degli approvvigionamenti del Gruppo MPS consiste nell'adottare un approccio organizzato e professionale ai processi di acquisto, sviluppando con i propri fornitori rapporti di reciproca trasparenza e correttezza.

Le relazioni commerciali con i fornitori sono governate a livello accentrato da una funzione di Direzione Generale (il Servizio Centrale Acquisti di Gruppo), al fine di ottenere economie di costo e di garantire uniformità di gestione nel soddisfare le esigenze delle diverse aziende del Gruppo.

Al 31 dicembre 2004, nell'Albo fornitori di Gruppo sono registrate 690 imprese, che nell'esercizio 2004 hanno effettuato forniture di beni e servizi per un importo complessivo di circa 335 milioni di euro, di cui 170 per la Banca.

Suddivisione fornitori per fatturato (euro)

Oltre 1.00.000	5%
500.000-1.000.000	3%
250.000-500.000	6%
100.000-250.000	7%
50.000-100.000	8%
0-50.000	71%



I processi di selezione dei fornitori privilegiano la loro competenza e competitività. Attraverso un'attività di valutazione e di negoziazione finalizzata a ricercare il migliore rapporto qualità/prezzo, le imprese sono incentivate all'innovazione, fattore che il Gruppo considera essenziale per poter assicurare la continuità del rapporto commerciale. Con i fornitori in possesso di competenze distintive e, in particolare, di significative risorse tecnologiche, vengono definiti accordi di lungo periodo e, in taluni casi, vengono stretti veri e propri "rapporti di partnership" a garanzia di forniture durature e di elevata qualità.

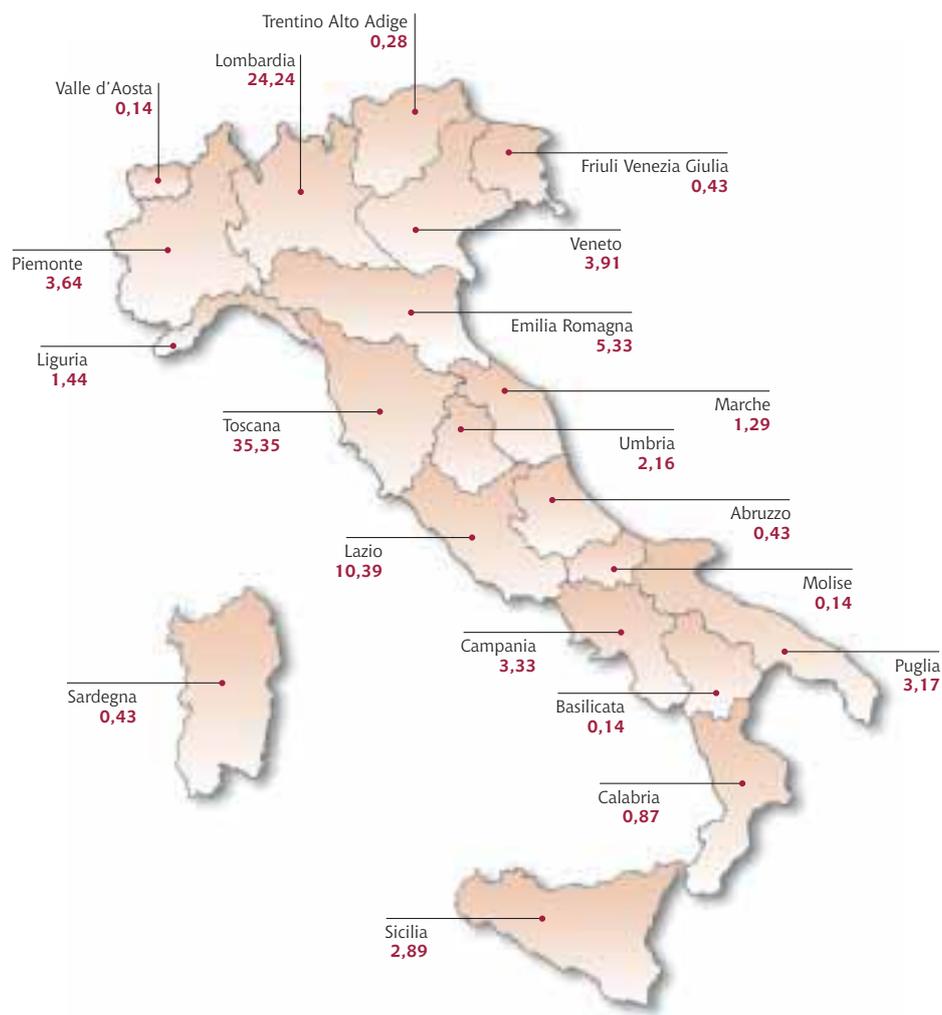
In virtù del forte radicamento territoriale, che storicamente contraddistingue le aziende bancarie del Gruppo MPS, particolare attenzione viene riservata alle piccole imprese locali, comunque in grado di sostenere la propria crescita ed il proprio livello di competitività nel tempo, con l'obiettivo di contribuire alla salvaguardia ed allo sviluppo dei sistemi socio-economici di riferimento. Pertanto, ove ciò sia compatibile con l'esigenza di realizzare le migliori condizioni economiche e di qualità del prodotto o servizio fornito, il Gruppo tende ad avvalersi di fornitori locali.

Per evitare di intrattenere rapporti con soggetti scarsamente professionali e di incerto profilo sociale, promovendo tra i propri partner commerciali comportamenti responsabili anche su questi aspetti, la selezione dei fornitori comprende anche una valutazione delle loro politiche e pratiche di tutela dei diritti dei lavoratori e di salvaguardia dell'ambiente.

La valutazione del fornitore, che viene effettuata in occasione dell'attivazione del rapporto di fornitura, è verificata, con periodicità non superiore a 24 mesi, tramite la richiesta di attestazione delle proprie posizioni:

- Economica (con l'invio degli ultimi due bilanci di esercizio);
- Ambientale (con la compilazione di un apposito questionario);
- Qualità di servizio o di prodotto (attraverso l'accertamento del possesso di certificazioni e verifiche della rispondenza delle forniture ai requisiti attesi).

Ripartizione territoriale dei fornitori



“ La nostra politica degli approvvigionamenti si fonda su rapporti di attenta collaborazione con i fornitori, nella costante ricerca di condizioni di reciproco beneficio. ”

Sulla base degli aspetti sopra elencati viene assegnato un punteggio la cui media porta alla determinazione del “rating” del fornitore il cui peso è determinante per l’inserimento nell’albo e significativo anche nei processi di affidamento ordinario.

Pertanto, il possesso di certificazioni di qualità (ISO 9001) ed ambientali (ISO 14001, EMAS) costituisce un requisito chiave per la valutazione del complessivo livello di servizio offerto dal fornitore, sebbene il processo di valutazione preveda anche:

- un approfondimento sui requisiti di compatibilità ambientale delle attività svolte dall’impresa fornitrice, sulla base delle informazioni rilasciate dalla stessa in merito all’eventuale possesso di una politica ambientale documentata, di un’organizzazione interna, di procedure e strumenti atti ad assicurare il costante rispetto della normativa ambientale e l’efficace gestione dei propri impatti sull’ecosistema. Tra i fornitori iscritti all’Albo, 286, che rappresentano il 46% della spesa complessiva sostenuta dalla Banca nel 2004, sono stati sottoposti a valutazione ambientale, con risultati soddisfacenti nell’86% dei casi;
- l’analisi della posizione espressa dall’impresa in merito ai principi etico-sociali considerati dalla norma internazionale Social Accountability 8000. Nello specifico, il fornitore è invitato a rilasciare una dichiarazione formale di adesione a detto standard, quale condizione necessaria per la sua inclusione e/o permanenza nell’Albo. Al 31 dicembre 2004 il 64% dei fornitori ha già espresso la propria adesione alla norma SA 8000.

FORNITORI CONFORMI A STANDARD CERTIFICATIVI

	numero	% sul totale fornitori dell’Albo	% su fatturato complessivo
ISO 9001 (certificazione)	179	26,0	52,5
ISO 14001, EMAS (certificazione)	18	2,6	1,0
SA 8000 (adesione)	428	64,0	86,3

Per quanto concerne, in particolare, le verifiche ai fornitori inerenti alla norma SA 8000, che fanno carico alle aziende certificate, va sottolineato che MPS Banca per l’Impresa, nell’ambito del proprio Sistema di Gestione Ambiente e Responsabilità Sociale, effettua periodici controlli a campione e definisce, d’accordo con l’impresa interessata, un piano di miglioramento per facilitarne il progressivo adeguamento alle condizioni contrattuali e lavorative previste dallo standard.

SOCIETÀ

Dall'ambito locale e regionale che per secoli e fino a qualche decennio fa ne caratterizzava sostanzialmente l'attività, la Banca Monte dei Paschi ha tratto la propria specificità, pressoché unica nel panorama bancario nazionale: quella, al contempo, di essere uno dei maggiori Gruppi bancari e di operare a livello territoriale ancora con lo spirito e le modalità della banca di casa, della banca vicina, sempre attenta alle istanze ed alla crescita delle comunità e dei territori di cui fa parte.

Nella fase di espansione che negli anni ha portato la Banca, con diverse acquisizioni, ad operare in contesti regionali sempre più vasti, allargando la sua presenza a nuove aree geografiche, questa caratteristica è stata estesa alle realtà locali, presso le quali si è inserita a pieno titolo, partecipando attivamente non solo al sistema economico e produttivo, ma anche alle iniziative sociali e culturali delle varie comunità, prestando attenzione e sostenendo con interesse le loro espressioni di costume e tradizione.

Questo filo ideale che lega la moderna banca di oggi all'originario Monte Pio istituito nel 1472, questo naturale riferimento a tutti, indistintamente, i territori di insediamento, questa volontà di fare dell'attenzione al sociale un elemento peculiare delle proprie politiche e strategie, sono stati trasposti ed esplicitati fin dal 2001 nella mission aziendale, che statuisce come la Banca voglia "sviluppare il senso di appartenenza al Gruppo valorizzando nel contempo le differenze culturali e mantenendo un forte radicamento di ciascuna Azienda nel territorio in cui opera".

Crescere, pertanto, con le comunità, rispettandone le tradizioni e favorendo il rapporto con il territorio.

IMPATTO SULLE COMUNITÀ

Al fine di fornire un quadro complessivo e organico di tutte le attività della Banca che hanno una "ricaduta sociale" positiva sulla collettività, da questa edizione del Bilancio Socio-Ambientale si è iniziato ad adottare il modello di rendicontazione proposto dal London Benchmarking Group (LBG), la cui metodologia, nell'ultima versione del dicembre 2004,



individua cinque principali categorie di interventi a favore dello sviluppo della comunità, che si differenziano tra di loro a seconda dei ritorni economici e sociali che le attività realizzate hanno sia sul business, sia sugli stakeholder.

La logica alla base del modello adottato, che consente anche forme di confronto (benchmarking) nel tempo con le altre aziende, è la valorizzazione dei diversi contributi della Banca sulla base dei costi effettivamente sostenuti. Il modello, schematizzabile sotto forma di piramide, esprime la possibilità di misurare i benefici e i ritorni di business derivanti dalle diverse attività: alla base della piramide si trovano le attività direttamente connesse al core business, all'apice della stessa quelle legate maggiormente alle attività filantropiche e di beneficenza della Banca.

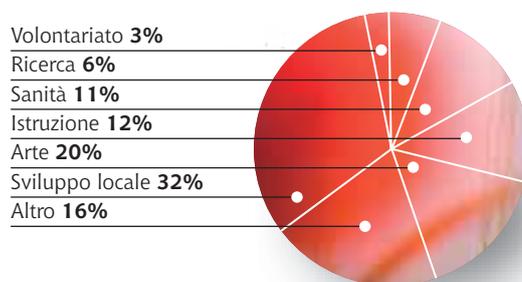
IL RUOLO DELLA FONDAZIONE MPS



FONDAZIONE
MONTE DEI PASCHI DI SIENA

La Fondazione Monte dei Paschi di Siena, principale azionista della Banca, ha come missione quella di perseguire "fini di utilità sociale nei settori rilevanti della ricerca scientifica, dell'istruzione, dell'arte e della sanità, dell'assistenza alle categorie sociali deboli, ivi compresa la sua originaria finalità di beneficenza, della valorizzazione dei beni e delle attività culturali, nonché dei beni ambientali". Nel 2004 la Fondazione ha assegnato 134,1 milioni di euro per la realizzazione di progetti di terzi nei settori di intervento di seguito descritti (maggiori informazioni sono riportate nel Bilancio di Missione 2004, disponibile nel sito www.fondazionemps.it).

Distribuzione delle erogazioni per settore di intervento



“ Siamo una presenza attiva sull'intero territorio nazionale e ci sentiamo cittadini responsabili delle comunità in cui operiamo. Intendiamo promuovere, sostenere e difendere la multiculturalità, ovvero le tante identità locali che, grazie alle rispettive differenze, formano la grande ricchezza del nostro Paese. ”

DONAZIONI

Forme di sostegno a titolo gratuito erogate in risposta alle aspettative o ai bisogni manifestati dalla comunità, senza impatti sul business.

Nel 2004 la Banca ha deliberato l'erogazione, sotto forma di liberalità, di complessivi 825.000 euro a favore di progetti di natura socio-culturale. Fra i principali interventi, il contributo a favore dell'iniziativa "Invito a Palazzo Chigi Saracini" (300.000 euro), il sostegno alla protezione del patrimonio artistico con il contributo di 125.000 euro per l'ultimazione dei lavori di restauro della Basilica Palatina di Santa Barbara di Mantova ed il sostegno della ricerca scientifica con le donazioni a favore della *Legatumori Senese* (100.000 euro) e di *Toscana Life Sciences* (200.000 euro), la Fondazione con finalità di ricerca scientifica negli ambiti della cura e diagnosi delle patologie umane fondata dalla Banca insieme ad altri enti, Università ed istituzioni locali e regionali.

SOLIDARIETÀ ALLE POPOLAZIONI DEL SUD EST ASIATICO COLPITE DAL MAREMOTO

Per sostenere le popolazioni colpite dal maremoto che il 26 dicembre 2004 ha devastato il Sud-est asiatico, la Banca e le altre società del Gruppo hanno avviato diverse iniziative finalizzate alla raccolta di fondi destinati a sostenere progetti d'intervento coordinati da organismi umanitari, quali Unicef, Caritas e Comitato "Terre di Siena-Tamilnadu-Sri Lanka", costituito da istituzioni e associazioni di volontariato della provincia di Siena.

(migliaia di euro)

Banca MPS	410
Donazione liberale	150
Raccolta da clientela	200
Raccolta da dipendenti *	60
Altre società del Gruppo MPS	366
Banca Agricola Mantovana **	96
Banca Toscana	80
MPS Banca per l'Impresa	30
MP Asset Management SGR	40
Montepaschi Vita	40
Consum.it	30
MPS Finance	30
Intermonte Securities SIM	20
TOTALE Gruppo MPS	776

* Devoluzione da parte dei dipendenti della retribuzione relativa ad alcune ore lavorative.

** L'importo comprende 80.000 euro quale donazione liberale di BAM, 7.836 euro offerti dai dipendenti ed analoga cifra versata da BAM.

INTERVENTI DI SOLIDARIETÀ DI ALCUNE SOCIETÀ DEL GRUPPO MPS

MPS FINANCE BANCA MOBILIARE

Fra le iniziative promosse nel 2004 da MPS Finance Banca Mobiliare S.p.A. si segnala la donazione di oltre 36.000 euro al Centro trapianti di gastroenterologia presso il Policlinico di Modena, per la promozione del progetto di ricerca "Insufficienza epatica e nuove strategie di supporto della funzione epatica". Ciò ha contribuito alla realizzazione di un'avanzata unità di intervento, assistenza e ricerca, che si colloca in posizione di evidenza a livello mondiale.

Altro contributo è stato elargito in favore della Comunità Papa Giovanni XXIII, per fornire assistenza a bambini portatori di handicap e a persone affette da disagi fisici o psichici. La donazione è stata utilizzata per l'acquisto di strumentazioni per la cura ed il sostegno di tali disabilità.

MONTE PASCHI ASSET MANAGEMENT SGR

Monte Paschi Asset Management Sgr ha contribuito nel 2004 con 10.000 euro all'organizzazione di un concerto, svoltosi al Palasport di Colle Val d'Elsa (SI), il cui ricavato è stato totalmente devoluto all'UNICEF per il sostegno di progetti che il Fondo delle Nazioni Unite per l'Infanzia promuove in molte regioni del mondo per la tutela dei diritti dei bambini.

Sempre nel 2004 ha sostenuto con un importo di 30.000 euro l'acquisto di un'autoambulanza da parte dell'Associazione di Pubblica Assistenza di Pienza.

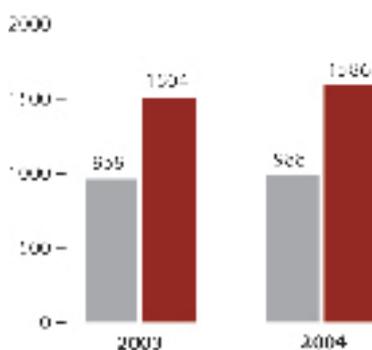
CONSUM.IT: INSIEME PER IL PROGETTO CONGO

Consum.it, la società di credito al consumo di MPS, ha devoluto per il Natale 2004 la somma di denaro (80.000 euro) prevista per gli omaggi natalizi ad una iniziativa in favore dell'Africa: il Progetto Congo.

Il Progetto si articola in due iniziative:

- il sostegno al centro sanitario di "Heshima Letu", sul lago Kivu, con l'acquisto di strumentazione medica, materiale di laboratorio e attrezzature per servizi di radiografia, insieme al finanziamento per l'allestimento di laboratori e la formazione di fisioterapisti, psicologi ed infermieri;
- la costruzione di una scuola per bambini a Djri, un villaggio a pochi chilometri da Brazzaville. Djri manca del tutto di strutture sociali e di assistenza (ospedale, scuole, ecc.), tuttavia è centro di richiamo commerciale per i villaggi vicini, che potranno pertanto anch'essi beneficiare di tale struttura.

Permessi per donazione sangue (anno 2004)



■ Dipendenti donatori
■ Donazioni

Azioni di solidarietà dei dipendenti

La Banca ha promosso fra i dipendenti una serie di iniziative di solidarietà finalizzate alla **raccolta di fondi** destinati all'erogazione di borse di studio per i figli dei volontari di pace e al sostegno delle famiglie delle vittime di Nassirya.

Per l'anno 2004 tali sottoscrizioni hanno raggiunto oltre 3.500 adesioni, con una raccolta complessiva di circa 25.500 euro.

Inoltre, per quanto riguarda le iniziative di **volontariato**, la Banca nel 2004 ha concesso al personale congedi straordinari retribuiti per la partecipazione ad iniziative di protezione civile. Sono in aumento le donazioni di sangue, che nel 2004 hanno interessato nella Banca il 7% del personale. Ai donatori sono state concesse 1.586 giornate di permesso.

INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ

Forme di sostegno a medio e lungo termine ad iniziative di sviluppo della comunità che consentano un aumento della reputazione della Banca.

Iniziative a sostegno dello sviluppo della comunità

Alcune donazioni liberali o sponsorizzazioni si concretizzano talvolta nell'ambito di rapporti di partnership duraturi con associazioni ed organismi attivi nei territori in cui opera la Banca. Spesso, infatti, non si esauriscono in interventi estemporanei od occasionali, ma riescono a contribuire, per la loro sostanziale continuità, allo sviluppo delle comunità, delle quali costituiscono un interessante riferimento.

In campo musicale, la Banca si distingue per essere fra i principali sostenitori, in alcuni casi socio fondatore, di diverse Associazioni Musicali, fra cui l' "Accademia Musicale Chigiana", la Fondazione de "Il Maggio Musicale Fiorentino", il "Teatro San Carlo di Napoli", la "Fondazione Teatro Regio di Parma".

Anche nel 2004 la Banca è intervenuta a sostegno del Magistrato delle Contrade del Palio di Siena, sia per la tutela e la conservazione del patrimonio storico, artistico e culturale delle Contrade, sia per il supporto alle attività sociali e culturali delle stesse.

Importante anche l'intervento a favore dell'Associazione Albergatori di Chianciano Terme per la realizzazione del palazzo dei Congressi ed il rinnovato impegno nella sponsorizzazione della campagna di scavi di Orvieto accordata all'Università di Macerata.

Servizio Riscossione Tributi

La Banca gestisce direttamente i servizi di riscossione tributi attraverso Concessioni in 5 Ambiti provinciali (Roma, Siena, Grosseto, Livorno e Latina), in cui sono attualmente impiegati circa 900 dipendenti.

Società del Gruppo, inoltre, svolgono il servizio in altre Regioni: in tutte le Province della Sicilia (Montepaschi SE.RI.T. S.p.A.), nella Provincia de L'Aquila (GE.RI.T. S.p.A.), di Perugia (SO.RI.T. S.p.A.) e di Piacenza (Padana Riscossioni S.p.A.).

Attraverso il sito internet www.paschiriscossione.it gran parte dei contribuenti dei suddetti ambiti territoriali può provvedere al pagamento sia dei tributi previsti dalle Concessioni, sia dell'Imposta Comunale sugli Immobili (ICI).

