

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE E LO SVILUPPO SOSTENIBILE



Il valore della chiarezza
è condivisione, nei fatti

I PRINCIPI DI REDAZIONE

La presente sezione è stata predisposta secondo le linee guida di rendicontazione G3 del GRI (Global Reporting Initiative), che costituiscono il principale riferimento internazionale in tema di reporting sociale e ambientale.

MATERIALITÀ

Nel definire gli argomenti da includere sono stati esaminati tutti gli aspetti che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder, in coerenza con la nostra Mission.

INCLUSIVITÀ

Tutte le unità aziendali coinvolte nel processo di rendicontazione hanno intrattenuto un dialogo costante con gli stakeholder al fine di rispondere alle loro aspettative.

SOSTENIBILITÀ

Il Gruppo Banca Fideuram considera il concetto di sviluppo sostenibile provvedendo ad inquadrare la propria attività in un contesto più ampio.

COMPLETEZZA

Le informazioni riportate si riferiscono, ove non diversamente specificato, alle società incluse nel perimetro del bilancio consolidato al 31 dicembre 2008. I dati inseriti sono coerenti con il periodo temporale di riferimento 1/1/2008 - 31/12/2008. Vengono riportate anche informazioni qualitative riguardanti eventi significativi intervenuti nei primi mesi del 2009.

EQUILIBRIO

Al fine di consentire una valutazione completa dell'attività del Gruppo, le informazioni presentate includono i risultati positivi e negativi ottenuti nel corso dell'anno.

COMPARABILITÀ

I dati riportati, ove possibile, sono messi a confronto con quelli dell'esercizio precedente al fine di permettere agli stakeholder di analizzare le variazioni intervenute nella performance del Gruppo.

ACCURATEZZA

I dati forniti derivano da rilevazioni dettagliate e dirette; specifiche note indicano l'utilizzo di stime. La distribuzione del Valore è stata redatta sulla base del bilancio consolidato al 31 dicembre 2008.

TEMPESTIVITÀ

La presente informativa viene pubblicata con cadenza annuale e messa a disposizione degli stakeholder sul sito internet aziendale il giorno stesso in cui il Consiglio di Amministrazione di Banca Fideuram la approva insieme al bilancio d'esercizio.

CHIAREZZA

I contenuti sono espressi in un linguaggio semplice e accessibile al fine di consentirne la comprensione a tutti gli stakeholder. La presente informativa viene tradotta in inglese al fine di permetterne la lettura anche agli stakeholder esteri.

L'IDENTITÀ DEL GRUPPO

I VALORI

Alla fine del 2007 Banca Fideuram ha adottato il Codice Etico della Capogruppo Intesa Sanpaolo, facendo propri i valori in cui il Gruppo Intesa Sanpaolo crede e sui quali si impegna. I valori dichiarati nel Codice Etico sono espressione delle diverse culture aziendali da cui Intesa Sanpaolo proviene. In tal senso, oltre ai principi e ai valori generali di riferimento contenuti nel Codice Etico (ed in coerenza con gli stessi), Banca Fideuram ed i suoi Private Banker, nell'esercizio quotidiano dell'attività, si ispirano ai valori tipici della cultura e della tradizione di Banca Fideuram.

■ Centralità dell'individuo	Comprensione e valorizzazione delle qualità individuali nelle relazioni tra Private Banker e cliente e tra Banca Fideuram e i Private Banker
■ Eccellenza professionale	Miglioramento continuo delle conoscenze e della capacità di utilizzarle nella prestazione dei servizi di consulenza
■ Apertura verso il nuovo	Attitudine a cogliere i cambiamenti socio-economici e farne un valore aggiunto del servizio offerto
■ Approccio sistemico	Attitudine a proporre soluzioni che rispondano alle esigenze complessive dei clienti
■ Orientamento alla qualità del servizio	Attenzione a curare e migliorare ogni aspetto del servizio, tangibile e intangibile

LA STORIA

- 1968** Fideuram viene acquisita dall'Istituto Mobiliare Italiano (IMI) con lo scopo di operare nel settore dei fondi comuni d'investimento rilevando l'attività dell'International Overseas Services (IOS). Fideuram offre agli investitori italiani i fondi comuni di diritto lussemburghese "storici" Fonditalia e Interfund, utilizzando una Rete composta da circa 300 promotori finanziari.
- 1984** Fideuram inizia il collocamento dei suoi primi fondi comuni italiani: Imirend e Imicapital.
- 1992** Banca Fideuram nasce dalla fusione di due società del Gruppo IMI: Banca Manusardi, già quotata alla Borsa Valori di Milano, e Fideuram. Il titolo rimane quotato sotto la nuova denominazione sociale.
- 1996** Il titolo Banca Fideuram viene incluso nell'indice delle Blue chips italiane, il Mib 30.
- 1997** Banca Fideuram introduce, a beneficio della clientela, un servizio personalizzato di pianificazione finanziaria ad elevatissimo contenuto tecnologico: il "personal financial planning".
- 1998** Viene costituita la controllata Fideuram Bank (Luxembourg).
- 2000** Banca Fideuram estende la sua attività in Francia con l'acquisizione del Gruppo Wargny.
- 2001** Viene costituita in Svizzera la controllata Fideuram Bank (Suisse).
- 2002** Banca Fideuram acquisisce Sanpaolo Invest SIM.
- 2004** La controllata assicurativa Fideuram Vita viene trasferita ad Assicurazioni Internazionali di Previdenza S.p.A. (oggi EurizonVita).
- 2005** La partecipazione detenuta in Banca Fideuram viene conferita da Sanpaolo IMI (oggi Intesa Sanpaolo) alla neo costituita Eurizon Financial Group S.p.A. direttamente controllata da Sanpaolo IMI.
- 2006** I servizi di supporto operativo di Banca Fideuram vengono accentrati in Universo Servizi S.p.A. (oggi Eurizon Solutions). Eurizon Financial Group lancia un'offerta pubblica di acquisto totalitaria sulle azioni di Banca Fideuram.
- 2007** A seguito dell'esito positivo dell'OPA residuale di Eurizon Financial Group si realizza il delisting delle azioni di Banca Fideuram dalla quotazione sul Mercato Telematico Azionario e, in seguito alla riorganizzazione delle attività del Gruppo Eurizon, Banca Fideuram è direttamente controllata al 100% da Intesa Sanpaolo. Vengono reintegrate in Banca Fideuram sia le attività e le funzioni specialistiche originariamente accentrate in Eurizon Financial Group, sia le attività di supporto operativo precedentemente cedute ad Eurizon Solutions.
- 2008** Vengono celebrati i 40 anni di attività di Banca Fideuram. Un evento importante per la Banca che può vantare una leadership quarantennale nel proprio settore. Il ruolo della Banca si è evoluto passando dalla vendita di prodotti alla consulenza in materia di investimenti, per fornire assistenza personalizzata sulla base delle specifiche esigenze del cliente. Tale trasformazione è stata possibile grazie ad una gamma di prodotti e servizi che si è progressivamente evoluta e ampliata nel tempo e alle competenze relazionali e professionali dei nostri Private Banker. Nel mese di novembre 2008 è stata perfezionata la trasformazione in banca di Fideuram Bank (Monaco) SAM, in precedenza denominata Fideuram Wargny Gestion SAM, mantenendo una presenza nel Principato di Monaco, mentre Banque Privée Fideuram (oggi Fideuram France S.A.) ha restituito nel mese di dicembre la propria licenza bancaria.

LA RELAZIONE SOCIALE

I CLIENTI

Principali obiettivi fissati per il 2008

Svolgimento di focus sui nuclei familiari al fine di rafforzare ulteriormente il rapporto con i clienti esistenti ed acquisirne di nuovi

Miglioramento del grado di soddisfazione dei clienti attuali, con particolare attenzione ai clienti di alto profilo

Riduzione del tasso di abbandono, con azioni mirate ad accrescere il livello di fidelizzazione della clientela

Ulteriore ampliamento dell'offerta del canale internet attraverso la realizzazione di nuove funzionalità informative e dispersive nell'ambito dei servizi di home banking e trading online

Azioni e risultati raggiunti

• Nel corso del 2008 sono stati organizzati eventi relazionali sul territorio con il coinvolgimento nelle iniziative di 2.200 clienti attuali e di circa 200 clienti potenziali.

• Nel corso del 2008 è stata realizzata un'offerta prodotti sempre più focalizzata sulla clientela Private, registrando una sostanziale conferma del peso specifico dei clienti High Net Worth, Upper Affluent ed Affluent nella base clienti, nonostante le forti dinamiche ribassiste dei mercati che hanno impattato sulla controvalorizzazione dei portafogli detenuti dalla clientela.

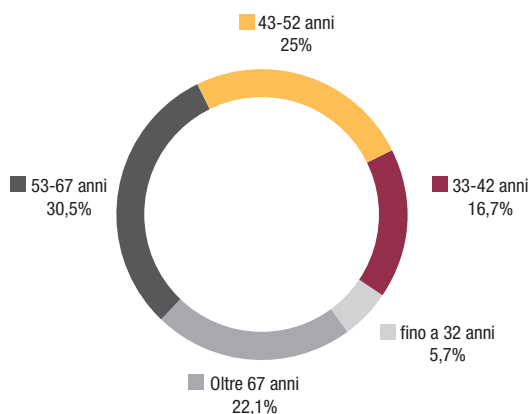
• Le attività svolte nel corso dell'anno si sono concentrate sul miglioramento mirato delle comunicazioni cartacee alla clientela, sulla revisione dei supporti commerciali e promozionali e sul rilancio della visibilità del marchio. Nel 2008 il numero di conti correnti ha registrato una crescita netta di circa 3.500 unità.