Con riferimento ai servizi di "Fiscalità Locale" la Banca ha conseguito nel 2004 la certificazione di qualità ISO 9001.

SERVIZI DI RISCOSSIONE TRIBUTI		2003		2004	
Enti	n. ruoli (migliaia)	Valore prestazione (migliaia di euro)	n. ruoli (migliaia)	Valore prestazione (migliaia di euro)	
Agenzia delle entrate	8.276	1.775.541	7.414	1.370.893	
Altri Uffici statali	6.764	116.357	7.330	110.154	
Enti previdenziali INPS e INAIL	3.574	404.267	5.339	789.562	
Altri Enti impositori di varia natura	3.894	103.526	3.558	38.300	
Comuni *	24.772	473.060	23.532	281.075	
Totale	47.280	2.872.751	47.173	2.589.984	

* I dati del 2004 rispetto al 2003 sono conseguenti all'adozione del sistema tariffario per il servizio di raccolta dei rifiuti solidi urbani, che ne ha comportato il pagamento tramite bollette anziché secondo la cartella esattoriale.

PROGETTO PUGLIA

Nel secondo semestre del 2004 è stato approvato un pacchetto di iniziative a supporto dello sviluppo del territorio e del tessuto produttivo pugliese. Tali iniziative sono il frutto della particolare attenzione che il Gruppo MPS rivolge alla Puglia, regione nella quale opera con oltre 2000 dipendenti in 108 sportelli, svolgendo un ruolo importante nell'economia e nella società. La Puglia è caratterizzata da potenzialità di crescita molto interessanti, anche alla luce delle prospettive di integrazione dell'economia italiana ed europea sia con i paesi dell'Est, sia con quelli del mediterraneo.

Il progetto si muove lungo 5 direttrici:

1. Sviluppo di nuove forme di collaborazione tra Gruppo MPS, Enti territoriali e tessuto locale.
2. Stimolo e supporto alle imprese, anche del settore agricolo, per ottimizzare la struttura patrimoniale, potenziare la competitività e semplificare l'accesso al mercato dei capitali.
3. Iniziative per favorire l'internazionalizzazione delle imprese, accompagnandone l'espansione commerciale e produttiva.
4. Sostegno alle giovani coppie per l'acquisto della prima casa.
5. Supporto per la valorizzazione del patrimonio immobiliare, artistico e culturale.

Sostegno allo sviluppo economico locale

La Banca ha seguito sempre con grande interesse le misure di Programmazione Economica Regionale e gli interventi di sviluppo territoriale pianificati dagli Enti locali, attivandosi particolarmente sui temi della finanza agevolata a favore del sistema produttivo (vedasi paragrafo "Iniziative di business socialmente responsabili", a pagina 90).

Con l'obiettivo di rafforzare il contributo del Gruppo alla crescita economica delle singole aree territoriali, sono state poste in essere iniziative in collaborazione con gli altri soggetti, pubblici e privati, attivi a livello locale. In tale ambito assumono rilevanza:

Protocolli d'Intesa Regionali

Il Gruppo MPS ha partecipato all'apertura dei tavoli di confronto fra le varie componenti economico-sociali per la stesura del "Patto per la Toscana", per la cui elaborazione prende parte ai tavoli di lavoro. In collaborazione con la Regione Toscana e Fidi Toscana ha inoltre lanciato un piano d'assistenza creditizia, con un plafond di 250 milioni di euro, finalizzato allo sviluppo delle PMI toscane, strutturato secondo le modalità del "bond di distretto".

Banca MPS e Banca Toscana hanno inoltre partecipato, in veste di sponsor finanziari dell'ATI Prisma, all'attuazione della misura 2.3 "servizi finanziari alle imprese" del DOCUP Regione Umbria 2000/2006, impegnandosi a conferire risorse finanziarie, in aggiunta a quelle pubbliche, ai fondi di garanzia e di capitale destinati al finanziamento delle PMI umbre.

Agenzie di Sviluppo Locale

Anche nel 2004 la Banca ha sostenuto l'attività dell'Agenzia di Sviluppo della provincia di Siena, nata nel 2003 per supportare, attraverso l'offerta di un ampio ventaglio di servizi alle imprese ed agli enti locali, i processi di crescita dell'economia senese, in un'ottica di sostenibilità ambientale e sociale.

Progetto Confidi

Sul versante delle attività di maggiore e stabile relazione con gli organismi di garanzia, è stato sottoscritto un accordo quadro con il Coordinamento Confidi Centro Italia, aderente a Federconfidi/Confindustria, per rendere omogenee le diverse condizioni operative, in funzione del progetto di concentrazione degli organismi di garanzia incentivato dalla riforma del settore.

Il progetto è finalizzato alla creazione di un "portale confidi", destinato ad accogliere i dati inerenti all'operatività dei principali Confidi - Organismi di garanzia collettiva fidi aderenti alle più rappresentative associazioni di categoria.

“

Sulla base delle nostre stesse radici intendiamo essere per gli Enti, la Pubblica Amministrazione e il Terzo Settore il partner che più di altri sa condividere con essi la missione pubblica di servizio che li contraddistingue e costituire, con la nostra presenza, un elemento di ulteriore garanzia per il Cittadino.

”

PROGETTO MARINELLA



sviluppa su 430 ettari in posizione strategica nei Comuni di Ameglia e Sarzana. Una realtà in grado, pertanto, di promuovere direttamente un distretto turistico e di contribuire alla valorizzazione e riqualificazione dell'intera area.

Il progetto prevede l'utilizzo di modelli innovativi, in grado di conseguire obiettivi di qualità e di sostenibilità ambientale, economica e sociale. Un piano, pertanto, in grado di produrre, in sinergia con gli altri operatori presenti sul territorio, un'offerta turistica globale che soddisfi le nuove attese dei cittadini, che integri turismo, sport e cultura, che sia incentrato sulla valorizzazione turistico-immobiliare (Tenuta, Poli nautici e litorale), sull'ampliamento del ventaglio delle offerte turistiche e sulla loro destagionalizzazione.

L'intervento prevede la creazione di 900 posti barca, 500-700 residenze, 200 esercizi commerciali, 25 stabilimenti balneari, 1000 posti letto, a fronte di un investimento complessivo di circa 300 milioni di euro.

In fase progettuale, primaria importanza è stata data alla salvaguardia dell'ambiente e del paesaggio. Sono state infatti realizzate valutazioni di impatto e studi di sostenibilità ambientale, che non hanno prodotto solo schede prescrittive ma anche scelte progettuali idonee a migliorare l'ambiente. È il caso del nuovo sistema infrastrutturale che eviterà al traffico di attraversamento (attualmente il 40% sul totale) di percorrere centri abitati e, con le piantumazioni di verde e le schermature vegetazionali, migliorerà le visuali e gli sfondi, oltre a compensare le emissioni di CO₂ in atmosfera.

Nell'agosto del 2004 Marinella S.p.A., società del Monte dei Paschi di Siena interamente dedicata allo sviluppo ed alla valorizzazione economica e turistico ambientale della bassa Val di Magra, ha presentato alle varie istituzioni il "Progetto Marinella", finalizzato alla riqualificazione dell'area territoriale interessata. Il progetto si articola in 5 programmi:

- la strada parco;
- il polo nautico;
- spiagge e retrospiagge;
- il borgo;
- la tenuta agricola

La Val di Magra costituisce un ambiente naturale unico per valori paesaggistici, tradizioni e storia. I centri storici in gran parte restaurati, la quattrocentesca Fortezza Firmafede, il Castello di Ameglia, il fiume con vocazione di porto turistico, le spiagge, gli scavi archeologici dell'antica Luni, il Parco di Montemarcello Magra, la Fattoria di Marinella e il suo borgo agricolo costituiscono un patrimonio che, opportunamente valorizzato nel suo insieme, può dar luogo ad un'offerta turistica di qualità, con benefici economici e sociali per le comunità locali.

Nel territorio, la proprietà nota come "Fattoria Marinella", facente capo al Gruppo MPS, si

IL BRAILLE PACK DEL LATTE MARINELLA

La Tenuta di Marinella (di proprietà di MPS Tenimenti, società del Gruppo MPS), che si estende in Val di Magra per una superficie di 430 ettari e ha un allevamento 750 mucche da latte, ha sviluppato, in collaborazione con l'Unione Ciechi di La Spezia e Italpack Cartons di Lacedonia (AV), la produzione di "Braille Pack", un contenitore di latte che, oltre all'aspetto informativo, privilegia anche quello sociale.



La confezione realizzata per il Latte Marinella contiene infatti le informazioni obbligatorie per l'etichettatura anche in alfabeto Braille, andando così incontro alle esigenze dei non vedenti.

Il Braille Pack ha vinto, nei primi mesi del 2005, l'Oscar dell'Imballaggio 2005, premio organizzato dall'Istituto Italiano Imballaggio per i sistemi di packaging più innovativi.

Rapporti con il mondo accademico

Nel 2004 la Banca ha consolidato i tradizionali rapporti di cooperazione con il mondo accademico, fornendo tangibili contributi alla riuscita di specifiche attività didattiche e corrispondendo alle richieste di approfondimento e di esperienze avanzate dalle strutture universitarie. In tale ottica, ha confermato la partecipazione ed il sostegno ai Poli Universitari Aretino, Grossetano e di Colle Val d'Elsa e, in particolare a favore dell'Università degli Studi di Siena, alla quale sono stati devoluti 250.000 euro.

Ha inoltre erogato contributi per complessivi 631.900 euro a favore dei seguenti **Programmi formativi post-laurea**, ai quali hanno contribuito con 329.700 euro altre società del Gruppo:

- MEBS - Master in Economia e Banca, Università degli Studi di Siena;
- GINTS - Master in Gestione delle Istituzioni Finanziarie e nuove tecnologie dell'informazione, Università degli Studi di Siena;
- Master E2C - Economia digitale & e-business, Università degli Studi di Siena;
- CIPMI - Controllo ed Innovazione delle Piccole e Medie Imprese, Università degli Studi di Siena;
- Master in Etica degli Affari, del Consumo e della Responsabilità Sociale, Università degli Studi di Siena, sede di Arezzo;
- Master in Comunicazione e Marketing, Publitalia '80 (Milano);
- LOGIC: Master in Logistica ed Organizzazione Industriale e Commerciale, Centro Toscano per la Qualità (C.T.Q.), Poggibonsi (SI);
- QPMI: Master in Qualità ed Organizzazione delle PMI, C.T.Q. Poggibonsi (SI);
- QCePA: Master in Qualità e Certificazione di Prodotto nelle aziende Agroalimentari, C.T.Q. Poggibonsi (SI);
- Master in Diritti Umani, Università degli Studi di Siena;
- Master in Diritto Tributario, Università degli Studi di Siena.

Tra i diplomati dell'edizione 2004 di alcuni dei suddetti Master, la Banca ha assunto 53 risorse, metà delle quali sono state inserite nella rete delle filiali e metà nelle strutture di Direzione Generale.

Nella sezione Job Opportunities del sito www.mps.it vi è la possibilità di avere informazioni sui corsi di formazione ed i master organizzati dal Gruppo e di inserire il proprio CV nel database aziendale.

Stage

Nel 2004 la Banca ha offerto opportunità di stage a 102 giovani laureati (49 nel 2003), in parte provenienti da Master, che attraverso lo svolgimento di esperienze lavorative presso le strutture di Direzione Generale e le filiali di Londra e Francoforte, hanno potuto verificare, per una durata variabile dai tre ai sei mesi, come le conoscenze teoriche-pratiche possedute potranno essere valorizzate nell'ambito del mondo del lavoro.

Gli stage (ad eccezione di quelli previsti in conclusione dei Master) sono attivati tramite i centri di "placement office" delle Università, che informano gli studenti sulle opportunità periodicamente offerte dalla Banca. Un tutor aziendale accompagna l'interessato nello svolgimento delle attività assegnate, che si concludono con la stesura di un elaborato, che potrà essere pubblicato sulla rete intranet di Gruppo, disponibile per la consultazione da parte dei dipendenti.

“INVITO A PALAZZO CHIGI SARACINI”

La Mostra, inaugurata il 22 gennaio 2005, si è configurata sin dall'inizio come un evento di grande importanza, così come dimostra il successo di pubblico ottenuto. Il percorso espositivo al piano nobile permette al grande pubblico non solo di conoscere le interessanti e preziose opere d'arte e gli oggetti della collezione, ma anche di immergersi nell'atmosfera di una nobile dimora con caratteristiche medievali e rinascimentali, appartenuta a grandi mecenati ed estimatori d'arte. Altrettanto interessante è la Mostra intitolata “Oltre la Scuola senese”, allestita al pianterreno del Palazzo, oggi sede della celeberrima Fondazione Accademia Musicale Chigiana, che presenta opere di artisti del seicento e del settecento tratte dai depositi e, per lo più, mai esposte.

Fruibilità del patrimonio storico-artistico della Banca

Nel corso dei suoi oltre cinque secoli di vita, la Banca ha commissionato ed acquisito numerose opere d'arte, costituendo una raccolta di notevole dimensione e pregio storico-artistico, che dal 1959 si è arricchita anche della collezione Chigi Saracini, conservata nell'omonimo Palazzo, sede della famosa Accademia Chigiana. All'interno della sede storica di “Rocca Salimbeni” è inoltre custodito l'Archivio Storico della Banca, riconosciuto come uno dei più importanti in ambito nazionale. Nel 2004 la Banca ha reso accessibile ai visitatori le sedi storiche ed il proprio patrimonio d'arte. Alla “Rocca” in oltre 200 visite guidate, sono affluiti più di 1.500 visitatori, a cui si aggiungono coloro che accedono alle sue sale medievali aperte in via straordinaria in occasione del Palio (mediamente 2.000 visitatori annui) e nella Giornata Nazionale di Apertura dei Palazzi delle Banche (1.400 visitatori nella III edizione svoltasi il 2 ottobre 2004).

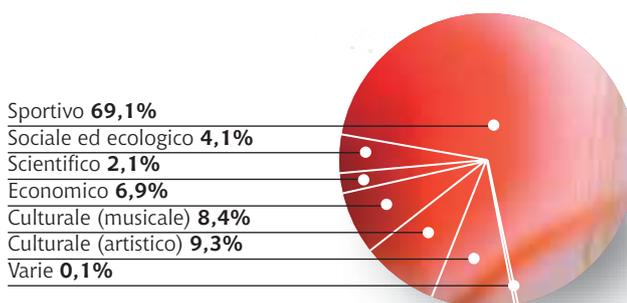
INIZIATIVE COMMERCIALI A IMPATTO SOCIALE SULLA COMUNITÀ

Attività più strettamente legate alla promozione commerciale di prodotti e servizi, svolte per promuovere l'identità del brand, in partnership con enti ed organizzazioni.

Attività di sponsorizzazione

La Banca ha confermato anche nel 2004 il tradizionale sostegno alle manifestazioni che presentano aspetti di carattere sociale, sponsorizzando diversi eventi ed iniziative. Tra le più importanti la “Festa della Toscana”, organizzata dalla Regione per affermare l'esigenza di impegno nella promozione dei diritti umani, della pace e della giustizia, come elemento costitutivo dell'identità della Toscana (20 novembre 2004), il Concerto del Primo Maggio a Roma e “Città Aromatica 2004” a Siena.

Sponsorizzazioni (anno 2004). Totale erogato: 20.148.000 euro*



* Compresi gli interventi di sponsorizzazione descritti in “Investimenti nella comunità”.

Anche le Contrade del Palio di Siena sono state sostenute con contributi per la tutela e la conservazione del loro patrimonio storico ed artistico oltre che per lo sviluppo di attività sociali e culturali.

Montepaschi Vita per l'Arte

A tutela e per la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, Montepaschi Vita ha attivato, in collaborazione con la Soprintendenza Speciale per il Polo Museale Romano, un Progetto di sponsorizzazioni denominato "Montepaschi Vita per l'Arte". La prima iniziativa ha legato il brand Montepaschi Vita ai lavori di restauro del ciclo di affreschi vasariani che decorano la Sala Altoviti a Palazzo Venezia. Nei primi mesi del 2005 è stato definito ed avviato un ulteriore intervento riguardante il restauro urgente del ciclo di affreschi dedicati a "Amore e Psiche" di Perin del Vaga a Castel Sant'Angelo.

Relativamente all'**attività convegnistica**, il Gruppo MPS si è dimostrato come sempre un attento interlocutore del mondo delle imprese, organizzando e sponsorizzando diversi convegni su tematiche di attualità e rilievo, che hanno coinvolto i rappresentanti degli imprenditori e del sistema produttivo. Tra i più significativi si ricordano il "VI Forum Internazionale delle PMI" - Prato 15/16 ottobre 2004, ed il Convegno "Banche, Imprese e Territorio" - Siena, 20 ottobre 2004.

Sono inoltre proseguite le attività di finanziamento e organizzazione di **mostre** e altre iniziative di carattere culturale. Tra gli interventi di maggior rilievo si ricordano:

- *"Una Banca per la cultura. Centotrenta anni di edizioni della Banca Monte dei Paschi di Siena"*: la mostra aperta a Siena nel mese di luglio dedicata alle numerose pubblicazioni realizzate dalla Banca in oltre un secolo di attività, successivamente esportata a Bologna, nel mese di settembre, in occasione di Artelibro, il festival del libro d'arte.
- *"Falsi d'autore. Icilio Federico Joni e la cultura del falso tra Otto e Novecento"*: una rassegna della cultura figurativa senese e, più in generale, del fenomeno della falsificazione d'arte antica che attraversò l'Europa tra il XIX ed il XX secolo. La mostra tenutasi a Siena negli ambienti dell'ex Ospitale Santa Maria della Scala ha raccolto, insieme alle opere di Joni, "il principe" dei falsari senesi, quelle di alcuni suoi amici e collaboratori attivi nello stesso periodo.
- *"Duccio. Alle origini della pittura senese"*: esposizione di opere dell'artista senese Duccio di Boninsegna, ospitata nel complesso museale del Santa Maria della Scala che, in considerazione del successo di pubblico ottenuto nel 2003, è proseguita anche nei primi mesi del 2004.

L'**attività editoriale** è stata contraddistinta dalla pubblicazione dei due libri strenna 2004:

- *"Il Paesaggio Toscano - l'opera dell'uomo e la nascita di un mito"*.
- *"Il Pavimento del Duomo di Siena - l'arte della tarsia marmorea dal XIV al XIX secolo: fonti e simbologia"*.

Per quanto attiene all'editoria di carattere economico, è proseguita la pubblicazione dei fascicoli della rivista "Studi e Note di Economia" e di "Economic Notes - Review of Banking, Finance and Monetary Economics", distribuita dalla casa editrice Blackwell di Oxford. Merita far cenno anche all'iniziativa di MPS Banca per l'Impresa, che ha concorso all'edizione di un pregevole volume dal titolo *"Tesori nascosti della campagna toscana"*.

La Banca ha sostenuto anche il **mondo dello sport**, non solo attraverso l'abbinamento del proprio marchio alla società di calcio AC Siena ed alla Mens Sana Basket, campione d'Italia della stagione 2003-2004, ma anche assicurando un significativo supporto allo sport giovanile e dilettantistico.

CONTRIBUTI OBBLIGATORI

Attività o contributi obbligatori per legge, regolamenti o contratti.

Sostegni alla collettività previsti dai contratti di Tesoreria e Cassa

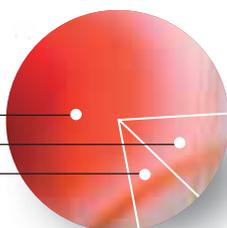
Nell'ambito dei servizi di Tesoreria e Cassa, le convenzioni che regolamentano i rapporti con gli Enti prevedono normalmente, da parte dell'assegnatario, uno stanziamento annuo a sostegno di iniziative promosse dagli Enti stessi, che per la quasi totalità hanno una ricaduta sociale nella comunità di riferimento: di carattere culturale (stagioni teatrali, premi letterari, convegni), musicale, artistico (mostre d'arte), sociale ed ecologico.

SERVIZI DI TESORERIA E CASSA

	2003	2004
Servizi di cassa e tesoreria (n.)	1.702	1.494
Flussi finanziari (migliaia di euro)	41.239.507	39.902.294

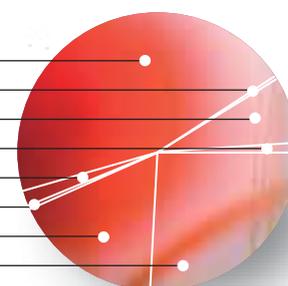
Sponsorizzazioni erogate nei contratti di Tesoreria e Cassa (anno 2004). Totale erogato: 3.730.900 euro

Sociale ed ecologico **77%**
Culturale (artistico) **13%**
Culturale (musicale) **10%**



Servizi di Tesoreria e Cassa (anno 2004)

Istituzioni Scolastiche **45,3%**
Province **0,4%**
Consorzi **7,6%**
Comunità Montane **1,1%**
Aziende Sanitarie **1,9%**
Regioni **0,2%**
Comuni **17,5%**
Altri Enti **25,9%**



Lotta al crimine

Per contribuire alla lotta contro il terrorismo ed il riciclaggio dei proventi legati ad attività illecite, la Banca si è dotata di adeguati sistemi organizzativi e normativi e di idonei supporti tecnologici.