• Nel corso del 2008 sono state realizzate nuove funzionalità nei servizi di:
- home banking quali pagamento dei bollettini postali, pagamento del bollettino ICI e pagamento delle RiBa (Ricevute Bancarie);
- trading online quali l'operatività sulla Borsa di Londra e sui mercati TLX e EuroTLX e l'introduzione della Watch List. È stato inoltre effettuato l'adeguamento alla nuova piattaforma di Borsa Italiana TradElect (relativamente ai mercati MTA ed Expandi).

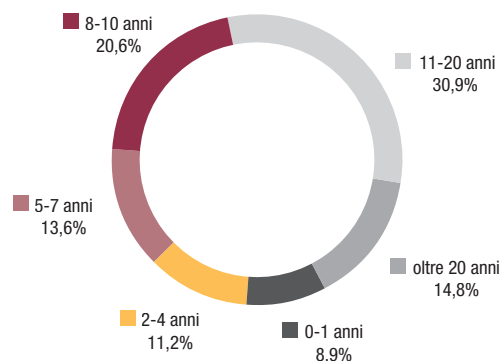
È stato inoltre raggiunto il numero di 208.750 clienti abilitati ai servizi online di Banca Fideuram (+4% rispetto al 2007) e oltre 1,5 milioni di operazioni effettuate dai clienti via internet (+6,5% rispetto al 2007).

Le Reti Fideuram e Sanpaolo Invest contano circa 639 mila clienti, distribuiti sull'intero territorio nazionale, in tutte le fasce di età e con un'alta anzianità di rapporto che li lega al Gruppo.

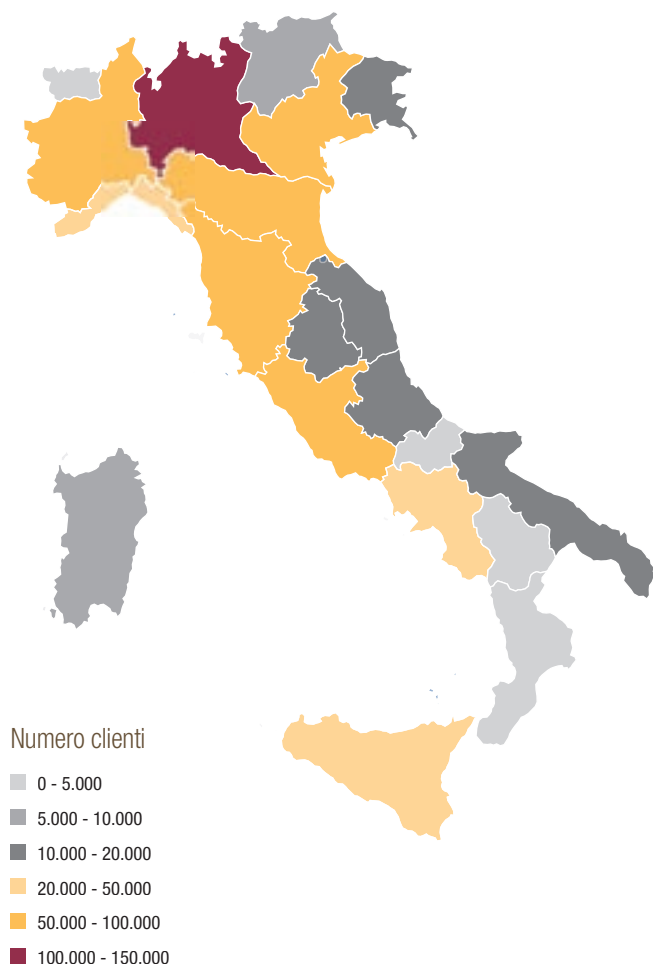
Ripartizione dei clienti per fasce di età



Ripartizione dei clienti per anzianità di rapporto



Distribuzione territoriale dei clienti

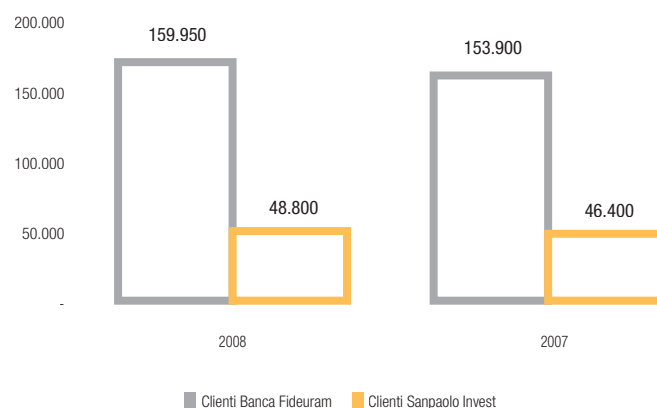


Il numero di bonifici effettuati via Internet è aumentato del 43% rispetto all'anno precedente; nel 2008 sono stati effettuati online oltre 514 mila bonifici, pari al 71% dei bonifici inoltrati complessivamente dalla clientela (66% al 31 dicembre 2007).

L'offerta di Fideuram Online ha continuato a rinnovarsi attraverso l'introduzione di nuovi servizi e funzionalità. Tra le principali novità introdotte nel corso dell'anno si segnalano:

- l'introduzione di nuove funzionalità dispositive nell'ambito dei servizi di Home Banking: pagamento dei bollettini postali, pagamento del bollettino ICI e pagamento delle RiBa (Ricevute Bancarie);
- la realizzazione di nuove funzionalità nell'ambito del servizio di Trading (operatività sulla Borsa di Londra e sui mercati TLX e EuroTLX e introduzione della Watch List); sono stati inoltre effettuati gli interventi di adeguamento alla nuova piattaforma di Borsa Italiana TradElect, relativamente ai mercati MTA ed Expandi;
- l'ampliamento dell'informativa ai nuovi prodotti di risparmio gestito sottoscritti dai clienti e commercializzati nel corso dell'anno (Fideuram Omnia, Symphonia Sicav e Multi Sicav, nuovi comparti e nuove classi di prezzo per Fonditalia, Unit Linked Skandia, Credit Suisse Solutions e Sicav One, 8a+ e Gruppo Ersel).

Clienti Online



Fideuram Online

Nel 2008 si è confermato il trend di crescita di Fideuram Online, sia in termini di numero di clienti (+4% rispetto al 2007) sia di operazioni inoltrate via Internet (oltre 1.470.000 tra ordini di borsa, bonifici, altre disposizioni di pagamento e disposizioni in fondi e gestioni patrimoniali, con un incremento complessivo del 6,5% rispetto al 2007).

In particolare, i clienti che hanno consultato le loro posizioni ed hanno operato attraverso il canale Internet hanno superato quota 208.000 (di cui il 77% di Banca Fideuram e il 23% di Sanpaolo Invest).

Fideuram Online ha confermato inoltre di essere il canale maggiormente utilizzato dai clienti della Banca per l'intermediazione in titoli: le transazioni concluse via Internet sui mercati operativi sono state infatti il 70,5% del totale delle transazioni effettuate dalla clientela (67% al 31 dicembre 2007).

Ricerche di mercato

La conoscenza della clientela ed il monitoraggio continuo dello scenario competitivo rappresentano un'attività strategica per il Gruppo Banca Fideuram.

Nel corso del 2008, in particolare, sono state realizzate ricerche ad hoc su due temi di particolare rilevanza:

- la Direttiva comunitaria MiFID (Markets in Financial Instruments Directive) entrata in vigore nel 2008 e rispetto alla quale il Gruppo ha realizzato una ricerca di tipo "Mystery Shopping", volta alla comprensione del posizionamento dei suoi principali competitors in merito alla suddetta normativa. Tale ricerca ha permesso di far emergere che il Gruppo Banca Fideuram, scegliendo un modello di servizio fortemente centrato sulla consulenza finanziaria, si posiziona senza dubbio nella fascia alta del campione di banche e reti analizzate. Inoltre dalla ricerca è emerso che la produzione da parte del Gruppo Banca Fideuram di una serie di supporti info – formativi destinati sia alle Reti di Private Banker (puntate dedicate sulla Key TV, portale di formazione FAD - Formazione A Distanza) sia ai clienti finali (opuscolo "MiFID, le principali novità" rilasciato in format cartaceo nelle filiali e uffici dei promotori finanziari ed in format elettronico sul sito) ha contraddistinto il Gruppo per la qualità dei materiali interni ed esterni di comunicazione;
- la campagna pubblicitaria 2008, rispetto alla quale è stato realizzato un copy test qualitativo che ha fatto emergere l'ottimo livello di impatto della campagna "Il punto di vista di un nostro Private Banker", lanciata a fine 2007 e confermata nel 2008, che ha permesso di individuare possibili linee guida di sviluppo futuro che saranno certamente di supporto per la realizzazione della campagna di pubblicità 2009.

Sono state confermate le adesioni alle principali indagini di scenario (in particolare Multifinanziaria di GfK Eurisko) dalle quali è emerso che, pur in presenza di un clima difficile (sia sul versante dello scenario macro sia dei consumi), il risparmiatore italiano non ha modificato il proprio comportamento finanziario, con scarsa finalizzazione dei flussi di tesaurizzazione. Tale indicazione rende ancora più vitale il lavoro di education che devono svolgere gli intermediari, in particolare quelli che, come le Reti Fideuram e Sanpaolo Invest, hanno scelto di posizionarsi sul mercato come veri e propri consulenti finanziari.

Sono state infine realizzate ricerche specifiche sui segmenti di clientela di predilezione: la clientela Affluent e Private. Nel dettaglio, attraverso l'adesione alla ricerca "Competere sul segmento Private" di GfK Eurisko e "La customer loyalty nell'industria del lusso" di Busacca ed Associati, sono emerse indicazioni chiare sulle attese ed i driver di soddisfazione della clientela di fascia alta, che verranno prese in considerazione nel 2009 con lo sviluppo della service line dedicata a questi segmenti.

Customer Analytics

La conoscenza delle dinamiche in atto nella clientela rappresenta una *conditio sine qua non* per una sua sempre maggiore soddisfazione. In quest'ottica, nel 2008, il progetto di Business Intelligence ha conosciuto un'ulteriore accelerazione con il passaggio a regime del Datawarehouse aziendale, unico contenitore di dati sulla clientela, sulle sue caratteristiche socio-demografiche, sul possesso di prodotti e la loro movimentazione e sull'uso dei canali diretti. La possibilità di avere a disposizione analisi e segmentazioni

sempre più raffinate permetterà al Gruppo, nel 2009, di svolgere azioni commerciali e di marketing verso alcuni gruppi di clienti con maggiore potenziale di crescita.

PattiChiari



Nel 2008 Banca Fideuram ha proseguito nell'obiettivo di consolidare la consapevolezza della clientela sull'offerta bancaria, rafforzando la propria partecipazione alle iniziative di PattiChiari, il progetto promosso dall'ABI per migliorare la relazione tra banche e clienti.

Banca Fideuram ha aderito, nel corso degli anni, ai seguenti progetti:



Faro

Il servizio consente al cliente di conoscere gratuitamente, ovunque si trovi, via telefono o via Internet, lo sportello automatico perfettamente funzionante più vicino, la mappa della zona e il percorso più breve per raggiungerlo.



Tempi Certi Disponibilità Assegni

L'iniziativa consente al cliente di conoscere con precisione i reali tempi di disponibilità sul proprio conto delle somme versate con assegni.



Conti Correnti a Confronto

L'iniziativa mette a disposizione dei clienti schede sintetiche di confronto tra i conti correnti di Banca Fideuram e quelli della concorrenza, agevolando la valutazione dei costi dei prodotti.



Obbligazioni Basso Rischio

L'iniziativa prevede la pubblicazione di un elenco di obbligazioni a basso rischio e quindi a basso rendimento per orientare il risparmiatore con poca esperienza finanziaria che intende investire in titoli particolarmente semplici.



Investimenti Finanziari a Confronto

L'iniziativa prevede che le banche aderenti predispongano strumenti di facile utilizzo che aiutino il cliente ad identificare correttamente i suoi obiettivi di investimento.



Obbligazioni Bancarie Strutturate

L'iniziativa prevede che siano predisposti specifici protocolli informativi da rispettare nel caso di collocamento di obbligazioni strutturate e subordinate, che mettano in grado il cliente di valutare correttamente la sottoscrizione di questi prodotti.

A seguito degli eventi che hanno interessato i mercati nell'autunno del 2008, il Consorzio PattiChiari, in accordo con le Associazioni dei Consumatori, ha deciso di sospendere l'iniziativa Obbligazioni a basso rischio e basso rendimento.

PattiChiari predisporrà un nuovo portale informativo sugli strumenti finanziari, operativo dal mese di marzo 2009, che ha l'obiettivo di essere uno strumento educativo semplice e una fonte di informazioni elementari, pubbliche, oggettive e facilmente consultabili anche dai consumatori meno esperti.

La comunicazione esterna

Nel 2008 il Gruppo ha avviato un importante progetto di rinnovamento della comunicazione esterna che ha interessato sia la comunicazione above the line (o sopra la riga), come l'advertising, sia la comunicazione below the line (o sotto la riga), che comprende tutte le forme di comunicazione non tradizionali come brochure, pieghevoli, lettere, materiali promozionali nel punto vendita, web ed eventi.

La comunicazione above the line

Il piano di comunicazione per il 2008 si è mosso lungo due direttrici principali, volte a conseguire precisi e condivisi obiettivi:

- una campagna pubblicitaria, a partire da Maggio 2008, per elevare la percezione del marchio, riaffermando il ruolo del Gruppo Banca Fideuram come leader italiano del private banking ed evidenziando il servizio di consulenza svolto dal Private Banker per la valorizzazione e la tutela del risparmio. La campagna è stata realizzata con inserzioni sui principali quotidiani e periodici finanziari e di life style, ed affissioni nei maggiori aeroporti italiani, queste ultime realizzate con l'intenzione di avvicinarsi al territorio presentando il soggetto madre per singola città ospite;
- un'iniziativa di visibilità istituzionale lungo tutto il corso dell'anno, per migliorare la brand awareness del marchio. La visibilità istituzionale è stata garantita con la presenza costante di inserzioni di piccolo formato su tutti i maggiori quotidiani e periodici finanziari nazionali.

Sia la campagna pubblicitaria sia la visibilità istituzionale hanno posto al centro il Private Banker ed il suo ruolo di perno nella relazione banca - cliente, per noi fattore critico di successo. Così il visual di campagna, che già nella sua edizione pilota di fine 2007 aveva riscosso grande apprezzamento nelle Reti e presso la clientela, è teso ad elevare il profilo complessivo del Private Banker e del Gruppo Banca Fideuram, collocandoli in una posizione privilegiata rispetto agli altri operatori del settore. In modo complementare, i piccoli format sono stati implementati rappresentando l'immagine di campagna (ove compatibile con le dimensioni dei formati) o utilizzando body evocativi in grado di rispecchiare quel ruolo di guida, di prospettiva, di sicurezza che il Private Banker idealmente ricopre nelle scelte di investimento dei clienti. La presenza sui media nel 2008 si è avvalsa del marchio "ombrello" Gruppo Banca Fideuram, una scelta che coniuga al meglio la coesistenza dei marchi commerciali delle Reti distributive (Fideuram e Sanpaolo Invest) e valorizza il vero cuore del nostro approccio al business con un unico, forte messaggio, sottolineato dal nuovo claim **"Generazioni di valore"**, espressione della vocazione alla creazione di valore nel tempo per i nostri clienti.



Aeroporto di Bologna



Aeroporto di Venezia



Aeroporto di Palermo

La comunicazione below the line

Primo in Italia ad aver introdotto la gestione del risparmio, il Gruppo Banca Fideuram è da 40 anni protagonista nel private banking grazie ad una consulenza di qualità. Un successo che affonda le radici nel tempo e che ha trovato linfa vitale nei Private Banker, i migliori professionisti del settore per talento, competenze, esperienza e capacità di condividere gli obiettivi, fattori che ne hanno decretato la piena fiducia da parte dei risparmiatori. Da questo approccio fortemente orientato alle persone ha preso vita la riqualificazione del below the line, con una nuova impostazione intesa ad attribuire un volto alla comunicazione e a dare maggiore risalto alla relazione umana. Niente è capace di qualificare la grandezza e la forza di un Gruppo più dei numeri, ma i numeri e la grandezza non sarebbero raggiungibili se non fosse per la fiducia accordataci dai nostri clienti.

La riqualificazione ha interessato anzitutto i supporti commerciali, dove i nostri clienti e i nostri Private Banker sono diventati protagonisti, persone che si affidano ad altre persone, che scelgono di credere e di instaurare una relazione proficua per entrambi. Gli occhi, ripresi in primissimo piano, diventano parte della comunicazione: ripresi sulle brochure, sui leaflet, sui materiali di allestimenti, sui siti web Fideuram e Sanpaolo Invest, lasciano intuire obiettivi, desideri, esigenze e priorità.

Gli sguardi sono ogni volta diversi, immagini dalla duplice valenza, con lo sguardo simbolicamente proteso verso le aspettative future. L'atto di osservare implica di avere chiaro un obiettivo da perseguire, un'attesa dietro alla quale si muove il proprio investimento. Per questo, a sostegno dello sguardo, troviamo l'immagine di un orizzonte a interpretarne in chiave evocativa i desideri, rendendoli così palesi e creando un filo conduttore tra il presente - lo sguardo - e il futuro, a cui la propria visione e la gestione del proprio portafoglio porteranno. Quell'orizzonte che unisce Private Banker e cliente nella ricerca di un comune obiettivo di successo.

I colori dei materiali sono denaturati, per donare autorevolezza, richiamare le caratteristiche del prodotto offerto e lavorare in sinergia con sguardo e orizzonte per una visione di insieme.

Fondamentale in questo processo di riavvicinamento è stata infine la scelta di un nuovo tono di voce con cui i materiali below the line parlano al cliente, un tono di voce che segue un approccio emozionale, evocativo, che informa in modo chiaro e preciso senza scendere nella mera elencazione dei dati, che privilegia i valori e i vantaggi ai numeri, che divengono semplicemente conseguenza di una filosofia improntata alla relazione.



Anche il circuito di eventi realizzati nel corso del 2008, che hanno visto protagoniste tutte le aree territoriali in cui è strutturata la Rete Fideuram, hanno seguito la stessa strategia di comunicazione, volta ad esaltare il rapporto umano, la fiducia, la vicinanza, come chiavi del successo nella relazione tra cliente e Private Banker.

Si è svolto a Torino il concerto **“Il contrario di me”** di Lucio Dalla, un'esclusiva per il Fondo per l'ambiente Italiano (FAI), mentre ha preso vita a Firenze, nel Giardino di Boboli, lo spettacolo di danza moderna **“The Best of Momix 2008”**. A Roma è stata aperta in esclusiva la visita alla mostra di pittura **“Ottocento”** e alla mostra di Giovanni Bellini, presso le Scuderie del Quirinale. A Milano, infine, sono stati riservati numerosi posti nella prestigiosa platea del Teatro alla Scala per lo spettacolo de **“La Bohème”**.



A queste iniziative si affiancano tre tappe del circuito di eventi **“Delizie d'arte: musica, vino e sapori”**, dove il filo conduttore è stato il piacere dello stare insieme, deliziando il palato e l'udito, alla scoperta e riscoperta del territorio.