In particolare ha implementato una procedura informatica che, incrociando la "Black List" costituita dagli elenchi diffusi da Autorità investigative, Organi di Vigilanza e Comunitari con l'Anagrafe Generale della clientela della Banca e con i servizi contabili, garantisce un costante monitoraggio delle operazioni bancarie per tali finalità.

Pertanto, eventuali accensioni di rapporti e/o movimentazioni di fondi che interessino i soggetti inclusi in detti elenchi sono opportunamente rilevati dagli operatori e sottoposti ai presidi competenti (Staff Valutazione Operazioni Sospette), per l'attivazione delle necessarie

misure, quali la segnalazione all'Ufficio Italiano Cambi (UIC) delle operazioni sospette, il blocco dei capitali e quant'altro previsto dalle disposizioni delle autorità.

Nel 2004 sono state esaminate 223 segnalazioni (equivalente al 3,3% delle segnalazioni raccolte a livello di sistema), 137 delle quali sono state inoltrate a norma di legge all'UIC.

Supporto alle indagini della Magistratura

Per fornire un efficace supporto alle indagini svolte dalle Autorità di Polizia e dalle Autorità Finanziarie, all'interno del Consorzio Operativo del Gruppo MPS è attivo il Settore Indagini, le cui risorse sono impegnate nella ricerca di dati ed informazioni utili alle autorità preposte.

INIZIATIVE DI BUSINESS SOCIALMENTE RESPONSABILI

Attività di business in grado di incontrare le aspettative sia dei clienti che della comunità ed iniziative caratterizzate da un elevato impatto sociale ed ambientale.

Disimpegno dal settore degli armamenti

La Banca persegue ormai da diversi anni il disimpegno dalle attività finanziarie nel settore degli armamenti ed ha ritenuto di dover intervenire operativamente nell'obiettivo di rendersi estranea, in prospettiva, ai collegamenti con finanziamenti alla produzione e al commercio di armi.

A tale proposito, già nell'agosto 2000 sono state emanate alle filiali precise istruzioni tendenti ad evitare, una volta esauriti i flussi di operazioni già perfezionate in precedenza ed aventi durata pluriennale, operazioni riconducibili alla produzione ed al commercio di armi ai sensi della Legge 185/1990. Nel novembre 2001 tale disimpegno è stato esteso anche alle altre Banche del Gruppo.

L'impegno profuso su questa tematica trova evidenza nel fatto che nessuna società del Gruppo è presente negli elenchi delle banche che finanziano l'esportazione, l'importazione e il transito di materiali d'armamento, contenuti nella Relazione ai sensi della Legge 185/1990, relativa all'anno 2004, presentata dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri al Parlamento.

Progetto Terzo settore

Un'attenta considerazione viene rivolta alle peculiarità degli Enti confessionali e in genere del mondo no-profit, attraverso specifiche funzioni interne e lo sviluppo di apposite strutture e capacità.

In quest'ambito assume particolare rilievo, per la novità dell'iniziativa nel panorama italiano, il varo del "Progetto Terzo settore", che ha come obiettivo la gestione in chiave commerciale dei rapporti con i suddetti enti.

Nel 2004 il Progetto ha riguardato, in particolare, lo sviluppo di un cruscotto informativo, consistente in una dettagliata mappatura di tale tipologia di clientela e in una guida on-line sugli specifici aspetti legali e fiscali ad essa connessi, al fine di un'adeguata conoscenza del settore da parte degli operatori di filiale, quale condizione necessaria per soddisfarne al meglio le esigenze finanziarie.



Servizio bancario di base

Il "Servizio bancario di base", realizzato nell'ambito del Progetto Patti Chiari, è un prodotto ideato per soddisfare le esigenze economico-finanziarie non sofisticate. Non si tratta di un vero e proprio conto corrente bancario, ma di un conto semplificato, a costi ridotti, atto a facilitare il primo accesso alla banca e ai suoi principali servizi anche da parte di chi ne ha limitata conoscenza o ha scarse possibilità finanziarie. Il Servizio permette al cliente di avere a disposizione un pacchetto di prodotti e servizi essenziali: carta ricaricabile, home banking, accredito dello stipendio o della pensione; pagamento utenze, bonifici, ecc. Non comprende il libretto degli assegni, la carta di credito, lo scoperto di conto, l'acquisto di titoli.

Prodotti di finanza etica

Nella consapevolezza che la responsabilità sociale si esprime anche attraverso la possibilità di agire sulle leve destinate ad avviare nella propria clientela un processo di riconversione culturale volto a realizzare uno sviluppo sostenibile e compatibile con la salvaguardia dell'ambiente, la Banca ha sviluppato prodotti etici di finanziamento e di investimento, alcuni dei quali erogati dalla Banca stessa, altri da Società del Gruppo.

Fondi etici

Monte Paschi Asset Management SGR, la Società di Gestione del Risparmio del Gruppo MPS, nel 2004 ha dato avvio al **Sistema Ducato Etico** (www.mpsam.it). È una gamma di prodotti di investimento a carattere etico, che comprende i due fondi comuni lanciati nel 2001, oggi denominati Ducato Etico Geo (fondo azionario che investe su tutti i principali listini del mondo, selezionando società che si distinguono per il loro impegno sul piano della CSR) e Ducato Etico Flex Civita (fondo flessibile che investe in attività finanziarie emesse da Paesi, enti e aziende che non risultino in contrasto con i diritti dell'uomo e dell'ambiente, devolvendo il 50% delle commissioni di gestione e performance in favore dell'Associazione no-profit Civita), ed il nuovo fondo Ducato Etico Fix, che investe prevalentemente in obbligazioni di aziende che si distinguono per la capacità di generare valore attraverso una gestione d'impresa trasparente e sostenibile.

Il Sistema Ducato Etico privilegia le aziende che

- 1 non inquinano e cercano di minimizzare l'impatto ambientale della loro attività
- 2 non sfruttano il lavoro minorile
- 3 rispettano le norme sulla sicurezza del posto di lavoro
- 4 non discriminano tra i lavoratori e garantiscono a tutti uguali opportunità
- 5 sono estranee agli esperimenti che coinvolgono gli OGM
- 6 rispettano la libertà di associazione e l'attività sindacale
- 7 non operano in settori moralmente discutibili (armamenti, pornografia, nucleare, tabacco, ecc.)
- 8 adottano modelli di governance adeguati e trasparenti
- 9 escludono rapporti diretti con dittature e regimi oppressivi
- 10 non abusano della loro posizione sul mercato

SISTEMA DUCATO ETICO

	2003	2004
Asset gestiti (milioni di euro)	26,4	41,03
% sul totale asset gestiti	0,10	0,26

Per la gestione di tali fondi, la SGR ha costituito un apposito Comitato Etico indipendente (vedasi il capitolo "Gestire la Responsabilità Sociale – Organizzazione") ed ha attivato una collaborazione con la Società SAM - Sustainable Asset Management, uno dei maggiori operatori mondiali nel settore degli investimenti socialmente responsabili. Al fine di potenziare la capacità di offerta di tali prodotti, nel 2004 è stata attuata una specifica attività di comunicazione e di formazione rivolta alle Reti di vendita del Gruppo.

Microcredito

La Banca è impegnata in attività di credito solidale fin dal 1996, sostenendo un programma finalizzato a realizzare le condizioni necessarie per gestire al meglio le richieste di prestiti

UNA SOCIETÀ PER IL MICROCREDITO

Sostenere processi di inclusione sociale e di lotta a qualsiasi forma di emarginazione. È con questo obiettivo che la Banca ha avviato nel 2004 il Progetto Microcredito di Solidarietà, l'iniziativa che prevede la costituzione di una Società finanziaria specializzata nel microcredito e partecipata, oltre che dalla Banca, anche da altre espressioni del tessuto sociale, quali il Comune, l'Amministrazione provinciale ed alcuni Comuni della provincia di Siena, la Misericordia di Siena, le Diocesi di Siena e Montepulciano, il mondo del volontariato.

La nuova Società, la cui operatività sarà inizialmente limitata al territorio senese, pur nella prospettiva di una sua successiva graduale estensione all'intero territorio nazionale, gestirà attività di microcredito, realizzando l'incontro tra domanda di sostegno finanziario ed erogazione di finanziamenti agevolati, coadiuvata da una rete di Centri di Ascolto dispiegati sul territorio. L'iniziativa supera i tradizionali modelli di convenzione tra banca e volontariato per approdare ad un concetto di più ampio respiro, caratterizzato da una vera e propria compartecipazione banca / volontariato / enti locali e religiosi. La gestione congiunta, nonché la condivisione di capitali, competenze ed idee, rappresentano un innovativo modello di governance nel campo della finanza etica.

avanzate da persone che hanno generalmente difficoltà ad accedere al credito bancario, non trovandosi nelle condizioni di offrire adeguate garanzie di affidabilità.

Il programma, realizzato in collaborazione con l'associazione di volontariato "Arciconfraternita di Misericordia ed Istituzioni Riunite di Siena", ha attivato tre tipologie di "microcrediti":

- **Prestiti antiusura:** parzialmente garantiti da un fondo di garanzia della Misericordia, sono rivolti a soggetti singoli, famiglie, piccole imprese, che per varie ragioni si trovano in difficoltà, non sono in grado di ottenere i finanziamenti occorrenti e rischiano quindi di essere vittime degli usurai. Il Fondo, costituito inizialmente con una donazione della Fondazione MPS di 250.000 euro, nel corso del tempo è stato incrementato con contributi dello Stato, della Regione Toscana e di altre banche e fondazioni.
- **Prestiti contro i fallimenti immobiliari:** destinati a famiglie che, avendo acquistato "su compromesso" o essendo in attesa di assegnazione di un appartamento in costruzione, si trovano a dover sostenere notevoli impegni finanziari per l'ottenimento della proprietà. L'importo massimo dei finanziamenti è di 100.000 euro.
- **Prestiti di solidarietà:** finanziamenti agevolati in favore di famiglie con bassa capacità di reddito, che incontrano difficoltà ad accedere ai prodotti di credito ordinario. I prestiti, di importo massimo di 7.500 euro, sono finalizzati a:
 - sostenere le famiglie che vivono fasi critiche della propria vita, anche sotto il profilo finanziario, per cause quali la perdita del posto di lavoro, rilevanti spese per cure mediche straordinarie o per l'istruzione dei figli;
 - aiutare gli immigrati regolari ad inserirsi nella società;
 - finanziare l'avviamento, la riconversione ed il potenziamento di piccole imprese, anche sotto forma di cooperative;
 - favorire lo sviluppo di attività autonome (artigianali e commerciali) da parte di immigrati e soggetti "emarginati".

Nel 2004 sono stati erogati 117 prestiti delle suddette tipologie, per un totale di 3.631.316 euro.

Ulteriori 408 prestiti antiusura, per complessivi 3.398.684 euro, sono stati erogati nell'ambito degli accordi in essere con alcuni consorzi fidi e fondazioni, di cui 95, per 1,782 milioni di euro, a seguito della convenzione, a carattere nazionale, stipulata con Adiconsum per la prevenzione del fenomeno usura.

Si segnala, inoltre, la conclusione della fase preliminare del **Progetto Microcredito di Solidarietà**, l'iniziativa che prevede, entro il 2005, proclamato dall'ONU anno internazionale del microcredito, la costituzione e l'avvio operativo di una Società appositamente dedicata.

SOSTEGNO



La polizza SOSTEGNO è un prodotto di Montepaschi Vita (Compagnia assicurativa del Gruppo MPS), che nasce dall'idea di collegare una tipica polizza a premio unico rivalutabile, avente le caratteristiche analoghe ai prodotti collocati presso lo sportello bancario, con una finalità umanitaria, destinando parte degli utili provenienti dalla vendita a supporto di attività ed iniziative socialmente responsabili. La particolarità di Sostegno consiste nell'impegno, da parte della Compagnia e delle banche distributrici del Gruppo, a destinare parte dei proventi economici derivanti dalla vendita delle polizze (il 50% dei caricamenti trattenuti sul premio e un sesto della commissione di gestione percepita annualmente) a favore di un progetto socialmente utile. In collaborazione con la Comunità di Sant'Egidio sono stati individuati dei progetti finalizzati all'attuazione di una serie di attività di assistenza agli anziani.

Uno dei principali obiettivi è la realizzazione di "Case Protette": edifici composti da miniappartamenti attrezzati per ospitare anziani parzialmente o gravemente non autosufficienti e farli sentire come a casa propria, con la garanzia di una adeguata assistenza.

È previsto, inoltre, un centro operativo sperimentale dove i volontari della Comunità di Sant'Egidio opereranno per censire gli ultrasessantacinquenni residenti nei quartieri di Trastevere e Testaccio a Roma, verificare la loro capacità di utilizzo delle strutture sanitarie pubbliche ed essere d'aiuto con appropriati consigli ed interventi.

Finanza a devoluzione

Montepaschi Vita, abbinando un contratto a premio unico rivalutabile ad uno scopo umanitario, ha lanciato Sostegno, la prima polizza "socialmente utile", che trova fondamento nella collaborazione con la Comunità di Sant'Egidio, associazione no-profit dedicata all'aiuto ed all'assistenza di persone non auto sufficienti e bisognose.

Supporto alle PMI

Le attività della Banca producono, mediante il finanziamento a specifici progetti ed il supporto alle varie iniziative imprenditoriali, positivi effetti anche sul contesto sociale, che riflettono la misura e l'estensione del suo impegno. A tale riguardo, gli interventi più significativi del 2004 sono stati i seguenti.

Modello organizzativo

È stato implementato il nuovo modello di servizio relativo alle Piccole e Medie Imprese ed alle aziende di minore dimensione (Small Business), predisposto per rendere più mirata l'offerta nei confronti dei singoli segmenti ed ampliare la gamma di prodotti e servizi. In particolare, per assicurare continuità di relazione ed elevata professionalità, le imprese clienti sono state assegnate a nuove figure professionali, appositamente istituite, i Gestori PMI ed i Gestori Small Business, che vi si dedicano in via esclusiva. A livello locale, inoltre, sono state attivate, in affiancamento alle filiali, 60 nuove strutture fisiche, denominate Centri PMI, ove operano dei team dedicati composti, oltre che dai Gestori, anche da specialisti delle società prodotto, in una logica di "comunità finanziaria" sul territorio. Il nuovo approccio prevede, infatti, di mettere a disposizione dei clienti, in maniera integrata e tempestiva, tutte le competenze e le esperienze distintive delle diverse società prodotto del Gruppo, ciascuna fortemente specializzata nel proprio mercato di riferimento. Il consuntivo dell'attività a fine 2004 è riportato in tabella.

CENTRI PMI-SMALL BUSINESS

	PMI	Small Business
Centri	60	---
Gestori	376	1.135
Clienti	27.600	158.866

Finanza agevolata

Nell'ambito di questo segmento, oltre alla valorizzazione delle risorse ed al monitoraggio degli incentivi pubblici di maggior rilievo, si segnalano:

— Agevolato

Il lancio del pacchetto di "bridging finance", strumento articolato in più interventi finanziari tra i quali l'impresa potrà discrezionalmente scegliere e che si sostanzia in un commitment rilasciato dalla Banca all'impresa (previa valutazione della domanda e del business plan), finalizzato al sostegno integrativo di progetti d'investimento con fondi pubblici.

— Crossing Europe

Costituito nel dicembre del 2003, Crossing Europe è il primo “GEIE” (Gruppo Europeo di Interesse Economico) italiano a vedere la compartecipazione di un gruppo bancario e del sistema camerale per favorire l’accesso da parte delle imprese e degli enti italiani agli strumenti di finanza agevolata e alle nuove opportunità di investimento scaturenti, in particolare, dall’allargamento dell’Unione Europea.

Il GEIE, soggetto giuridico disciplinato dal Regolamento CEE 2173/85, avvalendosi delle competenze sviluppate dal Gruppo MPS in materia di internazionalizzazione e di offerta di prodotti e servizi per il mondo corporate e dalle Camere di Commercio aderenti (Firenze, Siena, Mantova, Trieste, Regione Puglia) in materia di promozione del made in Italy, mette a disposizione delle imprese, in particolare delle PMI, una struttura in grado di accompagnarle nei processi di penetrazione dei mercati europei con servizi e consulenze adeguate, aiutandole anche ad accedere ed a sfruttare appieno le opportunità finanziarie e agevolative offerte dai fondi comunitari.

Nel 2004, dopo la fase di start-up, è stato attivato il servizio di assistenza tecnica alle imprese. In Toscana, Lombardia, Emilia Romagna, Campania, Puglia, Umbria e Molise sono stati elaborati progetti per oltre 46 milioni di euro, a fronte dei quali sono stati richiesti contributi pubblici per oltre 18 milioni di euro.

— Progetto Smeurint

Il progetto, in fase di ultimazione, permetterà alle imprese e alla Pubblica Amministrazione di accedere ad una banca dati, già fruibile dal Gruppo, in tema di finanza agevolata e si sostanzia nella realizzazione di pacchetti personalizzati di informazioni sugli incentivi disponibili. In particolare, l’applicativo consentirà agli interessati di conoscere “a richiesta”, o attraverso la ricezione automatizzata di messaggi, le varie opportunità, nazionali e comunitarie.

— Convenzione INAIL

La Banca e il Gruppo MPS partecipano al secondo Bando INAIL relativo all’erogazione di contributi in conto interesse alle imprese che investono nell’adeguamento e nelle miglioramento delle strutture aziendali in conformità alla normativa in materia di salute e sicurezza sul lavoro. Il Gruppo MPS ha confermato anche in questa seconda edizione il suo ruolo di leader (34% le domande intermedie dal Gruppo), evidenziando la vicinanza alle imprese anche in materia di sicurezza sul lavoro.

Nel 2004 i finanziamenti deliberati dalla Banca sono stati 851, per complessivi 80,3 milioni di euro.

““ Consapevoli del nostro ruolo, intendiamo essere per i nostri Clienti Imprese un partner rispettoso e attento alle loro peculiarità, ancor più nel caso delle PMI. Noi portiamo insieme ad essi una parte della responsabilità di riuscire a trasformare le fragilità in punti di forza, sulla strada della crescita e della competizione globale. Da sempre il nostro Gruppo affianca gli Imprenditori che per primi credono nella loro Impresa, e intendiamo continuare a farlo.””

Finanza d'impresa

L'evoluzione dello scenario competitivo ha ampliato i bisogni delle imprese, incentivando la domanda di nuovi servizi di assistenza e consulenza da affiancare al tradizionale credito bancario. In sintonia con l'obiettivo di offrire ai clienti corporate, in particolare alle Piccole e Medie Imprese e agli Enti, una gamma integrata di prodotti di finanziamento e di servizi di corporate finance, nel mese di ottobre è stata creata **MPS Banca per l'Impresa**, nata dall'integrazione delle attività di capital market di MPS Banca Verde, MPS Merchant e delle componenti corporate di MPS Finance.

MPS BANCA PER L'IMPRESA (Finanziamenti erogati nel 2004)

Settore	Pratiche	Importo (euro)
Agricoltura	871	725.732.523
Agroindustria	221	259.084.772
Ambiente	75	336.447.590
Commercio	654	813.098.403
Infrastrutture ed energia	130	562.752.144
Industria	1.323	2.299.987.246
Servizi	401	1.497.033.681
Altri	587	1.020.222.611
Totale	4.262	7.514.358.970

MPS Banca per l'Impresa assembla e rafforza in un'unica realtà operativa le competenze specialistiche maturate dal Gruppo: da un lato nel campo dei finanziamenti a medio e lungo termine alle aziende industriali, commerciali, ambientali e nel credito agrario, dall'altro nei servizi di consulenza, capital market, project financing e private equity.

— MPS Leasing & Factoring: energia alle imprese

MPS Leasing & Factoring, Banca per i Servizi Finanziari alle Imprese S.p.A., è presente da oltre vent'anni nello specifico settore, offrendo pacchetti integrati leasing e factoring nella logica di un'assistenza completa alle necessità di finanziamento delle aziende.

Nel 2004, la Società ha disposto concessioni creditizie in favore di aziende e/o progetti di investimento con ricadute socio-ambientali per complessivi 158 milioni di euro.

In particolare, nel comparto Leasing sono state effettuate 9 operazioni, per un totale di 68 milioni di euro, tra cui finanziamenti per la dotazione di vari sistemi ed apparecchiature medicali (TAC, risonanza magnetica, ecc.) e per la fornitura di automezzi e beni per la raccolta, il trasporto e lo smaltimento di rifiuti urbani.

Nel comparto Factoring, le operazioni della specie finanziate sono state 10, per complessivi 90 milioni di euro, tra cui progetti di formazione, di avviamento e prestazione di lavoro.

— Fondi di private equity

Tra gli strumenti utilizzati per risolvere i problemi di struttura patrimoniale delle PMI Italiane, da sempre caratterizzate da bassa capitalizzazione e ridotte dimensioni, vi sono i fondi di Private Equity, gestiti da MPS Venture SGR S.p.A., la società di gestione di risparmio con il maggior numero di fondi chiusi in Italia.

I fondi di private equity sono fondi mobiliari chiusi che raccolgono capitali presso privati e

investitori istituzionali, come banche, fondazioni, compagnie assicurative e fondi pensione, per investirli in imprese non quotate ad alto potenziale di crescita. L'obiettivo di questi prodotti è sostenere lo sviluppo delle società nei periodi critici del loro ciclo di vita, per poi trarne profitto attraverso la quotazione in Borsa.

Al 31 dicembre 2004, MPS Venture SGR S.p.A. gestisce quattro fondi di questo tipo (MPS Venture I, Siena Venture, MPS Venture Sud, Fondo Ducato Venture), per un patrimonio complessivo pari a 191 milioni di euro.

— Impres@più

Il conto corrente a pacchetto impres@più si configura come un sistema integrato di servizi, bancari e non bancari, a disposizione delle imprese, segnatamente del segmento Small Business.

Il Conto prevede un canone mensile fisso a condizioni vantaggiose ed è declinato in quattro forme con contenuti differenziati in relazione alla dimensione delle imprese.

Al 31 dicembre 2004, sono stati collocati complessivamente circa 45.800 conti, più che raddoppiati rispetto al 2003.

Assistenza tecnica e consulenziale

— Basilea 2

Il nuovo Accordo sull'adeguatezza patrimoniale delle banche (Basilea 2), approvato nel giugno 2004 dal Comitato di Basilea, contiene una serie di disposizioni che, a partire dal 2007, incideranno, da un lato sul computo degli assorbimenti patrimoniali - che saranno maggiormente legati all'entità ed alla tipologia di rischi assunti dalle banche - e dall'altro innoveranno fortemente i processi creditizi, in quanto gli strumenti di "rischio" dovranno essere impiegati nell'attività quotidiana di erogazione e monitoraggio del credito.

In proposito, la Banca ha provveduto con tempestività a costituire appositi "cantieri di lavoro", per affrontare sia le tematiche metodologiche e di stima dei parametri di rischio, sia quelle di processo creditizio ed organizzativo, sia quelle tecnologiche ed informatiche, nel rispetto delle Normativa e delle più diffuse pratiche di mercato, avvalendosi anche delle conoscenze derivanti dalla partecipazione ad attività e ad associazioni internazionali, quali ad esempio l'Institute of International Finance.

Fornisce inoltre contributi operativi sulle più opportune procedure e modalità di sviluppo dei rapporti di collaborazione tra il sistema finanziario e quello produttivo, intervenendo frequentemente a convegni e tavole rotonde sulla tematica, interessando anche le Associazioni di categoria per fornire consulenze e pareri sulla nuova logica dei rapporti banca-impresa.

— Progetto ANCE

Nella logica di supporto informativo-consulenziale alle PMI e in vista dell'entrata in vigore di Basilea 2, la Banca ha sviluppato, in collaborazione con l'Associazione Nazionale Costruttori Edili, uno strumento di diagnosi che consente alle aziende associate di verificare, in autovalutazione, il rating che verrebbe loro assegnato sulla base dei criteri di merito creditizio che dal 2007 saranno utilizzati dal sistema bancario.

Il test rappresenta un'assoluta novità, perché accanto alla tradizionale analisi quantitativa dei bilanci considera gli aspetti qualitativi delle imprese (organizzazione interna, esperienza nel settore, qualità del management, ecc.) e le caratteristiche finanziarie ed economiche dell'operazione per la quale viene richiesto il credito.



L'iniziativa costituisce pertanto un significativo esempio di partnership sociale, con l'obiettivo di sostenere le imprese nell'affrontare al meglio l'appuntamento di Basilea 2, che da una parte suscita forti timori, ma che può rappresentare anche una grande opportunità. Il test, tagliato su misura per le imprese di costruzione, ha ricevuto il massimo apprezzamento da parte della Commissione europea ed è disponibile nel portale dell'ANCE www.ance.it.

— International Partner

Con tale modello di servizio, recentemente implementato, il Gruppo offre assistenza tecnica e consulenza per i processi di internazionalizzazione delle PMI, potendo contare sulla rete estera diretta (filiali, uffici di rappresentanza, presidi commerciali) e su un team di oltre 50 specialisti selezionati nei vari Paesi di interesse. Inoltre, grazie ad uno specifico sistema informativo, integrato e multicanale, vengono messi a disposizione delle imprese strumenti e notizie utili per la loro attività, che viene supportata con forme di accompagnamento mirate e servizi dedicati.

Tra questi ultimi, merita ricordare, per i suoi risvolti ambientali, l'assistenza consulenziale e di project financing che la Banca, da alcuni anni, presta in Polonia per la realizzazione di alcuni interventi strutturali nel campo del trattamento e della valorizzazione dei rifiuti ed in quello energetico.

— Ricerca & Innovazione

Anche nel 2004 è stato significativo l'impegno profuso dalla Banca nell'assistenza tecnica per la gestione e l'efficace utilizzo di fondi di finanziamento per la ricerca scientifica (Fondo per le Agevolazioni alla Ricerca, Fondo Ricerca Applicata), con particolare riguardo ai campi farmaceutico, medico-sanitario, delle biotecnologie e dell'ambiente, della valorizzazione del patrimonio artistico, culturale ed ambientale, nonché ai settori industriali più innovativi. Sono stati analizzati 46 progetti di ricerca per un programma di costi complessivi di quasi 35 milioni di euro e sono proseguite le attività di tutoraggio e di monitoraggio dei 114 progetti ammessi a finanziamento agevolato negli anni precedenti.

La Banca, nell'ambito del Fondo Innovazione Tecnologica del Ministero delle Attività Produttive, gestisce i 227 progetti ammessi a godere delle previste agevolazioni ed inerenti a programmi di sviluppo ed innovazione di prodotto e di processo nel settore industriale.

Imprenditoria giovanile e femminile

Nel 2004 sono stati erogati 96 finanziamenti, per complessivi 4,9 milioni di euro, in favore di giovani imprenditori e di aziende con management femminile, rispettivamente secondo i parametri della Legge 44/86 e della Legge 215/92.

In aggiunta ai fondi stanziati fin dall'entrata in vigore della Legge, la Banca negli anni ha predisposto i seguenti ulteriori prodotti in favore dell'imprenditoria femminile.

— Convenzione Bellisario

Nel 2004 è stata confermata la Convenzione del Gruppo MPS con l'Associazione Marisa Bellisario per lo sviluppo delle attività imprenditoriali femminili, volta ad assicurare finanziamenti ed accesso ai prodotti bancari a condizioni particolarmente vantaggiose. Le richieste di credito vengono esaminate da un apposito Comitato (composto da membri della Fondazione Marisa Bellisario e da tecnici della Banca), che considera, anche sulla base della rispondenza dell'impresa alle condizioni previste dalla Legge, la sua possibilità di accesso ai relativi benefici (erogazioni a fondo perduto e finanziamenti a tasso zero).

— Diamo credito alle donne

L'iniziativa nasce dalla collaborazione del Gruppo MPS con la Regione Toscana, l'Amministrazione Provinciale di Siena ed Eurobic Toscana Sud, quale progetto di animazione economica avente lo scopo di sensibilizzare gli operatori del settore bancario sulle problematiche di carattere relazionale inerenti all'accesso al credito da parte delle donne imprenditrici.

Nell'ambito del progetto, cui hanno partecipato anche altri istituti bancari con sedi in Toscana, sono state attuate, in alcune strutture delle Banche del Gruppo MPS aderenti, varie attività, tra cui l'affiancamento di addetti allo sportello da parte di donne imprenditrici o di esperte di dinamiche relazionali, al fine di approfondire le criticità emergenti nei rapporti tra gli operatori del credito e le donne che chiedono il finanziamento delle proprie imprese.

Partecipazioni in società attive in ambito sociale

La Banca, per consolidata tradizione, investe e partecipa agli enti ed alle associazioni operanti a livello territoriale con finalità di miglioramento del tessuto sociale ed economico, fornendo sempre il proprio supporto finanziario e contribuendo attivamente, tramite la propria organizzazione, al conseguimento degli scopi previsti.

In tale ambito, riserva particolare attenzione agli organismi che, tra i fini societari, considerano lo sviluppo del territorio, la promozione sociale, la sostenibilità ambientale. Tra le numerose partecipazioni attualmente detenute dal Gruppo MPS, si riportano in tabella le più significative per dimensione patrimoniale e rilievo dell'attività svolta, fornendo di seguito un breve profilo di alcune.

- **Istituto per il Credito Sportivo.** Fondato nel 1957, con sede a Roma, è un Ente pubblico con personalità giuridica che esercita il credito, sotto forma di mutui a medio e lungo termine, per la costruzione, l'ampliamento, la dotazione di attrezzatura ed il miglioramento di impianti sportivi.
- **Fidi Toscana.** È la prima società finanziaria toscana, nata nel 1975 per iniziativa della Regione e delle principali banche che vi operano, per agevolare l'accesso al credito alle PMI locali che presentano valide prospettive di crescita, pur non potendo offrire garanzie adeguate.
- **Siena Ambiente.** Partecipata da MPS Banca per l'Impresa, è Gestore Unico della raccolta e del trattamento dei rifiuti della provincia di Siena, oltre a quelli di 41 comuni delle province di Terni, Arezzo e Grosseto, con un bacino d'utenza di circa 300.000 abitanti.



PARTECIPAZIONI DEL GRUPPO IN SOCIETÀ ATTIVE IN AMBITO SOCIALE E AMBIENTALE

	Valore di Bilancio al 31.12.2004 (euro)	Partecipazione (% sul capitale)
Finanziarie con mission sociale	47.131.174 *	
Istituto per il Credito Sportivo S.p.A.	27.372.216	10,81
Fidi Toscana S.p.A.	17.991.823	28,58
Agenzia Sviluppo Lazio S.p.A.	914.646	1,87
Enti no-profit	867.173 *	
Fondazione Mezzogiorno Tirrenico	538.520	33,33
Fondazione Mezzogiorno Sud Orientale	162.000	33,33
Fondazione L.E.M.	103.291	13,99
Enti di sviluppo del territorio	1.431.293 *	
Sviluppumbria S.p.A.	747.096	13,78
Grosseto Sviluppo S.p.A.	132.272	16,43
Valdarno Sviluppo S.p.A.	89.621	12,58
BIC - Business Innovation Center	103.583 *	
Eurobic Toscana Sud S.p.A.	84.084	15,68
BIC Umbria S.p.A.	12.973	0,34
CSP BIC Livorno S.r.l.	6.526	2,08
Società di gestione ambientale	3.589.974 *	
Siena Ambiente	2.245.530	14,00
AMA International	1.330.520	12,18
Ambiente e Territorio S.p.A.	5.114	2,44
Società di gestione idrica	4.511.566 *	
Ombrone S.p.A.	2.989.006	14,99
Acque Blu - Arno Basso S.p.A.	1.522.560	8,00
TOTALE	56.767.590	

* Valore complessivo delle partecipazioni in società della categoria, di cui sono evidenziate solo le principali.

COMUNICAZIONE E BRAND MANAGEMENT

Con la creazione nel 2004 dell'Area Comunicazione, la Banca ha inteso gestire strategicamente e in maniera più organica la propria immagine in coerenza con l'identità ed i valori distintivi, costruendo un costante ed aperto rapporto con gli stakeholder, i media, gli opinion maker, il mercato e il pubblico in generale.

Facendo diretto riferimento al Presidente del Consiglio di Amministrazione per le attività di carattere istituzionale ed al Direttore Generale per gli aspetti correlati allo svolgimento dell'operatività, l'Area ha il compito di governare e proteggere l'identità e l'immagine aziendale di Gruppo attraverso:

- la diretta gestione dei rapporti con i mezzi di informazione e il costante seguimiento delle problematiche e delle opportunità derivanti dalle notizie di rilievo inerenti al Gruppo;
- la promozione, il coordinamento e l'esecuzione dei progetti di comunicazione intrapresi nel Gruppo;
- la rappresentazione agli stakeholder (investitori, clienti, dipendenti, istituzioni) di un'immagine unitaria e coerente del Gruppo, nel rispetto delle specificità dei singoli brand commerciali.

“UNA BANCA FATTA DI PERSONE”
LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA DELLA BANCA MPS



A distanza di quattro anni dall'ultima campagna televisiva, la Banca punta ancora sul valore e sulla centralità delle persone.

“**Una Banca fatta di persone**” è il payoff della nuova campagna, che, come ha detto il Presidente Pier Luigi Fabrizi durante la conferenza stampa di presentazione, è “all’insegna della continuità, coerente con quanto fatto in passato per trasmettere un messaggio che riflette quelli che sono i valori centrali della Banca Monte dei Paschi di Siena e del suo Gruppo: l’attenzione ai dipendenti e ai clienti. Valori che non sono stati intaccati neppure in quello che alcuni definiscono l’anno nero delle banche, perché rappresentativi di una cultura molto solida e molto radicata all’interno della Banca”.

Le persone, i loro progetti ed il loro potenziale sono, da 533 anni, “il fare Banca” del Monte dei Paschi, che mette in primo piano la sfera dell’individuo, piuttosto che i “numeri”.

“Questo non significa che i numeri non contino”, ha continuato il Direttore Generale Emilio Tonini, “ma sono molto più importanti le persone e questo è quello che la campagna vuole sottolineare. Occorre quindi, da parte di tutti noi il massimo sforzo

per la valorizzazione dei messaggi che stiamo inviando attraverso questa campagna, perchè sono i nostri messaggi, sono i nostri valori, costituiscono la “montepaschinità” e spero quindi che questa sia l’occasione per dare un’immagine ancora più forte all’esterno, ma che al contempo ci faccia sentire ancora più uniti”.

“La decisione di puntare sulla centralità delle persone è stata la semplice idea guida per la realizzazione della nuova campagna pubblicitaria della Banca”, ha affermato il Responsabile dell’Area Comunicazione, Diego Lifonti, precisando che “il Consiglio di Amministrazione ha condiviso l’importanza di contare sulle persone, vero e proprio fattore distintivo della realtà MPS fino al punto di costituirvi il nucleo centrale della sua peculiare cultura d’impresa. Nel momento in cui i valori sembrano confusi, il risparmiatore è disorientato e la competizione è sempre più difficile, è sembrato ovvio puntare sulle nostre migliori e conclamate qualità: mettere l’individuo prima di ogni altra cosa e cercare di conciliare ad ogni costo l’esigenza dell’impresa con quella

delle persone che vi operano e che ne sono clienti. Abbiamo cercato, pur innovando, di valorizzare anche ciò che è stato fatto in passato. I personaggi che compaiono negli spot sono testimonianze di vita vissuta, di vita dura, nel senso che sono persone che ce l’hanno fatta. Sullo sfondo una domanda: che cosa avrebbero potuto fare di più se avessero avuto vicino qualcuno? In questo senso la campagna evoca la Banca come partner per il successo, senza peraltro escludere la dura fatica necessaria per conseguirlo.”



Brand management

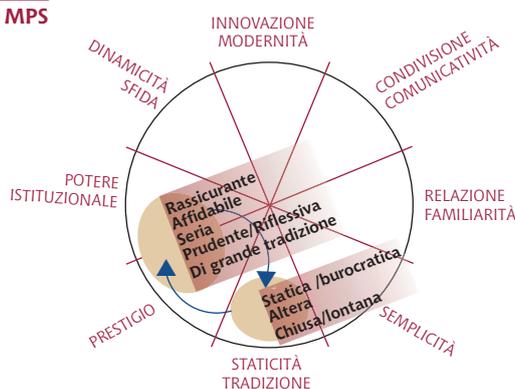
Al fine di conoscere i livelli di percezione del brand "Banca MPS" e di identificare i valori positivi riconosciuti all'Azienda dal pubblico di riferimento, sui quali impostare le future strategie di comunicazione e di sviluppo del marchio, nel 2004 è stata condotta, in collaborazione con la società di ricerca TNS Infratest, una specifica indagine di mercato. Dalla ricerca, conclusasi nel gennaio 2005, è emerso come l'identità della Banca abbia un valore fondamentale nella "tradizione" e sia connotata in positivo da caratteri quali la secolarità della sua storia, il prestigio, la potenza, la solidità, la prudenza. Sono stati peraltro sottolineati anche aspetti non del tutto positivi, quali la staticità, l'autoreferenzialità, l'esclusività.

Importante è anche il tratto evidenziato sia dai dipendenti che dai clienti, i quali segnalano come ulteriore elemento d'identità la capacità di relazione e di instaurare legami con il territorio in cui opera.

Fondamentale appare, infine, il valore dell'eticità, ritenuto centrale e fortemente percepito nel top management, interiorizzato dai dipendenti ed avvertito in certa misura anche dalla clientela, che riconosce come le persone della Banca "rispettano la parola data". Questo valore si traduce in: integrità, prudenza, sostegno alle realtà locali, lealtà verso il cliente e rispetto delle sue esigenze, mecenatismo culturale ed artistico.

Immagine percepita delle Banche del Gruppo MPS

Ricerca TNS Infratest, gennaio 2005



Relazioni con i media

Nella gestione delle relazioni istituzionali, in particolare con i media "corporate" ed i media locali, l'Area Comunicazione opera a stretto contatto con gli organi di indirizzo e coordinamento del Gruppo, per rendere efficaci, organici e tempestivi i messaggi chiave da diffondere all'esterno.

Particolare attenzione viene prestata agli organi di comunicazione, sia nazionali che locali, ed agli ambienti di formazione delle opinioni, verso i quali l'Area esprime, nell'ottica di una sentita esigenza aziendale di visibilità e di trasparenza, processi e modalità di comunicazione particolarmente intensi.

Rientrano in tale ambito la gestione, anche sotto il profilo tattico/operativo, di una varietà di iniziative di comunicazione, sia istituzionali che di prodotto, quali la presenza di funzioni del Gruppo a convegni, seminari, tavole rotonde, il rilascio di interviste, l'organizzazione di conferenze e la diffusione di comunicati stampa, la partecipazione ad eventi mediatici, ecc.. Il Gruppo, per la capillare distribuzione delle strutture ed il forte radicamento nel territorio, è un sensore particolarmente attento alle vicende ed alle espressioni economiche, sociali e culturali, proponendosi pertanto quale naturale interlocutore delle istanze e degli organi di informazione locali.

RELAZIONE AMBIENTALE

“ Intendiamo continuare ad essere punto di riferimento, non solo per il settore bancario, per la gestione degli aspetti ambientali.

Vogliamo con questo favorire, a monte e a valle della nostra realtà, lo sviluppo di coscienze e pratiche ambientali tese alla conservazione ed al rispetto delle risorse naturali, anche promuovendo nelle nostre relazioni commerciali processi e prodotti ad impatto positivo sull'ambiente. ”

- 100 • Gestione degli impatti ambientali
- 102 • Eco-efficienza interna
- 107 • Impatti ambientali indiretti

GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

Gli impatti sull'ambiente dell'attività della Banca sono di due tipi:

- **diretti**, in relazione alla propria operatività. Sono principalmente prodotti dall'ordinaria gestione delle strutture aziendali e dai viaggi di lavoro effettuati dal personale. Essi consistono nel consumo di carta e di risorse naturali esauribili, quali acqua ed energia, nella produzione di rifiuti e nell'emissione in atmosfera di gas ad effetto serra;
- **indiretti**, determinati dalle attività dei propri clienti e fornitori. Sono associati alla funzione della Banca quale fornitore di mezzi finanziari a titolo di credito e di capitale, nonché ai suoi processi di acquisto.

Per un'efficace gestione di detti impatti, il Consiglio di Amministrazione ha definito una specifica Politica ambientale, che impegna la Banca ed il Gruppo MPS a:

- perseguire il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali, riducendo in maniera progressiva la propria "impronta ecologica";
- sviluppare politiche di credito e di investimento che premiano processi e prodotti ad impatto positivo sull'ambiente;
- assicurare al personale ed agli altri stakeholder una costante informazione sulla politica e gli obiettivi ambientali dell'Azienda.

Il Sistema di Gestione Ambientale costituisce il riferimento organizzativo/procedurale per l'implementazione della politica, in conformità allo standard internazionale ISO 14001, di cui è stata conseguita fin dal 2003 la relativa certificazione.

Al Sistema sovrintende un Comitato di direzione con il compito di definirne le policies, verificandone l'efficacia attraverso un periodico riesame generale.



Le Filiali Capogruppo della Banca sono responsabili per la gestione dei propri impatti ambientali significativi. Appositi "Referenti" (i R.A.S., Referenti per l'Ambiente e la Sicurezza) sono a tal fine incaricati di svolgere attività di monitoraggio e controllo nelle varie dipendenze del Gruppo per verificarne costantemente l'aderenza ai requisiti legislativi ed aziendali in materia di ambiente e sicurezza.

Nel 2004 il Sistema di Gestione Ambientale è stato ulteriormente sviluppato e migliorato:

- sulla base delle indicazioni dell'Ente di certificazione, la documentazione del Sistema (manuale, procedure, moduli di registrazione) è stata adeguata per accrescerne i livelli di razionalità e funzionalità;
- è stato potenziato il processo di monitoraggio e controllo interno, con il completamento del progetto per la realizzazione di una procedura informatica a ciò dedicata (MPSafe);
- sono state effettuate circa 100 visite di valutazione interna. Le non conformità rilevate sono consistite principalmente in una non sempre puntuale gestione documentale di alcuni adempimenti, inerenti soprattutto ai rifiuti ed alla manutenzione degli impianti termici. Tutte le non conformità sono state efficacemente risolte.