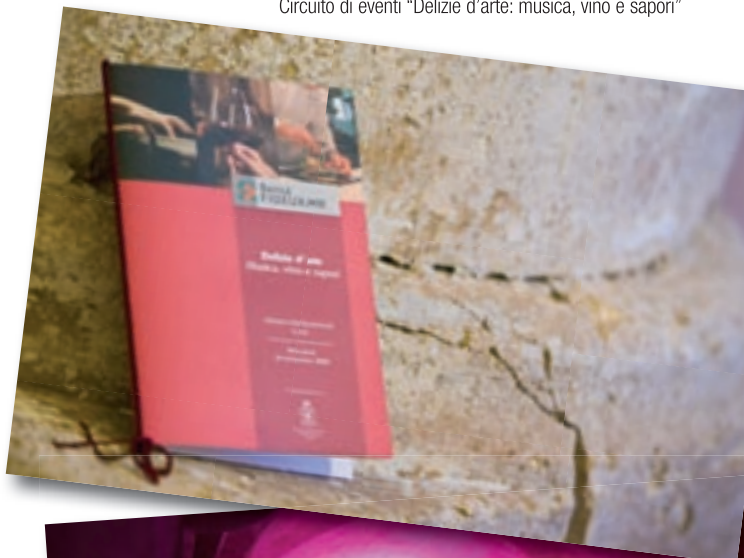
La prima tappa alla Rocca Meli Lupi di Soragna, la seconda a Vicenza alla Villa “La Rotonda” e alla Villa Valmarana ai Nani e la terza a Lecce nel Chiostro dei Domenicani. Nelle tre serate, dopo un primo momento di degustazione dei vini tipici del territorio, si sono tenuti i concerti dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia, con l'ensemble di voci con musiche di Giuseppe Verdi a Soragna, i madrigali e le musiche rinascimentali a Vicenza e un'originale commistione tra concerto, lezione e spettacolo dedicata alla Tarantella a Lecce.

I piatti della tradizione, rivisitati in chiave moderna, hanno chiuso le cene di gala. L'abbinamento di ambienti scenografici e ricchi di storia, la tradizione musicale locale, rivista e interpretata dai grandi artisti dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia e i piaceri della tavola sono stati fonti di un'esperienza irripetibile per tutti gli ospiti.

Evento Soragna, Rocca Meli Lupi



Circuito di eventi “Delizie d'arte: musica, vino e sapori”



Evento Lecce, Chiostro dei Domenicani



Evento Vicenza, Villa “La Rotonda”

Le Segnalazioni della Clientela

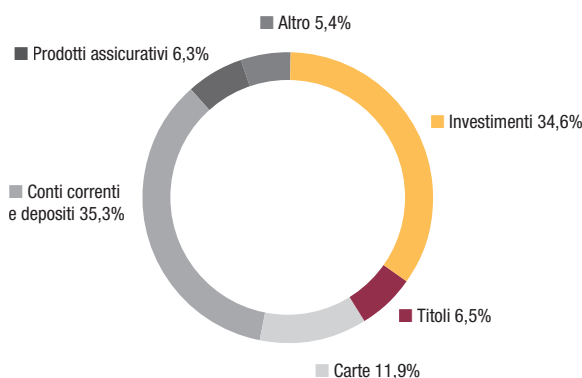
Banca Fideuram raccoglie le segnalazioni della clientela attraverso l'ufficio Relazioni Clientela.

Nel corso del 2008 sono stati gestiti 7.821 reclami (con incidenza pari all'1,26% sul totale dei clienti), di cui 6.553 riferibili alla Rete Fideuram, 1.253 alla Rete Sanpaolo Invest e i rimanenti attribuibili alle altre società del Gruppo.

Circa l'86% dei reclami è relativo a contestazioni dei clienti su operazioni di natura amministrativa non rilevanti ai fini Consob, mentre il restante 14% si riferisce a reclami riconducibili ad attività svolte nell'ambito dei servizi di investimento e dei servizi accessori previsti dal Decreto Legislativo n. 58/1998 e successive modifiche (reclami TUF). Le controversie sono state risolte mediamente in trenta giorni, con una tempistica inferiore ai novanta giorni previsti dalla normativa vigente. Il numero dei ricorsi pervenuti nel 2008 dall'Ombudsman Giurì Bancario ammonta a 64 per le richieste relative alla Rete Fideuram e 14 per quelle relative alla Rete Sanpaolo Invest.

I reclami pervenuti si ripartiscono nelle seguenti tipologie:

Tipologie di reclami



Principali obiettivi di miglioramento per il 2009

Tra i principali obiettivi definiti per il 2009 si evidenziano:

- la realizzazione di campagne commerciali finalizzate alla riattivazione della relazione commerciale con la clientela "dormiente";
- l'ulteriore rafforzamento del marchio come punto di riferimento della consulenza finanziaria in Italia;
- la crescente specializzazione del modello di servizio per la clientela di alto profilo (Affluent e Private);
- un ulteriore ampliamento e rinnovamento dell'offerta del canale online, con focus sulla sicurezza e sui servizi avanzati di trading.

I PRIVATE BANKER

Principali obiettivi fissati per il 2008

Crescita dimensionale in termini di:

- reclutamento di nuovi Private Banker;
- aumento della raccolta;
- rafforzamento e miglioramento del sistema di incentivazione per i Manager e i Private Banker.

Presidio della qualità della raccolta

- miglioramento dell'offerta core;
- completamento della gamma assicurativa;
- adeguamento alla direttiva MiFID.

Erogazione di percorsi formativi a supporto del lancio del modello di servizio di consulenza al cliente

Azioni e risultati raggiunti

- Anche nel 2008 il Gruppo Banca Fideuram si conferma tra i gruppi con maggiore capacità di reclutamento di Private Banker provenienti dalle reti concorrenti: dei 196 nuovi professionisti reclutati nell'anno, oltre il 60% proviene dalla concorrenza; i restanti sono in prevalenza bancari.
- Il reclutamento ha tuttavia registrato un'inversione di tendenza rispetto al triennio precedente, nel quale la consistenza numerica delle Reti era costantemente aumentata: nel 2008 le uscite di Private Banker dal Gruppo hanno superato i nuovi ingressi e la consistenza totale delle Reti Fideuram e Sanpaolo Invest a fine anno è pari a 4.209 unità (4.280 nel 2007).
- Il peggioramento dello scenario economico mondiale e la crisi generalizzata dei mercati finanziari hanno inciso in misura rilevante sui risultati dell'anno, tuttavia la raccolta netta del Gruppo Banca Fideuram è risultata positiva per 345 milioni di euro.
- Coerentemente con gli obiettivi aziendali di crescita dimensionale, lo schema di incentivazione 2008 è stato arricchito di ulteriori leve, volte a premiare soprattutto la nuova raccolta assicurativa e quella relativa all'offerta core del Gruppo, seguendo criteri di presidio della qualità. Particolare attenzione è stata inoltre prestata a premiare il raggiungimento degli obiettivi in termini di reclutamento.
- Ampliamento della gamma di fondi lussemburghesi ed introduzione di nuovi fondi di diritto italiano. Sviluppo ulteriore delle Gestioni Patrimoniali.
- Il private insurance del Gruppo è stato ampliato essenzialmente tramite accordi distributivi con altre società.
- Interventi operativi in ambito contrattuale e di prodotto per garantire il massimo livello di adesione alla Direttiva comunitaria.
- Svolgimento di un percorso formativo della durata complessiva di circa un mese, articolato in giornate di aula, formazione online e training on the job, volta alla diffusione capillare nelle Reti di Private Banker degli elementi costitutivi del nuovo modello di servizio SEI.
- Realizzazione di corsi presso istituzioni leader nel settore della formazione avanzata: la Business School dell'Imperial College di Londra per fornire un punto di vista internazionale in tema di Wealth Management, e la scuola di formazione manageriale di SDA Bocconi per approfondire i temi professionali specialistici più rilevanti del Wealth Advisory.

Organizzazione territoriale delle Reti

Si tratta di un'organizzazione stabilizzata che, dopo il rinnovamento strutturale attuato negli anni 2004 - 2005, non ha subito mutamenti sostanziali.

L'organizzazione territoriale del Gruppo Banca Fideuram è pertanto articolata in due Reti, la Rete Fideuram e la Rete Sanpaolo Invest, strutturate in modo da assicurare il presidio capillare del territorio da parte dei Private Banker e favorirne lo sviluppo commerciale.

Entrambe le Reti sono organizzate in aree; ciascun'area è dimensionata in base alle potenzialità commerciali del territorio di riferimento e può comprendere più regioni o solo alcune province, ed è coordinata da un Area Manager, coadiuvato da una struttura manageriale.

La Rete Fideuram è organizzata in otto aree, mentre la Rete Sanpaolo Invest è organizzata in quattro aree, come illustrato nelle tabelle seguenti.

Struttura territoriale della Rete Fideuram

Area	2008	2007
1	Valle d'Aosta, Piemonte	Valle d'Aosta, Piemonte
2	Lombardia (province di Milano, Lodi e Pavia), Liguria	Lombardia (province di Milano, Lodi e Pavia), Liguria
3	Lombardia (escluse le province di Milano, Lodi e Pavia)	Lombardia (escluse le province di Milano, Lodi e Pavia)
4	Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige	Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige
5	Emilia Romagna	Emilia Romagna
6	Toscana, Umbria, Marche	Toscana, Umbria, Marche (solo la provincia di Rieti)
7	Lazio (escluso il comune di Gaeta), Sardegna	Lazio (escluse la provincia di Rieti e il comune di Gaeta), Sardegna
8	Campania, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Lazio (solo il comune di Gaeta)	Campania, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Lazio (solo il comune di Gaeta)

Struttura territoriale della Rete Sanpaolo Invest

Area	2008	2007
	1	Piemonte, Valle d'Aosta, Sardegna e Liguria
2	Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Emilia Romagna, Marche	Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Emilia Romagna, Marche
3	Toscana, Umbria, Lazio	Toscana, Umbria, Lazio
4	Abruzzo, Campania, Calabria, Puglia, Molise, Sicilia, Basilicata	Abruzzo, Campania, Calabria, Puglia, Molise, Sicilia, Basilicata

Consistenza delle Reti

La struttura delle Reti è l'asse portante dell'intera attività commerciale del Gruppo. I Private Banker sono gli interlocutori diretti dei clienti ed i garanti sul territorio dei servizi offerti.