È inoltre proseguito il percorso di sviluppo delle competenze interne e diffusione della cultura in materia di gestione ambientale, attraverso la realizzazione di varie iniziative di formazione e sensibilizzazione, tra cui l'erogazione, con modalità e-learning, di un corso di base rivolto a tutto il personale della Banca, oltre ad alcuni interventi di formazione sugli aspetti operativi del Sistema di Gestione che hanno interessato, in particolar modo, i Referenti per l'Ambiente e la Sicurezza.



ECO-EFFICIENZA INTERNA

Con l'obiettivo di ridurre in maniera progressiva ed economicamente efficiente i propri impatti ambientali diretti, la Banca ha intrapreso vari programmi d'azione. Per una misurazione delle prestazioni raggiunte vengono utilizzati gli indicatori proposti dalle principali linee guida internazionali sulla rendicontazione ambientale, che vengono quantificati annualmente, in parte sulla base di rilevazioni dirette, in parte tramite stime.

PERFORMANCE AMBIENTALI *	2003	2004
Energia totale per dipendente (kWh)	7.502	7.758
Energia elettrica per dipendente (kWh)	5.658	6.154
Carta per dipendente (kg)	104	86
Fogli A4 per dipendente al giorno (n.)	33	40
Consumo di acqua per dipendente al giorno (litri)	135	113
Produzione di rifiuti per dipendente (kg)	72	58
Percorrenze auto per dipendente (km)	2.037	2.144
Emissioni di CO ₂ per dipendente (kg)	2.235	1.976

* Gli indicatori utilizzati sono in linea con i principi riportati nel documento, patrocinato dall'UNEP, "EPI Finance 2000 - Environmental Indicators for the Financial Industry" e nel manuale "VfU Indicators 2003 - Internal Environmental Performance Indicators for the Financial Industry", elaborato dall'associazione VfU (Association for Environmental Management in Banks, Saving Banks and Insurance Companies).

Per la determinazione degli indicatori di performance, ove non precisato diversamente, è stato considerato come fattore di normalizzazione il numero dei dipendenti della Banca alla fine dell'anno di riferimento (n. 13.262 unità al 31.12.2004 e 13.093 nel 2003), corrispondente alla "Forza lavoro effettiva", compreso il personale addetto al Servizio Riscossione Tributi.



EDILIZIA ECO-COMPATIBILE

Nel 2004, Paschi Gestioni Immobiliari S.p.A., che cura la realizzazione e la gestione delle sedi operative e delle strutture di tutte le Aziende del Gruppo (facility management, engineering, building, ecc.), ha definito, con l'obiettivo di uniformare e razionalizzare i processi di progettazione delle filiali, nuovi standard realizzativi, introducendo ulteriori requisiti di compatibilità ambientale rispetto ai precedenti modelli di riferimento. In considerazione delle evidenti sinergie tra le finalità di carattere ambientale e gli obiettivi di contenimento dei costi indicati dal Piano Industriale della Banca, particolare attenzione viene posta al risparmio energetico e all'eco-preferibilità dei materiali impiegati, attraverso:

- l'installazione di impianti di illuminazione "intelligenti", con regolazione automatica dell'intensità della luce artificiale in funzione dell'apporto di quella naturale e della presenza di persone nell'ambiente;
- l'adozione di sistemi di climatizzazione ad alta efficienza energetica;
- l'auto-produzione, laddove possibile, di energia elettrica da fonti rinnovabili;
- l'utilizzo di infissi a bassa dispersione termica;
- la preferenza di componenti di arredo prodotti con materiale naturale e/o riciclato, ovvero provenienti da stabilimenti in possesso di certificazione ambientale dei processi produttivi;
- l'elevata durabilità dei materiali.



www.eu-greenlight.org

Il Green Light è un Programma lanciato nel 2000 dalla Direzione Generale Energia e Trasporti della Commissione Europea, di durata quinquennale, cui enti ed imprese pubbliche e private possono aderire volontariamente, impegnandosi in tal modo a migliorare la qualità e la quantità della luce nei luoghi di lavoro, attraverso l'installazione di impianti di illuminazione conformi ai migliori standard tecnologici disponibili.

La Banca vi aderisce sin dal novembre del 2001 con i seguenti obiettivi:

- conseguire risparmi energetici in maniera economicamente conveniente;
- migliorare la qualità dell'illuminazione negli ambienti di lavoro, a favore sia dei lavoratori, sia dei clienti;
- ridurre le emissioni di CO₂.

ENERGIA

Nelle sedi della Banca e del Gruppo vengono costantemente ricercate le migliori soluzioni strutturali, impiantistiche e gestionali atte ad ottimizzare i consumi energetici. Fin dall'emanazione della Legge 10 del 1991, l'Azienda ha, in tal senso, individuato al proprio interno la figura dell'energy manager, che dal 2003 ha assunto le medesime funzioni per l'intero Gruppo.

CONSUMO DI ENERGIA*	2003	2004
Energia elettrica (kWh)	74.084.978	81.612.000
da fonte rinnovabile (%)**	63	69
Metano (m ³)	2.034.510	1.809.018
Gasolio (litri)	582.000	498.000
Energia totale (kWh)	98.228.225	102.891.564

* I dati sono calcolati in base alle spese annue per i diversi consumi energetici, rapportate ai rispettivi costi unitari.

** I dati comprendono sia i consumi di energia prodotta dagli impianti idroelettrici del Consorzio Idroenergia (50.900 kWh nel 2004), sia la quota di produzione Enel da fonti rinnovabili (fonte: Rapporto Ambientale Enel 2003).

“ Intendiamo sviluppare sensibilità e pratiche ambientali in grado di assicurare la tutela e l'utilizzo razionale delle risorse naturali. ”

ABI Energia è un Consorzio d'erogazione di servizi nell'ambito del settore energetico ed un punto di riferimento per attività legate all'ottimizzazione dell'efficienza energetica nel sistema bancario.

La Banca vi aderisce sin dalla sua costituzione, avvenuta nel 2003, con i seguenti obiettivi:

- riduzione del rischio operativo associato all'utilizzo di energia;
- riduzione della quantità di energia consumata;
- riduzione dei costi di approvvigionamento energetico;
- riduzione dell'impatto ambientale del consumo energetico.

Nel 2004, le iniziative in campo energetico hanno riguardato in particolare:

- la prosecuzione degli interventi previsti dal Programma Green Light della Commissione Europea. Da novembre 2001 ad oggi sono complessivamente 60 (12 nel 2004), per un totale di quasi 30.000 m², le sedi adeguate alle più efficienti tecnologie illuminotecniche, con conseguenti risparmi di energia elettrica di circa il 30% rispetto alla situazione originaria;
- la partecipazione alle attività di studio e di approfondimento nell'ambito di ABI Energia, il Consorzio promosso dall'Associazione Bancaria con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo di politiche e progetti di risparmio energetico;
- l'incremento delle quote di partecipazione a Idroenergia s.c.r.l., il Consorzio di autoproduzione di energia idroelettrica con sede in Valle d'Aosta. Sono 273, al 31.12.2004, le sedi della Banca contrattualizzate con Idroenergia, per un consumo equivalente di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili che, considerata anche l'analoga quota acquistata da altri fornitori, si assesta su livelli pari al 69% del totale (63% nel 2003);
- lo sviluppo di sistemi informatici per il pagamento/contabilizzazione dell'energia e per il monitoraggio dei consumi;
- l'analisi dei consumi energetici su un campione di 30 sedi particolarmente problematiche ed i conseguenti interventi di efficientamento delle prestazioni degli impianti;
- l'avvio di un programma di interventi di sostituzione/adequamento degli impianti termoelettrici in circa 210 sedi nel biennio 2004/05;
- la prosecuzione del piano di sostituzione delle macchine per l'ufficio (computer, stampanti, ecc.) con altre di più elevato standard energetico. Nel 2004 sono stati installati 900 PC con monitor a cristalli liquidi (3.650 a livello di Gruppo) e 2.425 stampanti (3.665 a livello di Gruppo).

CARTA

La carta rappresenta per la Banca il principale materiale di consumo. Per la sua gestione viene preferito un approccio di tipo integrato, che considera il prodotto nel suo intero ciclo di vita (acquisto, utilizzo, smaltimento), allo scopo di minimizzare gli impatti ad esso complessivamente associati.

Per quanto riguarda la fase di **acquisto**, oltre la metà della carta è ottenuta da cellulosa estratta da foreste gestite in modo sostenibile, prodotta in stabilimenti in possesso di certificazione ambientale di processo, ovvero senza utilizzo di agenti sbiancanti a base di cloro elementare.

CONSUMO DI CARTA (t)*	2003	2004
Carta xerografica	504	641
Carta prestampata	665	292
Moduli continui	76	132
Carta totale	1.245	1.065

* I dati non comprendono i consumi di carta del Servizio Riscossione Tributi.



PRODUZIONE DI RIFIUTI SPECIALI (kg)	2003	2004
Carta e cartone	590.888	481.842
Imballaggi (escluso cartone)	237.684	107.718
Apparecchiature fuori uso	40.087	7.836
Cartucce toner	8.548	23.481
Altri rifiuti	71.157	151.877
Rifiuti totali	948.364	772.753

In fase di **utilizzo**, l'obiettivo di contenimento dei consumi viene perseguito attraverso il continuo sviluppo dei supporti informatici, il loro crescente impiego nelle normali attività di ufficio e nelle comunicazioni interne e il diffuso utilizzo dei canali telematici nei rapporti con la clientela. Nel 2004 sono state sviluppate, in particolare, le seguenti iniziative:

- l'installazione graduale di attrezzature predisposte per la stampa fronte/retro;
- l'informatizzazione degli estratti conto e di altre comunicazioni "di servizio" e commerciali alla clientela;
- lo sviluppo di un'architettura innovativa per l'esecuzione di operazioni di fatturazione elettronica per conto delle aziende clienti.

Prende piede, infine, la raccolta differenziata ed il successivo riciclaggio dei rifiuti cartacei attraverso l'attivazione di un crescente numero di sistemi di gestione, organizzati d'intesa con varie Amministrazioni comunali, tra cui Firenze, Livorno, Siena, Perugia, Catania, Palermo, Lecce.

CAMBIAMENTI CLIMATICI

La Banca esercita un impatto non trascurabile sulle problematiche inerenti ai cambiamenti climatici, provocati dal noto fenomeno dell'effetto serra. L'utilizzo di energia per la gestione delle attività nelle sedi aziendali ed i viaggi di lavoro effettuati dal personale sono all'origine di emissioni di anidride carbonica (CO₂), il gas ritenuto principale responsabile del progressivo riscaldamento del Pianeta.

EMISSIONI DI CO ₂ (t)*	2003	2004
Da gas metano e gasolio	5.834	5.135
Da trasporto	4.874	5.135
Da energia elettrica	18.560	15.940
Emissioni totali	29.268	26.209

*** Nota metodologica**

Per il calcolo dei quantitativi di CO₂ prodotta dalla Banca, non esistendo attualmente modelli di rendicontazione standard universalmente riconosciuti, vengono utilizzati i seguenti parametri:

FONTE DI CO ₂	COEFFICIENTE	METODOLOGIA
Consumo di energia elettrica	0,519 kg CO ₂ / kWh nel 2004 (0,550 nel 2003)	Rapporto Ambientale 2003 dell'ENEL
Consumo di gasolio	2,68 kg CO ₂ / litro	The GHG Indicator: U.N.E.P. Guidelines for Calculating GreenHouse Gas Emissions for Business and Non-Commercial Organizations
Consumo di metano	2,93 kg CO ₂ /t	id.
Trasporto - auto a benzina	0,185 kg CO ₂ /km	id.
Trasporto - auto a gasolio	0,156 kg CO ₂ /km	id.

TRASPORTI STRADALI (km)***2003****2004**

Con auto dei dipendenti	23.822.800	26.264.061
Con auto aziendali	4.803.781	4.145.023
Trasporti totali	28.626.581	30.409.084

* I dati sono relativi alle percorrenze auto effettuate dai dipendenti "a libro paga" (14.185 nel 2004 e 14.056 nel 2003) e non comprendono i trasporti con auto a noleggio (circa 1.500.000 km nel 2004).

Attraverso una gestione delle strutture in un'ottica di eco-efficienza e l'impegno ad una sempre maggiore razionalizzazione dei trasporti, la Banca persegue l'obiettivo di ridurre nel tempo le proprie emissioni di CO₂.

I risultati finora raggiunti sono positivi, soprattutto in virtù dell'accresciuta percentuale di energia rinnovabile di cui l'Azienda si approvvigiona. Altrettanto non si può affermare per le emissioni da trasporto stradale, che nel 2004 hanno fatto registrare un incremento, nonostante il crescente numero di riunioni effettuate in video-teleconferenza e lo sviluppo dell'offerta formativa a distanza, attraverso l'organizzazione di aule virtuali ed il potenziamento della piattaforma di e-learning.



IMPATTI AMBIENTALI INDIRECTI

La valutazione delle opportunità e dei rischi connessi alle modalità con cui le aziende clienti ed i fornitori affrontano le problematiche ambientali è attentamente seguita. Il controllo completo su tali aspetti, peraltro, non è competenza della Banca, che comunque intende esercitare un'influenza positiva sulla loro gestione, nell'intento di favorire la diffusione di una cultura dell'ambiente forte e duratura.

RISCHIO AMBIENTALE

La valutazione, da parte della Banca, del merito creditizio delle aziende clienti anche sotto il profilo dell'eco-compatibilità delle loro attività, può costituire uno stimolo per le stesse ad operare nel pieno rispetto dell'ambiente. In quest'ottica, sono state sviluppate alcune linee guida di politica creditizia, introducendo nei processi di allocazione del credito la valutazione di variabili in grado di stimare l'impatto sull'attività dei molteplici rischi di natura ambientale ed attivando un servizio di Environment Risk Advisory, per affiancare le aziende nella valutazione preventiva delle proprie problematiche ambientali.

FINANZIAMENTI SOTTOPOSTI A VALUTAZIONE DEL RISCHIO AMBIENTALE

(Dati relativi a MPS Banca per l'Impresa)

2004

Numero	209
Importi (migliaia di euro)	676.704

In tale ambito, MPS Banca per l'Impresa riveste un ruolo di eccellenza all'interno del Gruppo. Nel 2004 la Società, a seguito dell'incorporazione di MPS Banca Verde, di cui ha assimilato le specifiche competenze, ha proceduto all'applicazione, nell'ambito delle operazioni di project financing, di uno specifico modello di *scoring* del rischio ambientale. Operativo sin dal 2002 nei settori dell'agricoltura e dell'agroindustria, il modello è stato esteso a tutti gli altri settori industriali.

La valutazione si fonda su parametri inerenti a diversi aspetti, quali:

- rischiosità ambientale caratteristica dell'attività esercitata dall'azienda richiedente il finanziamento;
- possesso di certificazioni ambientali di processo e/o di prodotto;
- conformità alla legislazione ambientale;
- responsabilità civili e penali per inquinamenti ambientali causati dall'attività d'impresa;
- lamentele ricevute per disturbi ed inquinamenti ambientali provocati;
- uso, conservazione e smaltimento di sostanze pericolose;
- impatti ambientali generati da emissioni nell'aria, nell'acqua e nel suolo;
- progetti di miglioramento dei sistemi di controllo e di riduzione degli impatti ambientali.

Dall'analisi emerge un giudizio di sintesi che indica, per l'impresa, il possibile rischio di insolvenza basato sulla stima dei danni che eventuali impatti ambientali potrebbero produrre sul suo equilibrio economico e finanziario.

In collaborazione con la controllata MPS Banca per l'Impresa, anche la Capogruppo sta lavorando all'implementazione di un sistema di valutazione del rischio ambientale nell'ambito del credito ordinario, da collegare al complessivo rating interno delle imprese clienti.

Nel 2004 è stato particolarmente intensificato l'impegno verso un sempre più attento monitoraggio dei rischi operativi connessi alle attività d'impresa finanziate e nella promozione, nei confronti delle imprese stesse, della "cultura della sostenibilità", anche in relazione alle previsioni dell'Accordo di Basilea 2 e alle novità legislative in materia di protezione ambientale.

“Nelle nostre relazioni commerciali intendiamo premiare processi e prodotti ad impatto positivo.”

A tale fine è stata effettuata una prima analisi della rischiosità ambientale del portafoglio creditizio della Banca, attraverso una misurazione degli attuali impieghi in settori economici considerati ad alto impatto ambientale ai sensi della Direttiva 85/337/CEE.

IMPIEGHI DELLA BANCA IN SETTORI AD ALTO IMPATTO AMBIENTALE (Dati al 31.12.2004)

Settore produttivo	Importo (milioni di euro)	Incidenza sul totale impieghi (%)
Petrolifero	101	0,3
Energetico	979	2,7
Estrattivo/Lavorazione minerali	304	0,9
Siderurgico/Metallurgico	804	2,3
Chimico e Farmaceutico	198	0,6
Infrastrutture	480	1,3
Trasporti	617	1,7
Cartario	146	0,4
Tessile	206	0,6
Conciario	94	0,3
Smaltimento dei rifiuti	234	0,7
Totale	4.163	11,7



Sono stati inoltre avviati i necessari approfondimenti sui rischi e sulle prospettive che si prefigurano per il settore finanziario a seguito dell'entrata in vigore del Protocollo di Kyoto e della Direttiva 2003/87/CE sull'Emission Trading, prevedendo per il 2005 l'effettuazione di attività di informazione e di approfondimento sulla tematica dei cambiamenti climatici in favore delle aziende clienti maggiormente coinvolte.

Una specifica riflessione sulla tematica è stata effettuata da Monte Paschi Asset Management, la Società di Gestione del Risparmio (SGR) del Gruppo. Nel considerare le significative conseguenze, sia negative che positive, che i cambiamenti climatici possono riflettere sul valore delle azioni delle imprese, sono stati sviluppati studi, a livello di macro e micro economia, relativamente alle aree geografiche maggiormente a rischio di dissesti naturali. Le considerazioni sulle politiche ambientali e sulle modalità di gestione delle emissioni di CO₂ da parte delle imprese fanno inoltre parte delle più complessive valutazioni che la SGR effettua relativamente alla propria gamma di fondi etici (vedasi Capitolo "Società - Iniziative di business socialmente responsabili", a pagina 88).

Allo scopo di approfondire la conoscenza dell'impatto che i cambiamenti climatici possono determinare sul valore del proprio portafoglio e di incoraggiare le imprese ad accordare sempre maggiore attenzione alla gestione delle emissioni di CO₂, MP Asset Management aderisce alla terza edizione del Carbon Disclosure Project (www.cdproject.net). L'iniziativa, promossa dalla fondazione inglese Rockefeller Philanthropy Advisors e sostenuta dal Programma Ambientale delle Nazioni Unite, mira ad analizzare, nel campo dell'energia e delle connesse problematiche ed opportunità inerenti ai cambiamenti climatici, le politiche e le scelte strategiche ed operative attuate dalle 500 maggiori imprese mondiali per capitalizzazione di borsa.

PRODOTTI E SERVIZI PER L'AMBIENTE

Le Aziende del Gruppo MPS offrono varie forme di sostegno finanziario e consulenziale a favore di imprenditori ed investitori impegnati nella realizzazione e nella gestione di progetti con significative ricadute in campo ambientale. La produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, la tutela e l'uso sostenibile delle risorse idriche e dell'energia, la gestione dei rifiuti, nonché l'evoluzione in chiave maggiormente ecologica del turismo rurale, sono alcuni degli ambiti in cui, nel 2004, l'innovazione di prodotto è stata più incisiva. Si fornisce una sintetica descrizione delle principali iniziative realizzate.

Prodotti finanziari per l'ambiente

MPS Banca per l'Impresa è attenta a valorizzare quei progetti di investimento che abbiano come scopo o riferimento il miglioramento delle condizioni ambientali dell'impresa e del contesto in cui essa opera.

A tal fine viene proposto alla clientela un ampio ventaglio di prodotti finanziari innovativi ed altamente specializzati, quali:

- *CertiHabitat*: certificazione dei sistemi di gestione ambientale;
- *Ecoturismo*: certificazione di qualità ambientale (Ecolabel) dei servizi turistico-alberghieri;
- *Energia Pulita*: produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili o a basso impatto ambientale;
- *Energy Save*: razionalizzazione del consumo e risparmio energetico da parte di grandi utilizzatori;

- *Acqua*: riduzione dei consumi idrici, ammodernamento e razionalizzazione delle reti di captazione, distribuzione e recupero di acqua;
- *Habitat*: interventi di tutela ambientale e per la gestione del territorio;
- *CasaVerde*: interventi di “bioedilizia”.

Nel 2004 sono stati finanziati 135 investimenti con dette finalità, per un importo complessivo di oltre 400 milioni di euro (+74% rispetto al 2003).

Finanza di progetto

Tra i servizi di project financing di MPS Banca per l’Impresa, assumono particolare rilievo, sotto il profilo ambientale, le iniziative rivolte a:

- *produzione di energia rinnovabile*, tramite il sostegno finanziario alla realizzazione di numerosi impianti di produzione di energia eolica, per una potenza totale installata di oltre 200 MW e investimenti complessivi di circa 300 milioni di euro;
- *servizi idrici integrati*, attraverso il coordinamento di un complesso processo di finanziamento (69.900.000 euro in 17 anni), per l’attivazione del servizio idrico integrato nell’ambito territoriale dell’Alto Valdarno, che ha consentito alla società Nuove Acque S.p.A. di accedere, prima in Italia, agli specifici fondi resi disponibili dalla Banca Europea per gli Investimenti. Per tale risultato la Banca ha ricevuto il riconoscimento di “European Utilities Public Private Partnerships Deal of the Year 2004”;
- *trattamento rifiuti*, con l’assistenza nella realizzazione di diversi impianti per il trattamento, la termovalorizzazione ed il riciclaggio di rifiuti urbani;
- *trasporti sostenibili*, tramite il sostegno alla realizzazione della metropolitana di superficie di Firenze;
- *edilizia civile*, con il recupero di aree industriali dismesse e la realizzazione di abitazioni con criteri di contenimento dei consumi, tra cui sistemi di teleriscaldamento.

Ricerca & Innovazione

Per le attività di ricerca e innovazione vedasi il Capitolo “Società – Iniziative di business socialmente responsabili”, a pagina 94.

Conto Energia ed Energia Più

Attraverso un accordo in esclusiva con un primario operatore energetico nazionale, le banche del Gruppo propongono, a condizioni competitive, specifici prodotti finanziari volti a facilitare, da parte delle imprese, i pagamenti per gli acquisti di energia elettrica (Conto Energia). Nell’ambito del medesimo accordo viene proposta alle imprese un’assistenza tecnica, accompagnata da opportuni prodotti di finanziamento e di facilitazione amministrativa, per l’effettuazione di attività di monitoraggio energetico volte ad una valutazione delle opportunità di ottimizzazione dei canali di approvvigionamento e dei consumi di energia elettrica (Energia Più).

Consum.it

Attraverso una convenzione con un primario distributore nazionale, la Società di credito al consumo del Gruppo MPS concede prestiti, a privati ed imprese, per l’acquisto di impianti ad energia solare le cui eccedenze di produzione vengono assorbite, a tariffe differenziate, dal gestore di rete.

Consulenza per le certificazioni ambientali

MPS Banca per l'Impresa offre un servizio di consulenza tecnica ed assistenza formativa alle imprese che intendono sviluppare sistemi di gestione ambientale in conformità ai principali schemi certificativi internazionali (EMAS e ISO 14001), ovvero conseguire la certificazione ambientale di un proprio prodotto/servizio (es. Ecolabel).

Assicurazioni per danni ambientali

Montepaschi Vita, Società assicurativa del Gruppo MPS, propone alle imprese agricole una specifica polizza per "Responsabilità civile da inquinamento", a copertura di eventuali danni cagionati a terzi per effetto di inquinamenti ambientali ad esse riconducibili. La polizza è abbinata ai finanziamenti finalizzati alla copertura degli investimenti necessari per consentire alle aziende l'ottenimento della certificazione ambientale secondo gli schemi ISO 14001 o EMAS.

Garanzie a copertura di danni da inquinamento ambientale sono anche contenute nella polizza assicurativa "Scudo Più", che si rivolge ad imprese di qualsiasi settore.

Da segnalare, inoltre, la partecipazione della Società ai lavori di un pool di operatori per lo studio di prodotti assicurativi a copertura di danni conseguenti a responsabilità civili per inquinamento.

ACQUISTI ECO-COMPATIBILI

I fornitori, attraverso i propri processi di produzione ed in relazione alle caratteristiche distintive dei prodotti e servizi erogati, possono incidere in certa misura sulle prestazioni ambientali della Banca.

La strategia di acquisto "verde", integrata nella gestione generale di Gruppo dei fornitori, è declinata dalla Banca in una procedura interna al proprio Sistema di Gestione Ambientale, che prevede:

- una valutazione dei fornitori sulla base di parametri di processo e di sistema (vedasi il Capitolo "Fornitori", a pagina 73);
- la preferenza per prodotti e servizi eco-compatibili nell'ambito dell'offerta di mercato.



Sotto quest'ultimo profilo, compatibilmente con gli obiettivi di minimizzazione dei costi, i requisiti ambientali che vengono ricercati e le garanzie che sono richieste nello svolgimento dei servizi resi dal fornitore possono includere:

- il rispetto della normativa ambientale applicabile;
- il possesso di marchi o certificazioni di qualità ambientale di prodotto;
- attestazioni di ridotto impatto ambientale (riciclabilità, risparmio energetico, basso rumore, ridotta pericolosità, ecc.).

Sono vari i prodotti e servizi per i quali sono richieste precise condizioni di compatibilità ambientale, che concorrono pertanto a determinare la qualità complessiva delle forniture. Se ne riportano di seguito alcuni esempi:

PRODOTTO/SERVIZIO	REQUISITI DI ECO-PREFERIBILITÀ
Carta xerografica	<ul style="list-style-type: none"> • Assenza di agenti sbiancanti a base di cloro. • Cellulosa estratta da foreste gestite in modo sostenibile. • Produzione presso stabilimenti cartari in possesso di certificazione ambientale.
Macchine per ufficio	<ul style="list-style-type: none"> • Efficienza energetica - conformità allo standard Energy Star (Regolamento CE n. 2422/2001). • Assenza di sostanze che riducono lo strato di ozono. • Contenuto di sostanze pericolose conforme alla Direttiva 2002/95/CE. • Contenuti livelli di rumorosità. • Emissioni elettromagnetiche entro i limiti previsti dal D. Lgs. 476/1992 in recepimento della Direttiva CEE 89/336. • Non pericolosità dei materiali di consumo utilizzati.
Arredi	<ul style="list-style-type: none"> • Possesso di marchi di certificazione ecologica. • Preferenza di materiali riciclati nel prodotto e nell'imballaggio. • Contenuto di sostanze pericolose conforme agli standard internazionali. • Conformità alle linee guida d'uso dei videoterminali di cui al D.M. 2 ottobre 2000.
Lampade	<ul style="list-style-type: none"> • Conformità agli standard previsti dal Programma Green Light.
Servizi di manutenzione	<ul style="list-style-type: none"> • Prevenzione dei rischi di dispersione di sostanze pericolose. • Gestione dei rifiuti prodotti, preferibilmente con finalità di recupero e riciclaggio.
Servizi di pulizia	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo di prodotti non tossici e ad alto tasso di biodegradabilità.



OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI



OBIETTIVI E RISULTATI RAGGIUNTI

Il Bilancio Socio-Ambientale è la rendicontazione di un processo di valutazione e gestione delle attività di responsabilità sociale finalizzato anche alla crescita continua della cultura della sostenibilità d'impresa. Tale processo è alimentato da una puntuale definizione di obiettivi di miglioramento per ogni area di responsabilità. Di seguito sono descritti sia i principali risultati raggiunti nel 2004 rispetto agli obiettivi riportati nel Bilancio precedente, sia quelli da perseguire nel biennio 2005-2006.

	OBIETTIVI DICHIARATI NEL BILANCIO 2003	RISULTATI 2004	OBIETTIVI 2005/06
GOVERNANCE			<p>Implementazione del Piano di Responsabilità Sociale.</p> <p>Ampliamento della regolamentazione e sistematizzazione in chiave etica delle attività e dei comportamenti aziendali.</p> <p>Ulteriore sviluppo ed integrazione dei sistemi di gestione qualità, ambiente, salute e sicurezza ed etica nei rapporti di lavoro.</p> <p>Potenziamento della rendicontazione socio-ambientale.</p>
ECONOMIA	<p>Crescita interna ed esterna.</p> <p>Miglioramento della performance operativa.</p>	<p>Incorporazione della Banca C. Steinhauslin nella Capogruppo, nel contesto di una più generale riorganizzazione del Private Banking di Gruppo.</p> <p>I risultati della Banca hanno avuto dinamiche positive, sia in termini di sviluppo dei volumi operativi (impieghi +5,7%, raccolta complessiva +2,3%, raccolta diretta +7,5%, risparmio gestito +1,1%), sia in termini di aggregati reddituali (risultato della gestione caratteristica in progresso del 15,7% rispetto al 2003). L'utile netto d'esercizio si è attestato a 610,5 milioni di euro, contro i 212,1 milioni del 2003.</p>	<p>Crescita interna ed esterna.</p> <p>Miglioramento della performance economica.</p> <p>Incremento dell'efficienza operativa.</p>
STAKEHOLDER	<p>Maggiore coinvolgimento degli stakeholder sulle tematiche della RSI.</p>	<p>Vedasi le attività descritte nel Capitolo "Relazioni con gli stakeholder".</p>	<p>Sviluppo di programmi di dialogo con gli stakeholder.</p>
Personale	<p>Sviluppo professionale delle risorse umane in chiave di responsabilità sociale.</p>	<p>Nel 2004 ha avuto avvio l'applicazione di un nuovo modello di gestione delle risorse umane basato sulle competenze (Paschi Risorse).</p> <p>Ha avuto inoltre ulteriore sviluppo la complessiva offerta formativa (5,3 giornate di formazione procapite nel 2004, contro 4,8 dell'anno precedente), con l'attuazione anche di specifici corsi sulle tematiche socio-ambientali per circa 2.000 giornate.</p>	<p>Estensione dell'applicazione del modello gestionale "Paschi Risorse".</p>



Personale

OBIETTIVI DICHIARATI NEL BILANCIO 2003

Miglioramento degli accessi alle sedi ed ai servizi della Banca da parte delle persone disabili.

RISULTATI 2004

È stata definita, nell'ambito del progetto per l'accessibilità, una specifica procedura di intervento, avviando a soluzione diversi casi.

È stata quasi ultimata la realizzazione di un percorso per disabili nel complesso edilizio della sede storica di Piazza Salimbeni.

OBIETTIVI 2005/06

Potenziamento e miglioramento dell'offerta formativa.

Maggiore diffusione della "cultura della sostenibilità" tra il personale.

Attuazione di progetti finalizzati a realizzare un migliore bilanciamento tra impegno lavorativo ed esigenze personali e familiari dei lavoratori, in un quadro di pari opportunità.

Prosecuzione del programma di interventi per migliorare gli ambienti e le condizioni di lavoro del personale con disabilità.

Clienti

Sviluppo di ulteriori strumenti per migliorare il grado di consapevolezza del cliente nelle scelte di investimento.

Sviluppo di progetti in partnership con altri soggetti per la diffusione della RSI e per la sensibilizzazione della clientela sui prodotti finanziari socialmente responsabili.

È stato portato a termine il percorso di implementazione di tutte le otto iniziative di "Patti Chiari", con il conseguimento delle relative certificazioni.

È stata ulteriormente diffusa l'applicazione della metodologia Retail Risk Management (RRM), che oggi consente di poter offrire alla clientela una completa mappatura dei rischi associati ai diversi prodotti obbligazionari ed alle polizze index.

È stato costituito ed attivato "Consumer Lab", un laboratorio di confronto e di dialogo fra il Gruppo MPS e le maggiori Associazioni dei Consumatori italiane.

La Banca ha collaborato con l'Organizzazione Internazionale del Lavoro alla realizzazione del Progetto "Sviluppo sostenibile attraverso il Global Compact", rivolto alle PMI.

Ha preso il via il Progetto Social Accountability and Consumers, coordinato da Adiconsum con l'obiettivo di definire linee guida per la redazione di un Bilancio sociale customer-oriented.

Implementazione della nona iniziativa di Patti Chiari, denominata "Informativa allo sportello nelle operazioni di compravendita di strumenti finanziari".

Realizzazione di un'indagine di customer satisfaction a livello di Gruppo sulla clientela retail e private.

Realizzazione dei progetti previsti nell'ambito di "Consumer Lab".

Informazione e sensibilizzazione delle imprese sulla RSI.

Sviluppo di modelli e strumenti di assistenza e consulenza alle imprese per la realizzazione di investimenti agevolati.

Collaborazione con le amministrazioni pubbliche per l'elaborazione e la gestione di programmi di sviluppo territoriale.

	OBIETTIVI DICHIARATI NEL BILANCIO 2003	RISULTATI 2004	OBIETTIVI 2005/06
Azionisti e investitori			Miglioramento del rating di sostenibilità della Banca.
Fornitori	Monitoraggio e controllo del "profilo sociale ed ambientale" dei fornitori.	<p>Al 31.12.2004 hanno espresso la propria adesione ai principi della norma SA 8000 428 imprese, pari al 64% dei fornitori iscritti all'Albo.</p> <p>Il possesso di certificazioni ambientali (ISO 14001, EMAS) da parte di 18 imprese dell'Albo è un requisito chiave per la complessiva valutazione dei fornitori. Nel 2004 sono stati sottoposti ad un'approfondita valutazione ambientale 286 fornitori.</p>	Rafforzare le attività di monitoraggio e controllo del "profilo sociale ed ambientale" dei fornitori.
Società	<p>Incremento dei prodotti finanziari di investimento etico.</p> <p>Aumento dei prestiti a carattere sociale e delle iniziative di solidarietà.</p>	<p>È stato dato avvio al Sistema Ducato Etico, una gamma di prodotti di investimento socialmente responsabile per la cui gestione è stato costituito un apposito Comitato Etico indipendente ed attivata una collaborazione con SAM – Sustainable Asset Management.</p> <p>Si è conclusa la fase preliminare del progetto per la costituzione di una Società appositamente specializzata nel microcredito di solidarietà.</p> <p>Sono state supportate, attraverso la raccolta di appositi fondi, varie iniziative umanitarie (aiuto alle popolazioni del Sud-est asiatico colpite dal maremoto, sostegno alle famiglie delle vittime di Nassirya, ecc.).</p>	<p>Incremento delle quote di sottoscrizione dei fondi etici.</p> <p>Avvio operativo della Società per il Microcredito.</p> <p>Realizzazione di iniziative di solidarietà.</p> <p>Predisposizione di linee guida per le sponsorizzazioni con finalità sociali.</p>
AMBIENTE	<p>Ulteriore sensibilizzazione, interna ed esterna, sulle tematiche ambientali.</p> <p>Miglioramento del sistema di monitoraggio e controllo delle performance socio-ambientali.</p>	<p>È stato intensificato lo sviluppo delle competenze interne e la diffusione della sensibilità ambientale, attraverso la realizzazione di varie iniziative di formazione, tra cui l'erogazione, con modalità e-learning, di un corso di base rivolto a tutto il personale, oltre ad alcuni interventi formativi sul Sistema di Gestione Ambientale.</p> <p>Nel Portale intranet di Gruppo è stata attivata una sezione dedicata.</p> <p>È stato potenziato il processo di monitoraggio e controllo interno, con l'implementazione della procedura informatica MPSafe.</p>	<p>Maggiore integrazione della formazione ambientale nei programmi formativi aziendali.</p> <p>Estensione della procedura MPSafe ad altre aziende del Gruppo.</p>



AMBIENTE

**OBIETTIVI DICHIARATI
NEL BILANCIO 2003**

Prosecuzione del "Progetto Emas" finalizzato all'ottenimento della relativa registrazione.

Riduzione delle emissioni di CO₂.

Miglioramento della raccolta differenziata dei rifiuti.

Incremento della quota dei beni e dei prodotti eco-compatibili utilizzati.

RISULTATI 2004

Sono proseguite, in collaborazione con MPS Banca per l'Impresa, le attività d'implementazione di un sistema di valutazione del rischio ambientale nell'ambito del credito ordinario.

È stata effettuata una prima analisi della rischiosità ambientale del portafoglio creditizio della Banca, attraverso una misurazione degli attuali impieghi in settori economici considerati ad alto impatto ambientale ai sensi della Direttiva 85/337/CEE.

Sono stati avviati approfondimenti sui rischi e sulle prospettive che si prefigurano per il settore finanziario a seguito dell'entrata in vigore del Protocollo di Kyoto e della Direttiva 2003/87/CE sull'Emission Trading.

Le emissioni di CO₂ sono state ridotte di circa il 10%, grazie soprattutto all'ulteriore incremento della quota di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili (69% nel 2004, contro il 63% dell'anno precedente).

È stato ulteriormente sviluppato il "Progetto Carta", con l'attivazione di nuovi punti per la raccolta differenziata dei rifiuti cartacei, d'intesa con varie Amministrazioni comunali, tra cui Firenze, Livorno, Siena, Perugia, Catania, Palermo, Lecce.

Un considerevole numero di prodotti sottostà a precisi vincoli di carattere ambientale.

Sono stati inoltre definiti nuovi standard realizzativi delle filiali, prevedendo ulteriori requisiti di compatibilità ambientale rispetto ai precedenti modelli di riferimento, con particolare riguardo al risparmio energetico e all'eco-preferibilità dei materiali impiegati.

OBIETTIVI 2005/06

Sviluppo di prodotti e servizi finanziari finalizzati a potenziare l'offerta commerciale del Gruppo nei nuovi mercati dell'ambiente.

Istituzione del Mobility Manager (previsto dal D.M. 27 Marzo 1998) per la definizione di proposte e soluzioni volte ad assicurare una "mobilità eco-efficiente" del personale.

Progressiva diffusione ed estensione dell'ambito del "Progetto Carta" per una complessiva razionalizzazione della gestione della carta.



LE ALTRE BANCHE COMMERCIALI

120 • Banca Toscana S.p.A.

125 • Banca Agricola Mantovana S.p.A.

BANCA TOSCANA S.p.A.



IDENTITÀ

La Banca Toscana, con sede e Direzione Generale a Firenze, ha festeggiato nel 2004 il suo centenario. La Banca nasce infatti nel 1904 come “Piccolo Credito Toscano”, società cooperativa promossa da un comitato di cittadini. Nel 1930 diviene Banca Toscana S.p.A., conoscendo nel tempo una costante espansione e crescita delle attività. Nel 2003 viene incorporata in Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., che contestualmente ne scorpora il ramo bancario con uguale denominazione.

A fine 2004 Banca Toscana dispone di una rete distributiva di 416 sportelli, dislocati prevalentemente nelle Regioni dell'Italia Centrale. Rappresenta oggi una realtà aziendale attenta alle esigenze espresse dalle famiglie e dai sistemi economici locali, in particolare dalle Piccole e Medie Imprese.

Gli sportelli di Banca Toscana



RISULTATI D'ESERCIZIO

Banca Toscana ha realizzato nel 2004 una crescita della raccolta complessiva del 3,9%, in ragione della discreta vivacità mostrata nel comparto dei prodotti di risparmio gestito. Gli impieghi alla clientela hanno registrato una crescita del 4,5%, trainata dallo sviluppo della componente a medio-lungo termine. Il risultato lordo di gestione è stato pari a 290 milioni di euro ed il risultato netto si è attestato a 90 milioni di euro.

POLITICHE SOCIALI INTERNE

La politica sociale interna della Banca si caratterizza per l'attenzione ai temi inerenti alla tutela dei lavoratori, che ha visto nell'adesione ai principi dello standard Social Accountability 8000 un importante momento di focalizzazione, reso possibile anche dall'individuazione tra il personale direttivo di un apposito referente; analogo impegno viene richiesto ai fornitori.



In tema di pari opportunità, la Banca sta procedendo alla realizzazione del Progetto “Maternità e sviluppo professionale nelle organizzazioni bancarie”, inserito nell'ambito dell'iniziativa comunitaria EQUAL, a cui

partecipano altre aziende, con l'obiettivo di ridurre la discriminazione e la disuguaglianza nel mercato del lavoro nei confronti delle lavoratrici madri.

Il Progetto, al quale hanno aderito 60 lavoratrici madri della Banca, ha visto nel 2004 la realizzazione di iniziative finalizzate a preservare le loro conoscenze e, sostanzialmente, la loro professionalità. Tra queste:

- la costruzione della sezione tematica “Madri a lavoro” nell'intranet aziendale all'interno del canale “Personale”;
- la realizzazione e distribuzione alle interessate di un CD Rom con indicazioni utili per la conoscenza del Progetto;
- la formazione:
 - delle lavoratrici, che prevede, al rientro dalla maternità, un periodo di affiancamento di due settimane per facilitarne il reinserimento professionale;
 - dei responsabili delle risorse umane di Rete e di Direzione Generale sui particolari aspetti gestionali inerenti alle lavoratrici madri.

FINANZIAMENTI CON RICADUTA SOCIALE

La responsabilità sociale della Banca si esplica anche attraverso l'offerta e la promozione di iniziative commerciali caratterizzate da significative ricadute socio-ambientali. Tra i progetti sostenuti nel 2004 si evidenziano i seguenti:

- **Aree protette.** Promosso dalla Federparchi - Federazione Italiana dei Parchi e delle Riserve Naturali, un'associazione che riunisce 120 soci e gestisce circa 300 aree protette, riguarda l'adattamento professionale degli occupati nel comparto agricolo, intendendo contribuire a risolvere i disagi dei lavoratori operanti in zone collinari e montane che rientrano nell'ambito di aree protette. L'intervento della Banca consiste nel rilascio di fidejussioni a garanzia delle richieste di erogazione avanzate da Federparchi al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

- **Ecotrasporto.** Finanziamenti, in partnership con Confcommercio Firenze e Consorzio CO.FI.DI, per l'acquisto, da parte di commercianti e grossisti, di automezzi commerciali o ad uso promiscuo, elettrici ed ecologici.
- **Sicurconfidi.** Finanziamenti realizzati, in partnership con Assindustria Firenze e Consorzio "Confidi Toscana" per l'adeguamento, da parte delle imprese, agli obblighi normativi in materia di salute e sicurezza negli ambienti di lavoro e per il loro miglioramento.
- **Innovazione tecnologica.** Finanziamenti, in partnership con Apindustria Toscana e COFIR, per investimenti per la ricerca e l'innovazione tecnologica, con particolare riguardo a quelli volti a ridurre l'impatto ambientale, a razionalizzare i consumi di energia e di altre risorse, ad ottenere certificazioni di qualità ed ambientali.
- **CESVOT.** Interventi creditizi, in partnership con Fidi Toscana S.p.A. e Centro Servizi Volontariato Toscano, a sostegno delle organizzazioni no profit.
- **Assindustria Innovazione.** Finanziamenti, in partnership con Assindustria Firenze e Consorzio "Confidi Toscana", per investimenti nell'innovazione tecnologica ed organizzativa, oltre che nella ricerca e nella tutela ambientale.
- **Mutuo verde.** Finanziamenti specifici destinati all'Agricoltura, all'Agroindustria e all'Agriturismo.