Alla fine del 2008, la struttura distributiva del Gruppo (Reti Fideuram e Sanpaolo Invest) era costituita complessivamente da 4.209 Private Banker rispetto ai 4.280 del 31 dicembre 2007.

I nuovi inserimenti realizzati al 31 dicembre 2008 sono stati 196 (298 nel 2007) e le uscite 267 (234 nel 2007).

Relativamente al settore di origine, i dati del 2008 confermano la prevalenza, già emersa nel corso del 2007, di Private Banker neo-inseriti provenienti da reti concorrenti (oltre il 60%).

Rete Fideuram - Private Banker - Provenienza per grado

Grado	2008			2007		
	Banca	Rete	Altro	Banca	Rete	Altro
Manager	-	-	-	-	1	-
Private Banker	32	55	24	63	88	32
Totale	32	55	24	63	89	32

Rete Sanpaolo Invest - Private Banker - Provenienza per grado

Grado	2008			2007		
	Banca	Rete	Altro	Banca	Rete	Altro
Manager	-	1	-	-	3	-
Private Banker	12	64	8	22	76	13
Totale	12	65	8	22	79	13

Le seguenti tabelle illustrano la distribuzione dei Private Banker delle due Reti a livello di area e di regione.

Rete Fideuram - Presidio del territorio - Numero Private Banker per area

Area	Numero Private Banker 2008	Numero Private Banker 2007
1	419	431
2	381	389
3	346	363
4	366	372
5	337	342
6	457	468
7	384	385
8	413	418
Totale	3.103	3.168

Rete Sanpaolo Invest - Presidio del territorio - Numero Private Banker per area

Area	Numero Private Banker 2008	Numero Private Banker 2007
1	252	246
2	290	307
3	277	291
4	287	268
Totale	1.106	1.112

Rete Fideuram - Presidio del territorio - Numero Private Banker per regione

Regione	Numero Private Banker 2008	Numero Private Banker 2007
Piemonte	413	425
Valle d'Aosta	6	6
Liguria	105	104
Lombardia	622	648
Veneto	252	258
Friuli Venezia Giulia	77	76
Trentino Alto Adige	37	38
Emilia Romagna	337	342
Toscana	352	359
Umbria	38	37
Marche	66	68
Lazio	355	359
Abruzzo	31	31
Molise	10	14
Campania	160	161
Basilicata	5	5
Puglia	68	69
Calabria	18	18
Sicilia	117	116
Sardegna	34	34
Totale	3.103	3.168

Rete Sanpaolo Invest - Presidio del territorio - Numero Private Banker per regione

Regione	Numero Private Banker 2008	Numero Private Banker 2007
Piemonte	144	138
Valle d'Aosta	5	6
Liguria	96	100
Lombardia	139	148
Veneto	55	59
Friuli Venezia Giulia	16	17
Trentino Alto Adige	6	6
Emilia Romagna	49	55
Toscana	48	52
Umbria	19	22
Marche	26	22
Lazio	203	205
Abruzzo	35	37
Molise	5	5
Campania	101	90
Basilicata	12	12
Puglia	56	53
Calabria	12	10
Sicilia	65	61
Sardegna	14	14
Totale	1.106	1.112

La struttura organizzativa

La struttura organizzativa delle Reti è di tipo piramidale, con tre gradi manageriali, cui sono attribuite diverse responsabilità di gestione e sviluppo delle risorse sul territorio.

La stabilità della struttura nel tempo costituisce uno dei punti di forza

delle Reti ed un punto di riferimento per i Private Banker del Gruppo. Tale struttura ha dimostrato un'efficacia collaudata negli anni ed è dunque rimasta invariata rispetto al 2007, sia relativamente ai gradi manageriali sia alle responsabilità assegnate.

Ruolo

Responsabilità

Area Manager	<p>Coordinano le risorse assegnate all'area di competenza al fine di conseguire gli obiettivi commerciali di Gruppo. Concorrono alla crescita professionale delle Reti attraverso opportuni piani di formazione tecnico commerciale. Contribuiscono alla crescita numerica delle Reti con l'attuazione di piani di reclutamento mirati all'inserimento di risorse qualificate ed esperte.</p> <p>Garantiscono la correttezza e l'adeguatezza dei comportamenti commerciali delle risorse coordinate e la customer satisfaction.</p>
Divisional Manager	<p>Indirizzano i Regional Manager verso il raggiungimento degli obiettivi commerciali attraverso l'analisi della clientela e della concorrenza.</p> <p>Svolgono attività di formazione e partecipano alle attività di reclutamento.</p>
Regional Manager	<p>Sviluppano ed incrementano la presenza operativa nel territorio di competenza e sono responsabili dei risultati dei Private Banker supervisionati.</p> <p>Svolgono un ruolo propulsivo nell'indirizzare ed attuare l'attività di reclutamento.</p> <p>Svolgono un ruolo di riferimento per la clientela relativamente alla qualità dei servizi consulenziali e dei prodotti finanziari ed assicurativi distribuiti.</p> <p>Coordinano ed indirizzano l'attività dei Private Banker per il raggiungimento degli obiettivi di budget prefissati.</p>

Rete Fideuram - Private Banker - Consistenza strutture per grado

Grado	2008	2007
Area Manager	7	8
Divisional Manager	26	26
Regional Manager	120	124
Supervisor	362	405
Private Banker	2.588	2.605
Totale	3.103	3.168

Rete Sanpaolo Invest - Private Banker - Consistenza strutture per grado

Grado	2008	2007
Area Manager	4	4
Divisional Manager	9	10
Regional Manager	46	52
Supervisor	132	124
Private Banker	915	922
Totale	1.106	1.112

Le tabelle seguenti riportano le caratteristiche principali dei Private Banker delle due Reti.

Rete Fideuram - Private Banker - Età media per grado

Grado	Numero totale	< 30 anni	30-40 anni	40-50 anni	50-60 anni	Oltre 60 anni	Età media
Area Manager	7	-	-	1	5	1	53
Divisional Manager	26	-	-	14	10	2	50
Regional Manager	120	-	8	71	40	1	47
Supervisor	362	-	40	170	130	22	48
Private Banker	2.588	41	352	893	895	407	50
Totale	3.103	41	400	1.149	1.080	433	49

Rete Sanpaolo Invest - Private Banker - Età media per grado

Grado	Numero totale	< 30 anni	30-40 anni	40-50 anni	50-60 anni	Oltre 60 anni	Età media
Area Manager	4	-	-	2	2	-	48
Divisional Manager	9	-	-	7	2	-	49
Regional Manager	46	-	3	23	19	1	48
Supervisor	132	-	27	73	26	6	45
Private Banker	915	10	160	426	209	110	47
Totale	1.106	10	190	531	258	117	47

Rete Fideuram - Private Banker - Anzianità per grado

Grado	Numero totale	< 5 anni	5-10 anni	10-15 anni	15-20 anni	Oltre 20 anni	Anzianità media
Area Manager	7	-	-	-	1	6	22
Divisional Manager	26	1	1	3	3	18	20
Regional Manager	120	6	17	43	19	35	15
Supervisor	362	47	81	121	29	84	13
Private Banker	2.588	503	680	599	223	583	12
Totale	3.103	557	779	766	275	726	12

Rete Sanpaolo Invest - Private Banker - Anzianità per grado

Grado	Numero totale	< 5 anni	5-10 anni	10-15 anni	15-20 anni	Oltre 20 anni	Anzianità media
Area Manager	4	-	-	-	2	2	19
Divisional Manager	9	-	1	-	3	5	18
Regional Manager	46	7	11	5	11	12	13
Supervisor	132	31	26	39	23	13	11
Private Banker	915	256	277	173	134	75	9
Totale	1.106	294	315	217	173	107	10

Rete Fideuram - Private Banker - Distribuzione per grado e sesso

Grado	2008		2007	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Manager	150	3	156	3
Private Banker	2.550	400	2.600	409
Totale	2.700	403	2.756	412

Rete Sanpaolo Invest - Private Banker - Distribuzione per grado e sesso

Grado	2008		2007	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Manager	58	1	64	2
Private Banker	866	181	859	187
Totale	924	182	923	189

Struttura logistica a supporto delle Reti

Per lo svolgimento della propria attività, i Private Banker si avvalgono della struttura logistica di Banca Fideuram articolata in 97 sportelli bancari (7 filiali capozona e 90 sportelli leggeri, denominati punti di erogazione o PE) e in 285 uffici dei promotori finanziari (di cui 101 riferibili alla Rete Fideuram e 184 alla Rete Sanpaolo Invest).

I punti di erogazione, dove i clienti possono svolgere le normali operazioni bancarie, sono di norma contigui agli uffici dei promotori finanziari. Per tali uffici il Gruppo sostiene, direttamente o indirettamente, i costi di affitto e parte di quelli di gestione, assicurandone il collegamento con la rete informatica aziendale. Questa struttura di costi è stabilizzata da tempo e non ha dunque subito variazioni di rilievo rispetto al 2007.