INTERVENTI NEL CONTESTO SOCIALE

Banca Toscana ha sempre sostenuto con adeguato supporto finanziario le iniziative sorte nelle comunità di riferimento aventi finalità sociali e culturali e le attività sportive e ricreative. Inoltre, la Banca non ha mai mancato di fornire il proprio sostegno, con appropriate erogazioni di liberalità ed elargizioni benefiche, alle azioni di solidarietà in favore dei soggetti più bisognosi del contesto sociale.



Il Meyer di Firenze

"So che all'ospedale Meyer di Firenze vengono curati anche bambini provenienti da regioni povere del mondo. Per questo motivo sono ancora più orgoglioso di consegnare questo assegno alla Fondazione Meyer".

Con queste parole il Presidente Prof. Paolo Mottura ha consegnato, nel dicembre scorso, ai rappresentanti della Fondazione Meyer, 100 mila euro quale erogazione liberale di Banca Toscana.

Il consistente contributo è stato finalizzato all'acquisto di una video capsula endoscopica e al finanziamento del progetto "Clown in corsia".

La donazione consente infatti al Meyer, che ha trovato in Banca Toscana un partner sensibile ed attento, di dotarsi di un sistema destinato a facilitare le diagnosi delle malattie intestinali, evitando ai giovani pazienti i disagi tipici di questi esami. La video capsula endoscopica è un'apparecchiatura che permette, mediante una microtelecamera delle dimensioni di un antibiotico di registrare il suo viaggio attraverso l'intestino del paziente, alla ricerca di lesioni o patologie.

Inoltre, per quanto riguarda "Clown in corsia", l'altro progetto finanziato da Banca Toscana, esso è finalizzato a garantire la presenza in tutti gli ambienti del Meyer di operatori specializzati capaci di riportare il sorriso tra i bambini, evitando loro la noia, la paura e il dolore che spesso comporta l'ospedalizzazione.



La Grande gamba con la scarpa di Baselitz, collocata al centro del transetto destro della tribuna del David, è una fusione di bronzo dipinta, originata da un modello ligneo.

I 500 anni del David di Michelangelo

La Mostra "Forme per il David" è stato uno dei cardini dei festeggiamenti per il cinquecentenario del David di Michelangelo e l'evento è stato correlato alle celebrazioni del centenario della Banca Toscana. Lo spazio attorno al famoso marmo è stato dedicato alle opere di cinque tra i maggiori artisti contemporanei internazionali: Georg Baselitz, Luciano Fabro, Jannis Kounellis, Robert Morris e Thomas Struth, che, in omaggio al grande artista cinquecentesco e in confronto con la sua opera hanno realizzato degli allestimenti inediti, approfittando dei festeggiamenti di questo doppio centenario, che ha aumentato la già consistente collaborazione tra la stessa Banca Toscana, la Soprintendenza per il Polo Museale Fiorentino e la Galleria dell'Accademia di Firenze. In occasione della manifestazione, Banca Toscana ha evidenziato il suo spirito innovativo in più modi: uno di questi è stata la "carta David" prepagata, disponibile in tre versioni, con la quale essa ha voluto dare, devolvendo un importo per ogni carta emessa, un ulteriore contributo al mantenimento ed alla conservazione, in tutto il suo splendore, del capolavoro del Buonarroti.

Il museo del Bargello

Nel 2004 Banca Toscana ha realizzato il volume "la Storia del Bargello – 100 capolavori da scoprire", il museo che ha sede in uno storico palazzo nel centro del capoluogo toscano, dove si possono ammirare numerose opere di Michelangelo, Donatello, Giambologna, Verrocchio e tanti altri grandi artisti, oltre ad una collezione di innumerevoli opere di artisti minori di qualificata e pregevole fattura.

I Tabernacoli

Sette secoli di modesta presenza nascosta nelle fessure dei muri o incastrata dietro piccole grate ai crocicchi, ma piena di un significato religioso da riscoprire. Sono i tabernacoli, che per Firenze rappresentano un patrimonio di enorme valore storico e di tradizione. Inizialmente presenti all'interno di edifici sacri o comunque in spazi dedicati al culto, nel tredicesimo e quattordicesimo secolo divennero comuni nelle strade ed agli angoli delle stesse. Successivamente utilizzati come testimonianza di devozione religiosa, di ringraziamento, di fede, entrarono a far parte della vita e del tessuto urbanistico delle città, continuando a rappresentare non solo una testimonianza di fede ma anche di arte, artigianato e di rispetto per la tradizione.

Banca Toscana, già in passato promotrice del ripristino di diversi tabernacoli, nel 2004 ha ritenuto che il finanziamento del restauro di alcuni tra i più significativi tabernacoli delle varie zone della città potesse rappresentare un momento di incontro con la popolazione ed un tangibile e rinnovato apprezzamento delle tradizioni della città.

2004... ALCUNI INDICATORI DI BANCA TOSCANA

STRUTTURALI

Dipendenti (forza effettiva) *	3.789
Filiali	416
Clienti	874.985
Fornitori	254
Sportelli automatici	495
Canali telematici (n. contratti)	106.300

* Aggregato che considera i "distacchi" attivi e passivi.

ECONOMICI (milioni di euro)

Crediti verso clientela	11.907
Raccolta complessiva	28.164
Risparmio gestito	7.266
Risparmio amministrato	8.212
Utile netto d'esercizio	90,1
Patrimonio netto	1.125
ROE (%)	8,63

SOCIALI

Rapporti di lavoro a tempo indeterminato (%)	99
Turnover del personale (%)	0,52
Formazione procapite (giorni)	4,5
Infortuni interni sul lavoro (n.)	9
Infortuni in itinere (n.)	43
Cause di lavoro promosse da dipendenti ed ex dipendenti (n.)	14
Provvedimenti disciplinari espulsivi (n.)	3
Clienti: indice di retention (%)	88,2
Clienti: indice di acquisition (%)	11,7
Reclami pervenuti da clientela (n.)	5.814
di cui relativi al prodotto finanziario 4 You	3.844
Reclami liquidati a clientela (n.)	2.310
di cui relativi al prodotto finanziario 4 You	1.783
Fornitori certificati (qualità e/o ambiente)	64
Valore aggiunto globale lordo (milioni di euro)	532,1
di cui alla Collettività (milioni di euro) *	1,9

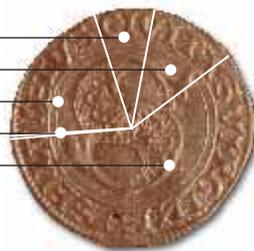
* Compresi 1,5 milioni attribuiti al Fondo beneficenza in sede di riparto dell'utile netto di esercizio.

AMBIENTALI

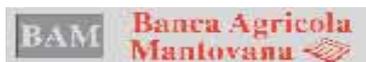
Energia totale per dipendente (kWh)	10.218
Energia elettrica per dipendente (kWh)	6.275
Carta per dipendente (kg)	n.d.
Fogli A4 per dipendente al giorno (n.)	44
Produzione di rifiuti per dipendente (kg)	n.d.
Emissioni di CO ₂ per dipendente (kg)	2.904
Percorrenze auto per dipendente (km)	1.962
Consumo di acqua per dipendente al giorno (litri)	86

Distribuzione del Valore Aggiunto

Sistema impresa	7,9%
Soci	11,8%
Stato, Enti ed Istituzioni	21,1%
Collettività	0,4%
Risorse Umane	58,8%



BANCA AGRICOLA MANTOVANA S.p.A.



IDENTITÀ

Banca Agricola Mantovana (BAM), con sede e Direzione Generale a Mantova, nasce nel 1871 come società di credito cooperativo orientata al sostegno dell'agricoltura e del settore agro-alimentare. Oggi, con una rete di 289 sportelli in 20 province della Lombardia, dell'Emilia Romagna, del Veneto e del Piemonte, mantiene una forte specializzazione nei settori di tradizionale intervento ed opera capillarmente nei servizi alle famiglie, alle aziende artigiane e commerciali ed alle Piccole e Medie Imprese. Nel 1999 BAM si trasforma in società per azioni ed entra a far parte del Gruppo Monte dei Paschi di Siena. Nello stesso periodo viene costituita la Fondazione BAM che, ottenuto il riconoscimento della Regione Lombardia, inizia ad operare nel gennaio 2001 a sostegno delle attività di Enti e di soggetti esterni e perseguendo finalità benefiche, culturali ed artistiche, di assistenza ed utilità sociale a favore del territorio mantovano. Nel 2003 viene incorporata in Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., che contestualmente ne scorpora il ramo bancario con uguale denominazione.

Gli sportelli di Banca Agricola Mantovana



RISULTATI D'ESERCIZIO

Nel 2004 BAM ha realizzato una crescita della raccolta complessiva del 3% grazie alle componenti del risparmio gestito ed amministrato. Gli impieghi alla clientela hanno registrato una crescita del 4,7%, a seguito dello sviluppo della componente a medio-lungo termine. Il risultato lordo di gestione è pari a 174 milioni di euro ed il risultato netto si attesta a 71,5 milioni di euro (+ 129% rispetto al 2003).

L'azione commerciale di BAM, che persegue una strategia di espansione territoriale prevalentemente rivolta alle regioni del Nord-Est, si è rafforzata e ulteriormente qualificata grazie all'introduzione dei nuovi modelli di servizio per la clientela previsti dal Piano Industriale ed allo sviluppo della struttura distributiva e della gamma dei prodotti e servizi offerti.



POLITICHE SOCIALI INTERNE

In armonia con le politiche di Gruppo, la Banca si impegna a coniugare gli obiettivi della crescita con il sistema di valori espressi dal territorio di insediamento storico e dalle comunità di riferimento.

Con tali finalità sostiene lo sviluppo delle attività economico-sociali e la valorizzazione del territorio e del localismo, attraverso modelli di business innovativi e la specializzazione dei servizi a favore della collettività. La tutela dell'ambiente e l'attenzione alle risorse umane alla loro valorizzazione ed allo sviluppo delle loro competenze e professionalità, completano la sua strategia di responsabilità sociale.

Come di consueto, l'impegno ed i risultati raggiunti da BAM in tali ambiti, sono esposti nel Bilancio Socio-Ambientale, giunto ormai alla quarta edizione, che si offre alla valutazione sulla congruenza tra dichiarazioni e realizzazioni (www.bam.it).

FINANZIAMENTI CON RICADUTA SOCIALE

Sono numerosi i casi in cui la Banca è intervenuta finanziando iniziative e specifici progetti a favore sia di soggetti colpiti da avversità o da eventi naturali non favorevoli, sia di sistemi locali che hanno la necessità di sviluppare le strutture sociali di cui fruisce la comunità.

Tra queste, in particolare:

Insieme per ricostruire

Con lo stanziamento di un plafond di 20 milioni di euro, a condizioni molto competitive, la Banca ha offerto soccorso alle imprese danneggiate dai nubifragi che nell'agosto 2004 hanno interessato alcune zone della Lombardia e dell'Emilia Romagna.

L'intervento creditizio, denominato "insieme per ricostruire", è stato finalizzato alla copertura dei danni provocati alle infrastrutture aziendali o anche semplicemente a compensare la diminuzione della produzione. Le imprese hanno potuto quindi disporre in tempi rapidi di un finanziamento a 3 o 6 mesi, che alla scadenza poteva essere estinto con eventuali contributi pubblici, oppure trasformato, interamente o in parte, in un finanziamento con medio-lungo termine.

Finanziamenti a favore delle famiglie colpite dal terremoto

Al fine di sostenere le famiglie impegnate nella ricostruzione delle case danneggiate dal sisma che ha colpito il 24 novembre 2004 le zone del Garda e della Valle Sabbia, la Banca ha stanziato un apposito plafond di 10 milioni di euro, che ha consentito ai proprietari di immobili di civile abitazione ubicati in dette zone di fruire di finanziamenti a condizioni agevolate.

Finanziamenti per pubblica utilità

L'affiancamento degli Enti locali per sostenere la realizzazione o il miglioramento di opere utili alla collettività è ormai una consolidata tradizione per Banca Agricola Mantovana, che ha sempre condiviso con le strutture pubbliche la necessaria prevalenza di un'ottica sociale nelle proprie attività, imperniandovi i propri rapporti con il territorio.

Nel 2004 la Banca ha finanziato 56 operazioni, per oltre 25 milioni di euro, inerenti ad asili nido, a scuole materne, centri per anziani, istituti geriatrici, impianti sportivi, trasporti scolastici, ecc.

INTERVENTI NEL CONTESTO SOCIALE

Parlando di attività aventi rilievo sociale, è d'obbligo porre in evidenza l'opera della Fondazione BAM, costituita nel 2000 da Banca Agricola Mantovana e da Banca Monte dei Paschi di Siena con l'obiettivo di sostenere le attività che si svolgono nel territorio mantovano.

La Fondazione interviene, come da Statuto, in quattro settori d'intervento, riguardanti:

- la salvaguardia, il recupero e la valorizzazione del patrimonio artistico, storico, culturale ed ambientale del territorio della provincia di Mantova;
- la promozione della cultura e della ricerca scientifica;
- la promozione di progetti ed opere di valore sociale;
- la creazione di un Centro Culturale, con particolare riguardo ai settori dell'economia, del credito e delle Istituzioni Locali, e di un Centro Espositivo delle opere di artisti mantovani o di artisti che hanno operato a Mantova.

Nel 2004 la Fondazione ha approvato 25 progetti, erogando 391.000 euro, di cui 93.000 per interventi per la conservazione e la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, 183.000 per l'istruzione e la ricerca scientifica, 115.000 in campo sociale.

2004...ALCUNI INDICATORI DI BANCA AGRICOLA MANTOVANA

STRUTTURALI

Dipendenti	3.552
Filiali	289
Clienti	469.533
Fornitori	3.000
Sportelli automatici	314
Canali telematici (n. contratti)	140.737

ECONOMICI (milioni di euro)

Crediti verso clientela (al netto delle rettifiche di valore)	8.352,6
Raccolta complessiva	25.477,8
Risparmio gestito	6.351,3
Risparmio amministrato	10.754,7
Utile netto d'esercizio	71,5
Patrimonio netto	892,6
ROE - parametrato su base annua (%)	8,71

SOCIALI

Rapporti di lavoro a tempo indeterminato (%)	93,4
Turnover del personale (%)	1,18
Formazione procapite (giorni)	10,15
Infortuni interni sul lavoro (n.)	16
Infortuni in itinere (n.)	52
Cause di lavoro promosse dai dipendenti (n.)	6
Provvedimenti disciplinari espulsivi	1
Clienti: indice di retention (%)	93,5
Clienti: indice di acquisition (%)	6,1
Reclami pervenuti da clientela (n.)	2.371
- di cui relativi al prodotto finanziario 4 You	1.527
Reclami liquidati a clientela (n.)	1.113
- di cui relativi al prodotto finanziario 4 You	846
Fornitori certificati (qualità e/o ambiente)	46
Valore aggiunto globale lordo (milioni di euro)	315,0
- di cui alla Collettività (milioni di euro)	3,6

AMBIENTALI

Energia totale per dipendente (kWh)	10.096
Energia elettrica per dipendente (kWh)	5.725
Carta per dipendente (kg)	99
Fogli A4 per dipendente al giorno (n.)	40
Rifiuti: produzione per dipendente (kg)	78
Emissioni di CO ₂ per dipendente (kg)	2.487
Percorrenze auto per dipendente (km)	2.881
Consumo di acqua per dipendente al giorno (litri)	147

Distribuzione del Valore Aggiunto*



* A tali valori si devono aggiungere 1.867.115 euro erogati a titolo di liberalità ad Enti pubblici vari, in ottemperanza agli accordi contenuti nei contratti per la gestione dei Servizi di tesoreria e cassa.



ACCREDITAMENTO DEI DATI

130 • Relazione della Società di revisione



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Piazza Vittorio Veneto, 1
50123 FIRENZE FI

Telefono 055 213391
Telefax 055 215824
e-mail it-fmaudit@kpmg.it

Relazione della società di revisione sul Bilancio Socio-Ambientale Attestazione di conformità

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

- 1 Abbiamo svolto le verifiche di conformità sul Bilancio Socio-Ambientale al 31 dicembre 2004 della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., descritte nel paragrafo 2 della presente relazione. Le procedure di verifica sono state svolte al fine di valutare l'affermazione riportata nel paragrafo "Guida alla lettura" del Bilancio Socio-Ambientale al 31 dicembre 2004 della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., secondo cui lo stesso è stato predisposto in conformità alle linee guida definite dal GRI -*Global Reporting Initiative*- e al Modello di redazione del Bilancio Sociale realizzato dall'ABI -Associazione Bancaria Italiana- in collaborazione con l'IBS -Istituto Europeo per il Bilancio Sociale-. La responsabilità della predisposizione del Bilancio Socio-Ambientale in accordo con i menzionati principi compete agli Amministratori della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A..
- 2 Allo scopo di poter valutare l'affermazione riportata nel paragrafo "Guida alla lettura", sopra richiamata, sono state svolte le seguenti procedure di verifica, come previsto dal principio di revisione *International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information* statuito a livello internazionale dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* ("IAASB") e dal Documento di Ricerca n. 1 - "Linee guida per la revisione del Bilancio Sociale" del Gruppo di studio per il Bilancio Sociale ("GBS"):
 - Verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Bilancio Socio-Ambientale ai dati e alle informazioni presenti nel bilancio d'esercizio della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. al 31 dicembre 2004, approvato dall'Assemblea dei soci, su cui è stata da noi emessa la relativa relazione di revisione contabile in data 13 aprile 2005.
 - Analisi a campione delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio Socio-Ambientale. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
 - interviste e discussioni con i rappresentanti della Direzione, al fine di ottenere una generale comprensione dell'attività della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting alla base della predisposizione del Bilancio Socio-Ambientale e di rilevare i processi, le procedure ed il sistema di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio Socio-Ambientale;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio Socio-Ambientale, al fine di ottenere una conferma dell'attendibilità delle informazioni acquisite attraverso le interviste e dell'efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni.
 - Analisi a campione della completezza e della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio Socio-Ambientale. Tale attività è stata svolta sulla base dei principi e delle linee guida di riferimento sopra evidenziate.

KPMG S.p.A., an Italian limited liability share capital company, is a member firm of KPMG International, a Swiss cooperative.

Milano Ancona Bari Bergamo
Bologna Bolzano Brescia Catania
Corno Firenze Genova Lecce
Napoli Novara Padova Palermo
Parma Perugia Pescara Roma
Torino Treviso Trieste Udine
Varese Verona

Società per azioni
Capitale sociale
Euro 5.798.620,40 i.v.
Registro Imprese Milano e
Codice Fiscale N. 00709600159
R.E.A. Milano N. 512867
Part IVA 00709600159
Sede legale: Via Vittor Pisani, 25
20124 Milano MI



Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.
*Relazione della società di revisione
 sul Bilancio Socio-Ambientale
 31 dicembre 2004*

- Verifica del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e agli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi, rispetto a quanto riportato nel Bilancio Socio-Ambientale.
- Ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dalla Banca, sull'attendibilità e completezza del Bilancio Socio-Ambientale e delle informazioni e dati in esso contenuti, nonché sulla conformità ai principi di redazione.

Per le risultanze relative al Bilancio Socio-Ambientale precedente, i cui dati ed informazioni sono presentati ai fini comparativi secondo quanto previsto dalle linee guida e dai principi di riferimento, si rimanda all'attestazione di conformità da noi emessa in data 30 settembre 2004.

- 3 Sulla base delle procedure di verifica svolte, riteniamo che il Bilancio Socio-Ambientale al 31 dicembre 2004 della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. sia conforme alle linee guida e ai principi con riferimento ai quali esso è stato predisposto, riportati nel paragrafo 1 della presente relazione. Inoltre, i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario del Bilancio Socio-Ambientale corrispondono ai dati e alle informazioni del bilancio d'esercizio della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. e gli altri dati e informazioni sono coerenti con la documentazione fornita e rispondenti ai contenuti richiesti dalle linee guida e dai principi in conformità ai quali il Bilancio Socio-Ambientale stesso è stato predisposto.
- 4 Nel seguito, esponiamo i seguenti richiami all'informativa riportata nel paragrafo "Obiettivi e risultati raggiunti" del Bilancio Socio-Ambientale al 31 dicembre 2004 della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.
 - 4.1 Rispetto all'esercizio precedente la Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. ha approfondito il sistema di rilevazione delle aspettative legittime con alcune categorie di stakeholder. La Banca si propone, inoltre, di consolidare le attività di dialogo già realizzate con i portatori di interesse, interni ed esterni, attraverso nuove forme di coinvolgimento.
 - 4.2 Il Bilancio Socio-Ambientale della Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., rispetto all'esercizio precedente, presenta un maggior numero di indicatori di performance sociale. La Banca si propone, peraltro, di arricchire il Bilancio Socio-Ambientale con ulteriori informazioni ed indicatori sociali ed ambientali, anche progressivamente estesi alle altre Società del Gruppo.