Nel corso del 2008 non sono state aperte nuove strutture: il livello di presidio del territorio finora raggiunto dal punto di vista logistico sembra aver trovato il suo punto di equilibrio in relazione al fabbisogno delle Reti. Si è ritenuto opportuno, a partire dal 2008, includere nel conteggio degli uffici dei promotori finanziari della Rete Sanpaolo Invest anche 30 uffici personali (33 al 31 dicembre 2007).

Rete Fideuram - Presidio del territorio - Struttura logistica per regione

Regione	Sportelli bancari		Uffici Promotori Finanziari	
	2008	2007	2008	2007
Piemonte	12	12	19	20
Valle d'Aosta	-	-	1	1
Liguria	5	5	4	4
Lombardia	21	21	4	4
Veneto	7	7	14	14
Friuli Venezia Giulia	3	3	3	3
Trentino Alto Adige	2	2	3	2
Emilia Romagna	10	10	10	10
Toscana	12	12	15	15
Umbria	1	1	3	3
Marche	2	2	4	4
Lazio	7	7	7	7
Abruzzo	1	1	3	3
Molise	-	-	2	2
Campania	5	5	2	2
Basilicata	-	-	1	1
Puglia	3	3	1	1
Calabria	1	1	1	1
Sicilia	4	4	2	2
Sardegna	1	1	2	2
Totale	97	97	101	101

Rete Sanpaolo Invest - Presidio del territorio - Struttura logistica per regione

Regione	Uffici Promotori Finanziari	
	2008	2007
Piemonte	17	15
Valle d'Aosta	1	1
Liguria	17	13
Lombardia	20	20
Veneto	15	10
Friuli Venezia Giulia	2	4
Trentino Alto Adige	4	1
Emilia Romagna	11	9
Toscana	11	10
Umbria	5	4
Marche	6	6
Lazio	27	23
Abruzzo	10	5
Molise	10	2
Campania	2	10
Basilicata	1	1
Puglia	14	8
Calabria	2	2
Sicilia	6	6
Sardegna	3	3
Totale	184	153

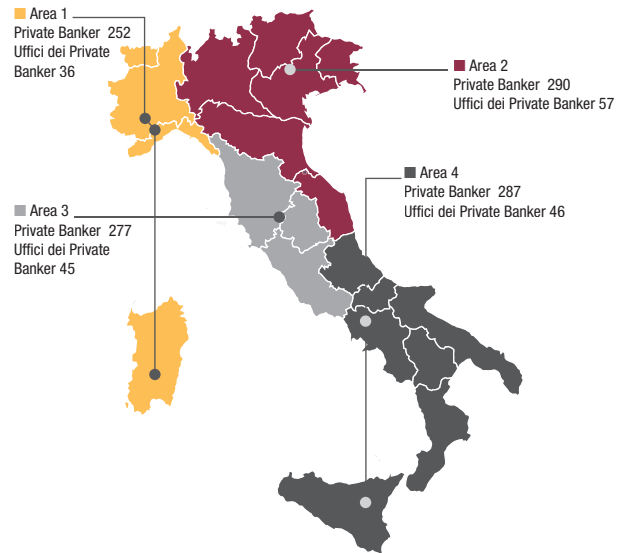
Rete Fideuram - Presidio del territorio - Struttura logistica per area

Area	Sportelli bancari		Uffici Promotori Finanziari	
	2008	2007	2008	2007
1	12	12	20	21
2	16	16	5	5
3	10	10	3	3
4	12	12	20	19
5	10	10	10	10
6	15	15	23	23
7	8	8	7	7
8	14	14	13	13
Totale	97	97	101	101

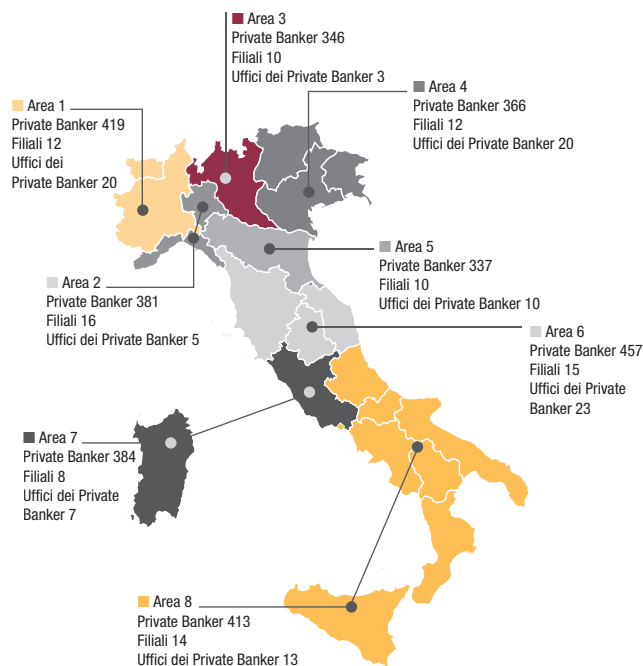
Rete Sanpaolo Invest - Presidio del territorio - Struttura logistica per area

Area	Uffici Promotori Finanziari	
	2008	2007
1	36	30
2	57	49
3	45	39
4	46	35
Totale	184	153

Rete Sanpaolo Invest



Rete Fideuram



Contrattualistica

Il rapporto del Gruppo Banca Fideuram con i Private Banker è regolato da un contratto di agenzia a tempo indeterminato, derivato dall'Accordo Economico Collettivo per la disciplina del rapporto di Agenzia e Rappresentanza del settore del commercio.

Nel contratto sono presenti, oltre agli istituti collettivi di base, indennità ulteriori a favore dei Private Banker che integrano il loro trattamento economico, previdenziale e pensionistico, principalmente legandolo agli obiettivi commerciali annualmente conseguiti.

Struttura retributiva

La retribuzione dei Private Banker e dei Manager di Rete è formata da due componenti principali: provvigioni e altre forme di incentivazione.

Le provvigioni, suddivise in provvigioni di sottoscrizione e di gestione, hanno finalità retributive diverse: le prime premiano l'attività di acquisizione di nuova ricchezza finanziaria e sono commisurate all'ammontare complessivo del patrimonio in gestione, mentre le seconde ricompensano la capacità del Private Banker di mantenere il patrimonio, consolidando e migliorando nel tempo il rapporto con il cliente. A queste ultime il Gruppo Banca Fideuram ha attribuito negli ultimi anni importanza crescente, nell'ottica di un miglioramento continuo e costante della qualità dell'offerta di assistenza finanziaria.

I Manager di Rete sono retribuiti tramite un articolato sistema di provvigioni "over", costruito sulla base delle provvigioni maturate dai Private Banker appartenenti alla propria struttura, con aliquote diversificate in funzione dei ruoli e delle responsabilità.

Esistono poi altre forme di remunerazione, sia per i Private Banker sia per i Manager, che vanno a completare la struttura retributiva delle Reti del Gruppo. Si tratta di vari strumenti di incentivazione, anche non monetari, che costituiscono le leve con cui indirizzare la politica commerciale.

Ogni anno viene emesso un regolamento che delinea i meccanismi tramite i quali si intende incentivare la struttura delle Reti al conseguimento degli obiettivi commerciali.

Nel 2008 lo schema di incentivazione destinato ai Private Banker e ai Manager di Rete, volto a supportare la crescita dimensionale con una particolare attenzione alla qualità della raccolta, si è arricchito di un incentivo volto a premiare la raccolta in prodotti core per il Gruppo, ovvero prodotti di risparmio gestito (della casa o di terzi) fondamentali per la costruzione di portafogli finanziari coerenti con il modello di consulenza. La raccolta netta è stata quindi presidiata, nella remunerazione alla struttura distributiva, in relazione alla coerenza con le linee strategiche così delineate (Raccolta Offerta Core) che, volte a creare valore aggiunto per la clientela, perseguono al tempo stesso una crescita profittevole per il Gruppo.

Sono stati confermati gli incentivi introdotti al potenziamento del piano triennale 2005 – 2007 tramite ampliamento al 2008 ed è stata prevista la possibilità di accesso di ulteriori Private Banker al Fidelity Plan (speciale forma di incentivazione che premia il mantenimento nel tempo di patrimoni significativi).

Nel 2009 lo schema di incentivazione destinato ai Private Banker e ai Manager di Rete continuerà ad essere focalizzato sulla crescita dimensionale (raccolta netta) e sarà basato su una sola incentivazione calcolata sulla raccolta, con appositi “pesi” in funzione della tipologia del servizio offerto dai prodotti, ed articolata su un orizzonte temporale semestrale (al fine di una maggiore versatilità ed adattabilità in condizioni di incertezza come quelle attuali).

Sistema di retribuzione delle Reti - Sintesi

Tipologia	Private Banker	Supervisor	Manager
Front end fee	X	X	
Management fee	X	X	
Overrides su fee		X	X
Premio Fedeltà	X	X	X (*)
Fidelity plan	X	X	X (**)
Contributi Agenzia	X	X	X

(*) solo Area Manager

(**) Area Manager esclusi

Sistema di incentivazione alle Reti - Sintesi

Tipologia	Private Banker	Manager
Bonus raccolta netta	X	X
Bonus reclutamento	X	X
Partnership Fideuram	X	X
Contest	X	X

Attività commerciale delle Reti

I risultati di raccolta netta totale realizzati dai Private Banker inseriti in struttura al 31 dicembre 2008 sono stati decisamente meno performanti rispetto all'anno precedente: 345 milioni di euro a fronte di 1.617 milioni di euro del 2007.

Il patrimonio in gestione al 31 dicembre 2008 è stato pari a 60.507 milioni di euro (68.574 milioni di euro nel 2007).

Rete Fideuram - Numerosità media dei clienti per Private Banker

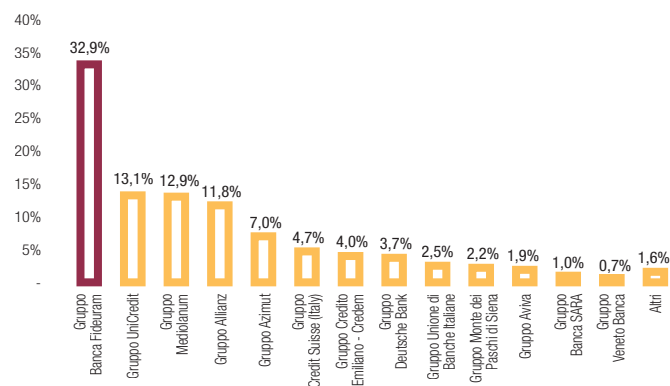
	Numero Private Banker	Numero clienti	Rapporto clienti/ Private Banker
2008	3.103	516.562	166:1
2007	3.168	523.499	165:1

Rete Sanpaolo Invest - Numerosità media dei clienti per Private Banker

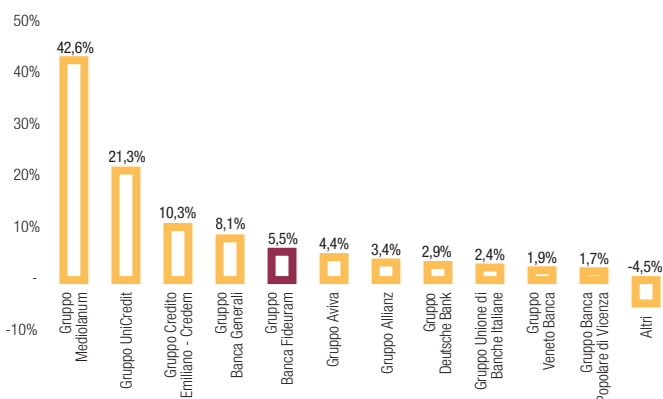
	Numero Private Banker	Numero clienti	Rapporto clienti/ Private Banker
2008	1.106	122.037	110:1
2007	1.112	126.142	113:1

I risultati conseguiti nel 2008 collocano il Gruppo Banca Fideuram, nell'ambito del sistema Assoreti, al primo posto per patrimonio in gestione e al quinto posto per raccolta netta totale.

AUM Totale Assoreti €183,9 miliardi



Raccolta netta Totale Assoreti €6,3 miliardi



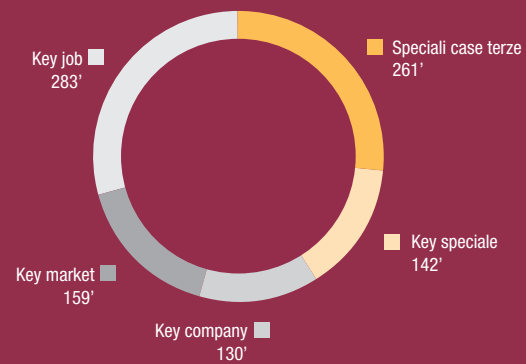
Key TV

Il 2008 è stato un anno di consolidamento per Key TV, la business tv di Banca Fideuram nata nell'Ottobre 2006, ora alla sua terza stagione.

Ad oggi sono state attivate 300 sedi del Gruppo, raggiungendo così una copertura del 96% delle Reti. Nel corso dell'anno sono stati studiati e lanciati tre nuovi format, ancora più vicini alle esigenze dei Private Banker:

1. Key Company: per tutte le comunicazioni relative alla vita dell'azienda (con servizi su risultati, contest, eventi);
2. Key Job: dedicato al lavoro e all'operatività quotidiana, con approfondimenti su prodotti, servizi, procedure e circolari;
3. Key Market: più spazio ai mercati, alle performance dei prodotti e alle iniziative commerciali.

Minuti di programmazione prodotti per ciascun format nel 2008



Nel 2008 sono state realizzate 81 puntate, per un totale di 16 ore e 25 minuti di programmazione.



I 40 anni di Banca Fideuram

Nel 2008 Banca Fideuram ha celebrato i 40 anni di attività: un traguardo importante per la prima realtà attiva nel settore del private banking in Italia.

Nata nel 1968 dall'iniziativa di Bernie Cornfeld, un genio visionario della finanza, Banca Fideuram è stata in questi 40 anni non solo la protagonista di una grande storia di successo, ma anche il motore propulsivo di una vera rivoluzione nelle abitudini di risparmio degli italiani e nell'educazione alla pianificazione finanziaria.

Una storia unica, frutto del lavoro di donne e uomini capaci, Private Banker, dipendenti e clienti che hanno creduto in un progetto ambizioso, delle loro azioni, del loro sentire comune, delle loro aspirazioni e visioni di un domani sempre proiettato a nuove sfide e nuove realtà da affrontare.

La celebrazione di questo compleanno si è svolta il 25 Ottobre a Milano, presso il Datch Forum. Un momento nel quale sono state ripercorse le tappe fondamentali del cammino di Fideuram, dando vita a uno show al quale hanno partecipato ospiti illustri e figure fondamentali che hanno contribuito alla crescita della nostra Banca: un evento nel quale Private Banker e dipendenti hanno condiviso emozioni, ricordi e la comune visione per i futuri successi.



La formazione dei Private Banker

Nel corso del 2008 l'attenzione della formazione dei Private Banker del Gruppo si è concentrata su due direttrici fondamentali:

1. La diffusione intensiva, attraverso un programma capillare di erogazione, degli elementi costitutivi del nuovo modello di servizio SEI, che rappresenta un metodo di lavoro strutturato e supportato da strumenti informatici d'avanguardia, che consente di offrire al cliente un approccio consulenziale ad alto valore aggiunto e che rappresenta una forte innovazione rispetto al passato. Tutto il percorso formativo, della durata complessiva di circa un mese, è articolato in giornate di aula, formazione online e training on the job. Il risultato finale dell'attività di erogazione è stato lo sviluppo sia delle capacità tecniche ed operative necessarie per utilizzare in modo efficace gli strumenti di financial planning e programmazione commerciale sia di capacità relazionali, fondamentali per trasferire ai clienti il valore del nuovo modello di servizio. Il completamento del piano di diffusione è previsto per il primo semestre del 2009 ed è affidato alla specifica responsabilità della struttura manageriale, che è stata coinvolta nel 2008 in un intenso programma di formazione con il ruolo di formatori.
2. La realizzazione di un piano di formazione specialistico a supporto del progetto di diffusione e consolidamento del modello di servizio dedicato alla clientela Private. Il progetto di formazione, particolarmente intenso e dedicato ad un gruppo selezionato di Private Banker, ha coinvolto sia professionisti di consolidata esperienza ed anzianità nel ruolo, sia Private Banker con alto potenziale di crescita nel segmento di clientela Private. Per la realizzazione dei corsi, il Gruppo si è rivolto ad istituzioni leader nel settore della formazione avanzata: la Business School dell'Imperial College di Londra per fornire un punto di vista internazionale in tema di Wealth Management e la scuola di formazione manageriale di SDA Bocconi per approfondire i temi professionali specialistici più rilevanti del Wealth Advisory.

Accanto a queste attività innovative sono proseguite quelle mirate al consolidamento delle competenze specialistiche dei Private Banker e dei Manager:

- formazione assicurativo/previdenziale per l'iscrizione al Registro Unico Intermediari (RUI) rivolta ai neo Private Banker e di aggiornamento professionale rivolta a tutti i Private Banker;

- prosecuzione del progetto di sostegno alle certificazioni €FPA attraverso l'offerta di Borse di Studio per la partecipazione ai corsi di preparazione all'esame e l'erogazione di formazione per il mantenimento della qualifica €FPA;
- predisposizione di uno specifico programma di formazione basato sui principi del coaching al fine di accompagnare l'applicazione sul campo degli elementi costitutivi del nuovo modello di servizio. L'iniziativa formativa è stata rivolta ai Manager delle Reti dei Private Banker per approfondire modelli e prassi di coaching sul campo e modalità di conduzione dei colloqui di motivazione e condivisione degli obiettivi;
- per i Manager di nuova nomina è stato completato il programma di formazione al ruolo.

Il numero di certificazioni €FPA conseguite nel corso del 2008 è stato pari a 11, di cui 9 relative a Private Banker della Rete Fideuram e 2 relative a Private Banker della Rete Sanpaolo Invest.

Attraverso i siti di formazione **In-formati con un click!** e **Navigando si impara**, che garantiscono il costante aggiornamento professionale dei Private Banker, è stata ulteriormente rafforzata l'attività di formazione online con:

- l'aggiornamento professionale sull'offerta e sulle novità del catalogo prodotti;
- i supporti formativi per l'utilizzo ottimale delle applicazioni commerciali dedicate alla gestione dell'offerta dei fondi comuni di investimento;
- la formazione assicurativo/previdenziale in ottemperanza alla nuova normativa Isvap;
- l'aggiornamento sull'evoluzione degli aspetti normativi specifici dell'attività di promozione finanziaria e per l'avvio alla professione (Consob).

Nel 2008, pertanto, sono state erogate complessivamente 330.268 ore di formazione fra interventi in aula e formazione a distanza.

Nelle tabelle seguenti si riportano i dati sulla formazione, distinti tra formazione e-learning e in aula.