Firenze, 14 ottobre 2005

KPMG S.p.A.

Massimo Tamburini
 Socio

INDICE DEGLI ARGOMENTI

SECONDO LE LINEE GUIDA DEL GRI, IL MODELLO ABI E IL SOCIAL STATEMENT DEL MINISTERO DEL WELFARE

ARGOMENTI	GRI	ABI	MW	PAGINE
GENERALE				
Visione e strategia	1.1, 1.2	•		2, 11
Profilo				
Profilo organizzativo	2.1-2.8	•		7-10
Storia		•		6
Ampiezza e profilo del report	2.10-2.14, 2.19, 2.21			4, 130
Struttura di governo e sistemi di gestione				
Missione e valori	3.7	•		6, 14-15
Corporate Governance	3.1, 3.2	•		16-19
Politiche Direzionali e Sistemi di Gestione	3.14-3.20	•		15, 20-28
Coinvolgimento degli stakeholder	3.10-3.12		•	27, 34-41
ECONOMIA				
Dati di gestione e performance economica	EC1, EC3	•		30-31
Calcolo del valore aggiunto	EC5, EC6, EC10	•		31-32
SOCIETÀ				
Personale				
Impiego (organico, cessazioni, assunzioni, turnover)	LA1	•	•	42-43, 49
Composizione			•	42
Remunerazione e sistemi incentivanti	EC5, LA12	•	•	45-46
Assenze			•	53
Formazione e sviluppo professionale	LA9, LA17	•	•	43-45
Salute e sicurezza	LA5, LA6, LA7, LA15	•	•	50-53
Diversità e pari opportunità	HR4, LA10, LA11	•	•	46-48
Comunicazione interna			•	26, 35
Relazioni sindacali e libertà di associazione	HR5, LA4	•	•	46, 53-54
Lavoro minorile e lavoro forzato	HR6, HR7		•	46
Pratiche disciplinari e contenziosi	HR9, HR10		•	50, 54
Attività sociali		•		54-55
Azionisti				
Composizione azionariato		•	•	67
Investor relations		•	•	38, 69
Remunerazione degli azionisti			•	69
Andamento quotazioni			•	68
Rating			•	70-72
Partecipazione dei soci al governo e tutela delle minoranze			•	68
Clienti				
Composizione clientela		•	•	56-57
Sviluppo del mercato			•	57
Condizioni negoziali e trasparenza	PR2, PR7, PR8	•	•	59-60
Qualità e customer satisfaction		•	•	58, 61-62, 66
Corruzione e riciclaggio	SO2	•	•	14-15, 19, 86-87
Finanza etica		•		88-90
Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale		•	•	87-96, 109-111
Tutela della Privacy			•	64-65
Fornitori				
Composizione	EC11		•	74
Valutazione e qualificazione		•	•	73-75
Condizioni negoziali			•	73, 111-112

ARGOMENTI	GRI	ABI	MW	PAGINE
Partner finanziari				
Rapporti con banche, compagnie assicurative, società di servizi finanziari			•	
Stato e autonomie locali				
Rapporti con gli Enti Locali e la pubblica amministrazione		•	•	80-81, 86
Imposte, tributi e tasse			•	30-31
Norme e codici etici per il rispetto della legge			•	14-15
Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati			•	
Collettività				
Interventi a sostegno delle comunità locali	SO1	•	•	76-86
Relazioni con i mezzi di comunicazione			•	98
Accessibilità e sicurezza del virtual banking		•	•	65-66
Tutela dei diritti umani	HR1-HR3			14-15, 46, 77-79
AMBIENTE				
Sistemi di gestione ambientale e certificazioni	3.17, 3.19, 3.20	•		23, 100-101
Indicatori di prestazione		•	•	102-106
Materie prime	EN1		•	103-104
Gestione energetica	EN3, EN4, EN17, EN19	•	•	103
Acqua	EN5		•	102
Emissioni, scarichi, rifiuti	EN8, EN11		•	105
Trasporti	EN34			106
Rapporti con i Fornitori	3.16, EN33			73-75, 111-112
Impatti ambientali di prodotti e servizi	3.17, EN14	•		107-111

GLOSSARIO

ABI: Associazione Bancaria Italiana.

Anatocismo: regola di calcolo degli interessi su un capitale, in base alla quale gli interessi di un periodo concorrono, insieme al capitale originario, alla maturazione di interessi per i periodi successivi.

Anidride carbonica: gas naturale (CO₂), presente in atmosfera, che si sviluppa dalla respirazione animale e vegetale, dall'attività vulcanica e dalla combustione di materiale organico (metano, petrolio, legno, carta, etc.).

Asset Management: attività di gestione degli investimenti finanziari (e non).

Banca diretta: termine utilizzato per identificare i tradizionali servizi bancari erogati attraverso canali innovativi, come ad esempio PaschiHome (servizio di internet banking) e PaschiIntel (banca telefonica).

Bond di distretto o di sistema: è uno strumento per finanziare le PMI: i prestiti concessi alle imprese del territorio, all'interno di un apposito plafond stabilito dalla Banca, vengono ceduti ad una società veicolo e cartolarizzati, ovvero vengono emesse obbligazioni per un ammontare predefinito, da offrire sul mercato. A valutare le richieste di prestito è solitamente un istituto regionale (es. Fidi Toscana), che presta la garanzia sui finanziamenti fino ad una certa percentuale. I titoli obbligazionari possono inoltre essere coperti dalla controgaranzia di un fondo pubblico, che consentirà di contenere i tassi ad un livello molto basso, rendendo il costo per le imprese relativamente conveniente.

Corporate: letteralmente "impresa". Con "attività corporate" si indica l'attività di gestione delle relazioni con le imprese.

Corporate governance: termine inglese con cui si indicano gli organi societari e le regole che governano i rapporti tra gli stessi (diritti di voto, gerarchie, ecc.). Regole di governance chiare garantiscono una maggiore trasparenza della società e una maggiore democraticità delle rappresentanze.

Customer Relationship Management (CRM): insieme di strategie per la gestione delle relazioni con la clientela.

Customer satisfaction: letteralmente "la soddisfazione del cliente"; è un parametro

utilizzato per confrontare in termini relativi la bontà di un determinato servizio offerto al pubblico.

Emas (Eco Management and Audit Scheme): schema di gestione e audit ambientale, secondo il Regolamento della Comunità Europea n. 761/01, che detta le regole per l'adozione volontaria di sistemi di gestione ambientale (analoghe allo standard ISO 14001) e la redazione della Dichiarazione Ambientale.

Emission Trading: strumento flessibile di attuazione degli accordi di Kyoto (vedasi Protocollo di Kyoto) che introduce un sistema organizzato per il commercio, tra paesi e/o imprese, di crediti di emissione di gas ad effetto serra.

GRI (Global Reporting Initiative): è un impegno internazionale a lungo termine, la cui missione è sviluppare e diffondere linee guida ad uso volontario per la realizzazione di rapporti sugli aspetti economici, ambientali e sociali dell'attività dell'impresa.

Istituto Europeo per il Bilancio Sociale (IBS): è un ente di ricerca scientifica e applicata avente come scopo la ricerca sulle tematiche del bilancio sociale e lo studio, l'approfondimento e lo sviluppo della cultura d'impresa.

Impatto ambientale: qualunque modificazione dell'ambiente, negativa o benefica, totale o parziale, conseguente ad attività, prodotti o servizi di un'organizzazione.

Indice di frequenza: secondo la norma UNI 7249/95, il numero di infortuni denunciati per milione di ore lavorate.

Indice di gravità: secondo la norma UNI 7249/95, il numero di giorni persi per infortuni per mille ore lavorate.

Internet banking: servizio che consente di disporre operazioni bancarie (acquisto/vendita titoli bancari, bonifici, ecc.) ed accedere alle informazioni relative al conto corrente e al dossier titoli attraverso il personal computer. Permette inoltre di ricevere informazioni "on line" sull'andamento dei principali mercati o su quello dei singoli titoli.

London Benchmarking Group: organizzazione alla quale aderiscono oltre 90 grandi società internazionali, costituisce un importante

riferimento internazionale per la rendicontazione socio-ambientale, in quanto ha definito una metodologia che permette di identificare e classificare tutte le iniziative dell'impresa a sostegno delle comunità locali in cui è presente.

Merchant bank: società finanziaria volta a sviluppare attività di acquisizione e di ristrutturazione di altre società, sia nazionali che estere per favorire lo sviluppo sul piano economico-aziendale, oltre che finanziario.

Norma UNI EN ISO 14001: norma relativa a "Requisiti e guida per l'uso dei Sistemi di Gestione Ambientali", costituisce il recepimento italiano dello standard internazionale ISO 14001.

Protocollo di Kyoto: accordo internazionale negoziato a Kyoto, in Giappone, nell'ambito della Convenzione Quadro delle Nazioni Unite sui Cambiamenti Climatici, che impegna i paesi industrializzati e quelli ad economia in transizione nell'obiettivo di ridurre le proprie emissioni di gas ad effetto serra.

Private banking: servizi finanziari riservati alla clientela privata cosiddetta "di fascia alta", per la gestione globale delle esigenze finanziarie.

Responsabilità sociale dell'impresa: integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate.

Retail: letteralmente "al dettaglio". *Retail banking* indica un'operatività bancaria rivolta prevalentemente alle famiglie consumatrici ed alle piccole imprese.

Sistema di Gestione Ambientale: parte del sistema di gestione che comprende la struttura organizzativa, le attività di pianificazione, le responsabilità, le prassi, le procedure, i processi, le risorse per elaborare, rendere operativa, verificare e correggere la politica ambientale.

Stakeholder: soggetti che possono influenzare, essere influenzati o avere un interesse per le attività dell'impresa, come il personale, gli azionisti, i clienti, la comunità locale e quella nazionale, lo Stato, i fornitori e le generazioni future.

Stock option: contratti con i quali l'azienda dà ai propri dipendenti la possibilità di aumentare il proprio reddito aderendo facoltativamente ad un certo prezzo e ad una data predefinita alla trasformazione delle option in azioni e quindi in reddito. L'operazione consiste in prima definizione nel fissare un numero di azioni e nello stabilire il prezzo dei titoli ai dipendenti i quali possono esercitare il diritto di opzione dopo un definito numero di anni.

Stock granting: assegnazione gratuita di azioni ai dipendenti.

Sviluppo sostenibile: sviluppo che soddisfa i bisogni attuali senza compromettere quelli delle generazioni future.

Valore aggiunto: dal punto di vista del Bilancio Sociale, il valore aggiunto rispecchia i risultati socialmente rilevanti raggiunti da un'organizzazione in termini di ricchezza prodotta e distribuita.



BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA S.p.A.
Sede sociale in Siena, Piazza Salimbeni, 3 - www.mps.it
Capitale Sociale: euro 1.935.272.832,00 interamente versato.
Iscritta al Registro Imprese di Siena - numero di iscrizione e codice fiscale 00884060526.
Aderente al Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi.
Iscritta all'Albo delle banche al n. 5274.
Gruppo Bancario Monte dei Paschi di Siena, iscritto all'Albo dei Gruppi Bancari.

BANCHE		FINANZIARIE		SOCIETÀ DI GESTIONE DEL RISPARMIO E DI INTERMEDIAZIONE MOBILIARE
BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA S.p.A.				
BANCA TOSCANA S.p.A.		CONSUM.IT S.p.A.		MONTE PASCHI ASSET MANAGEMENT SGR S.p.A.
BANCA AGRICOLA MANTOVANA S.p.A.		AGRISVILUPPO S.p.A.	MONTEPASCHI IRELAND Ltd	MPS VENTURE SGR S.p.A.
MPS BANCA PERSONALE S.p.A.		ULISSE S.p.A.	MONTE PASCHI LUXEMBOURG S.A. (Luxembourg)	INTERMONTE SIM S.p.A.
MPS FINANCE BANCA MOBILIARE S.p.A.		ULISSE 2 S.p.A.	MPS PREFERRED CAPITAL I LLC, WILMINGTON (Delaware - USA)	MPS ALTERNATIVE INVESTMENTS SGR S.p.A.
MPS BANCA PER L'IMPRESA S.p.A.	BANCA MONTE PASCHI BELGIO S.A. (Belgio)	ULISSE 3 S.p.A.	MPS PREFERRED CAPITAL II LLC, WILMINGTON (Delaware - USA)	G.I. PROFIDI SIM S.p.A.
MPS LEASING & FACTORING S.p.A.	MONTE PASCHI BANQUE S.A. (Francia)			
MPS GESTIONE CREDITI BANCA S.p.A.				
ITALIA	ESTERO	ITALIA	ESTERO	ITALIA

ALTRE AZIENDE CONTROLLATE E COLLEGATE NON FACENTI PARTE

BANCHE		FINANZIARIE	SETTORE ASSICURATIVO
BANCA MONTE PARMA S.p.A.		FABRICA IMMOBILIARE SGR S.p.A.	MONTEPASCHI VITA S.p.A.
BANCA POPOLARE DI SPOLETO S.p.A.		S.I.C.I. SGR S.p.A.	MONTEPASCHI ASSICURAZIONI DANNI S.p.A.
	BANQUE DU SUD S.A. (Tunisia)	SPOLETO CREDITI E SERVIZI S.c.a.r.l.	DIPRAS S.p.A.
		FINSOE S.p.A.	
		FIDI TOSCANA S.p.A.	
ITALIA	ESTERO	ITALIA	ITALIA

TE DEI PASCHI DI SIENA

AL 31-12-2004

<p>ZIONE ZIONE</p>	<p>SERVIZI COLLATERALI E FUNZIONALI ALL'ATTIVITÀ BANCARIA E ALTRE</p>	<p>SERVIZI RISCOSSIONE TRIBUTI</p>
	<p>CONSORZIO OPERATIVO GRUPPO MPS</p> <p>MONTE PASCHI FIDUCIARIA S.p.A.</p> <p>MPS TENIMENTI S.p.A.</p> <p>PASCHI GESTIONI IMMOILIARI S.p.A.</p> <p>MPS IMMOILIARE S.p.A.</p> <p>PADANA IMMOILIARE S.p.A.</p>	<p>ITALRISCOSSIONI S.p.A.</p> <p>BAM RISCOSSIONI S.p.A.</p> <p>GERIT S.p.A.</p> <p>SO.R.I.T. S.p.A.</p> <p>MONTE PASCHI SE.R.I.T. S.p.A.</p> <p>PADANA RISCOSSIONI S.p.A.</p>
<p>MPS ASSET MANAGEMENT IRELAND Ltd (Irlanda)</p> <p>MONTE PASCHI INVEST S.A. (Francia)</p>	<p>G.IMM.ASTOR S.r.l.</p> <p>MAGAZZINI GENERALI FIDUCIARI DI MANTOVA S.p.A.</p>	<p>IMMOILIARE POINCARÉ S.N.C. (Francia)</p> <p>IMMOILIARE VICTOR HUGO S.C.I. (Francia)</p> <p>MONTE PASCHI CONSEIL S.A. (Francia)</p>
ESTERO	ITALIA	ITALIA

DEL GRUPPO BANCARIO

ALTRE PARTECIPAZIONI

LEGENDA

RATIVO

<p>QUADRIFOGLIO VITA S.p.A.</p> <p>MONTEPASCHI LIFE Ltd</p> <p>MONTE PASCHI ASSURANCES (FRANCE) S.A.</p>	<p>MARINELLA S.p.A.</p> <p>CDO.net S.p.A.</p> <p>MPS.net S.p.A.</p> <p>MPS PROFESSIONAL S.p.A.</p> <p>BANCA NAZIONALE DEL LAVORO S.p.A.</p> <p>ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO</p>	<p>CAPOGRUPPO</p> <p>CONTROLLATE</p> <p>COLLEGATE</p> <p>ALTRE PARTECIPAZIONI</p>
IA	ESTERO	ITALIA

Il presente documento è stato realizzato a cura del Servizio Politiche Ambientali, Salute, Sicurezza e Privacy, in cooperazione con il Gruppo di lavoro interno per il Bilancio Socio-Ambientale e grazie ai contributi dei tanti colleghi delle diverse funzioni della Banca e delle Società del Gruppo che, a vario livello, ne sono stati partecipi.

Il Bilancio Socio-Ambientale 2004 è consultabile sul sito:

www.paschiambiente.it

Per ulteriori informazioni contattare:

Servizio Politiche Ambientali, Salute,
Sicurezza e Privacy
Area Corporate Responsibility e Logistica
Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.
Via Aldo Moro, 13
53100 Siena

☎ (+39) 0577 294316
299654 - 299655 - 299656

Fax: (+39) 0577 296367

e-mail: environment@banca.mps.it

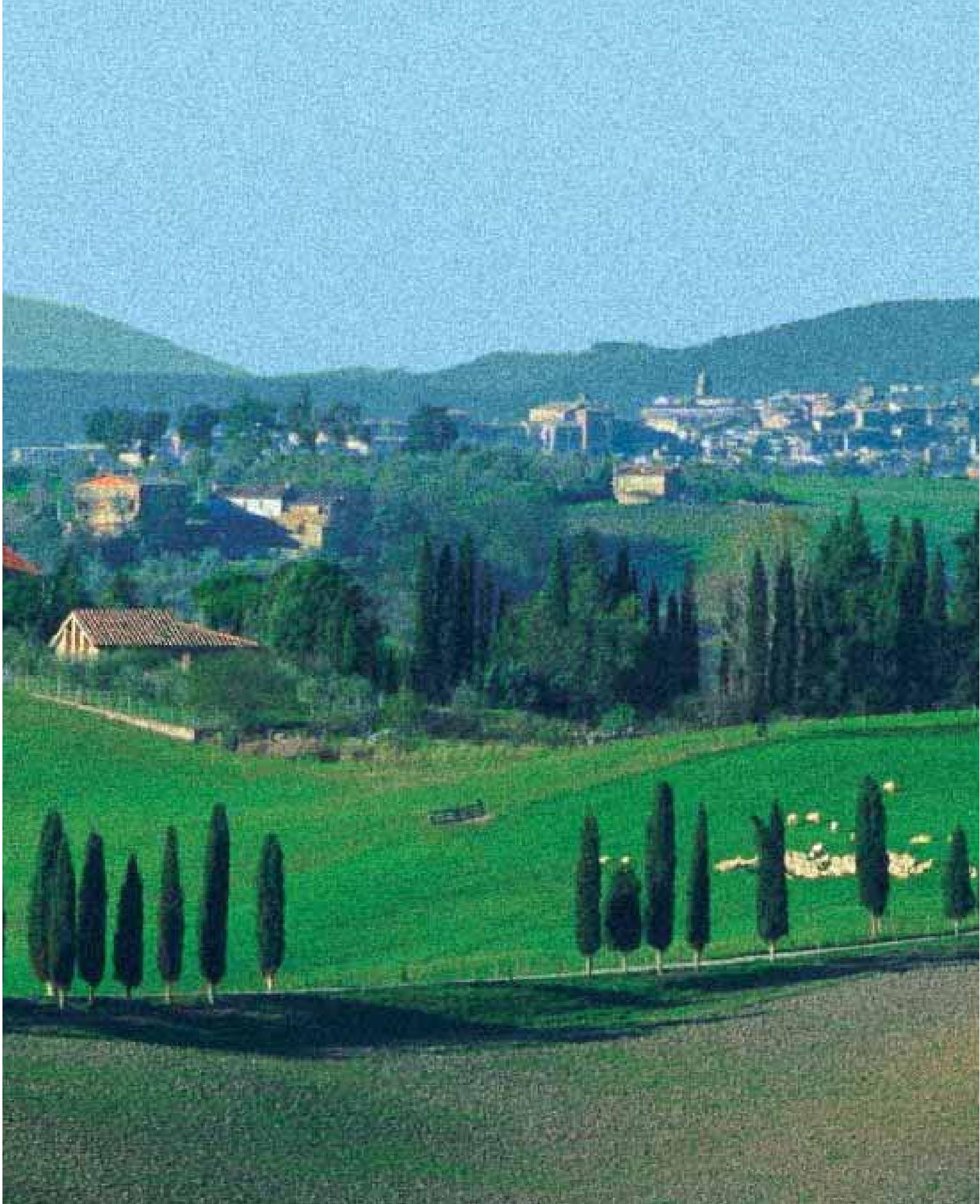
Progetto grafico: Maruska Pradelli Rossi

Foto: Bruno Bruchi (pp. 13, 14, 19, 29, 41, 55, 69, 99, 100, 111, 119, 129), Filippo Galluzzi (pp. 16, 33, 39, 72, 106, 113), Mauro Guerrini (copertina, pp. 6, 11, 48, 59, 62, 66, 95, 102, 108), Fabio e Andrea Lensini (p. 5),
Archivio fotografico Banca MPS

Stampa: AL.SA.BA. Grafiche, Siena

Stampato su carta totalmente ecologica la cui cellulosa proviene da foreste amministrate ed è sbiancata senza utilizzo di cloro (EFC)





L'impegno di una scelta