Formazione dei Private Banker

Reti Fideuram e Sanpaolo Invest	2008		2007	
	Partecipazioni	Ore Totali	Partecipazioni	Ore Totali
Formazione e-learning	39.874	151.359	42.657	85.049
Formazione in aula	22.492	178.909	12.285	75.277
Totale	62.366	330.268	54.942	160.326

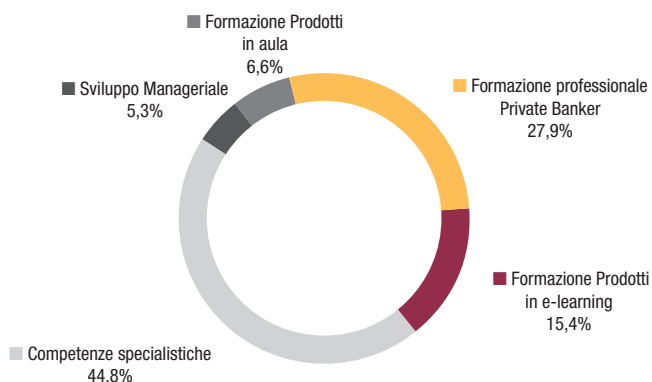
Formazione e-learning

Area Formativa	2008		2007		Variazioni	
	Partecipazioni	Ore Totali	Partecipazioni	Ore Totali	Partecipazioni	Ore Totali
Formazione Professionale Private Banker	24.971	107.315	25.653	33.664	-2,7%	218,8%
Formazione Prodotti	14.903	44.044	17.004	51.385	-12,4%	-14,3%
Totale	39.874	151.359	42.657	85.049	-6,5%	78,0%

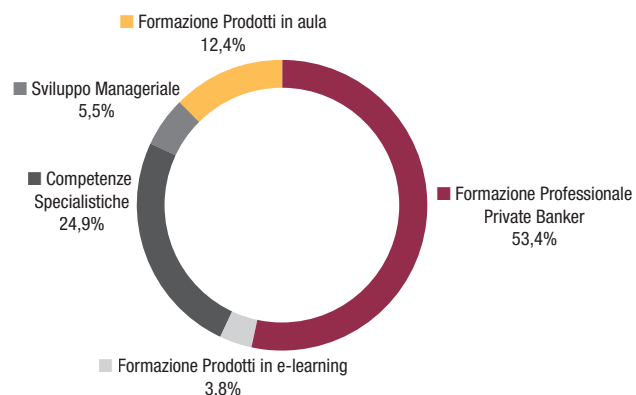
Formazione in aula

Area Formativa	2008		2007		Variazioni	
	Partecipazioni	Ore Totali	Partecipazioni	Ore Totali	Partecipazioni	Ore Totali
Competenze Specialistiche	14.582	135.925	7.293	44.093	99,9%	208,3%
Sviluppo Manageriale	1.568	17.701	581	6.806	169,9%	160,1%
Formazione Prodotti in aula	6.342	25.283	4.411	24.378	43,8%	3,7%
Totale	22.492	178.909	12.285	75.277	83,1%	137,7%

Distribuzione % per Area Formativa delle ore di formazione per la Rete Fideuram



Distribuzione % per Area Formativa delle ore di formazione per la Rete Sanpaolo Invest



Principali obiettivi di miglioramento per il 2009

Gli obiettivi per il 2009 derivano direttamente dal piano industriale nel quale, relativamente alle Reti del Gruppo Banca Fideuram, vengono indicati i seguenti punti cardine:

- crescita dimensionale in termini di raccolta netta e di reclutamento;
- presidio della redditività del risparmio in gestione con recupero del risparmio non gestito.

L'incentivazione, sia per i Private Banker sia per i Manager, sarà funzionale a tali obiettivi, eventualmente anche tramite meccanismi separati e distinti tra loro.

Potrà inoltre essere affiancata da misure di incentivazione straordinarie, tramite specifiche iniziative di piano.

Speciale enfasi verrà posta sull'incentivazione di breve periodo che consente maggiore versatilità ed adattabilità in eventuali situazioni di incertezza. In particolare, all'incentivazione annuale sia ordinaria sia straordinaria verrà affiancata un'incentivazione semestrale.

Specificamente in relazione al reclutamento, i meccanismi di incentivazione monetaria verranno reimpostati utilizzando un metodo del tutto nuovo. Il sistema punterà a premiare risultati sistematici e complessivi, piuttosto che un singolo; estenderà il periodo di osservazione sul risultato dell'intero anno; attribuirà uno specifico obiettivo a ciascun livello manageriale, facendo corrispondere meccanismi premianti indipendenti per ciascuna figura manageriale.

Relativamente al presidio della redditività, si punterà alla ristrutturazione ed alla valorizzazione della gamma di fondi della casa anche tramite il rilancio commerciale, supportato da specifiche operazioni di marketing.

Verranno poste in atto iniziative di valorizzazione dell'offerta bancaria e campagne promozionali su particolari tipologie di clientela e, al fine di sostenere la redditività, verranno inoltre poste in essere attività di recupero del risparmio non gestito.

Infine, si prevede di articolare ulteriormente l'offerta di prodotti, ampliando la gamma esistente e supportandola con agevolazioni specifiche e promozioni.

Anche nell'ambito formativo l'impegno principale per il 2009 sarà volto a sostegno degli obiettivi previsti dal piano industriale.

In particolare:

- il Progetto "New Talent" che ha l'obiettivo di formare giovani talenti, laureati in discipline economiche specialistiche, per avviarli alla professione di Private Banker. Si prevede l'inserimento di circa 1.000 giovani in un triennio, attraverso partnership con le università e un processo di selezione strutturato con criteri e strumenti di valutazione oggettivi per assicurare la corrispondenza dei candidati al profilo richiesto. Il Piano prevede la realizzazione di

un processo di avvio alla professione strutturato attraverso attività di formazione sui temi specifici della consulenza finanziaria e del modello d'offerta e di servizio del Gruppo Banca Fideuram, ed un programma di avviamento professionale con cui il Gruppo si propone di supportare il candidato mediante un periodo di attività assistita sul campo in forma di stage;

- il completamento dell'erogazione dei percorsi formativi a supporto del nuovo modello di servizio e della metodologia commerciale SEI;
- la prosecuzione dei programmi formativi specialistici su Wealth Management e Wealth Advisory per i Private Banker che servono in modo privilegiato la clientela Private.

Accanto a queste iniziative straordinarie, sarà prestata la consueta attenzione alla formazione, volta a garantire il costante aggiornamento professionale dei Private Banker.

IL PERSONALE DIPENDENTE

Le risorse umane rappresentano un fattore determinante per il raggiungimento degli obiettivi aziendali, pertanto il Gruppo investe costantemente sulla professionalità dei propri dipendenti tramite interventi, di carattere sia organizzativo sia formativo, finalizzati a valorizzarne le competenze individuali e a favorirne la crescita nell'ambito della struttura aziendale.

I dipendenti del Gruppo Banca Fideuram in Italia e all'estero

	Uomini			Donne			Totale		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
Dirigenti	55	53	3,8	2	2	-	57	55	3,6
Quadri Direttivi	480	490	-2,0	268	265	1,1	748	755	-0,9
Aree Professionali	307	309	-0,6	355	342	3,8	662	651	1,7
Totale	842	852	-1,2	625	609	2,6	1.467	1.461	0,4

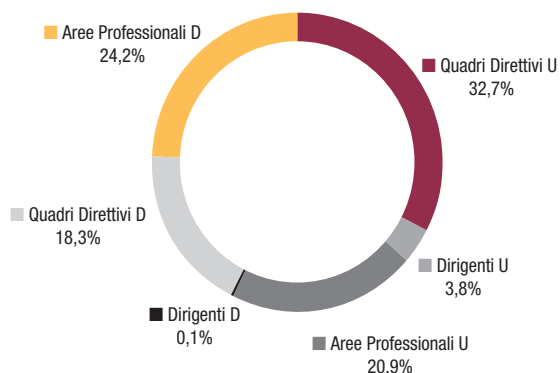
L'organico del Gruppo è passato dalle 1.461 unità al 31 dicembre 2007 alle 1.467 unità al 31 dicembre 2008, con un incremento nel periodo di 6 risorse. Il personale femminile è pari al 42,6% (41,7% nel 2007), mentre il personale maschile è pari al 57,4% (58,3% nel 2007).

I dipendenti del Gruppo Banca Fideuram in Italia

	Uomini			Donne			Totale		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
Dirigenti	42	42	-	2	2	-	44	44	-
Quadri Direttivi	422	434	-2,8	231	229	0,9	653	663	-1,5
Aree Professionali	259	267	-3,0	316	304	3,9	575	571	0,7
Totale	723	743	-2,7	549	535	2,6	1.272	1.278	-0,5

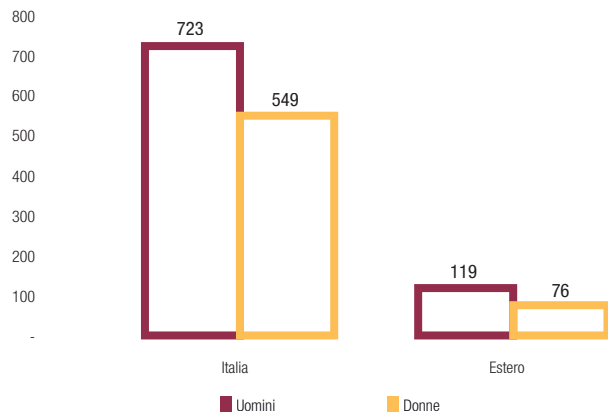
I dipendenti del Gruppo Banca Fideuram all'estero

	Uomini			Donne			Totale		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
Dirigenti	13	11	18,2	-	-	-	13	11	18,2
Quadri Direttivi	58	56	3,6	37	36	2,8	95	92	3,3
Aree Professionali	48	42	14,3	39	38	2,6	87	80	8,8
Totale	119	109	9,2	76	74	2,7	195	183	6,6

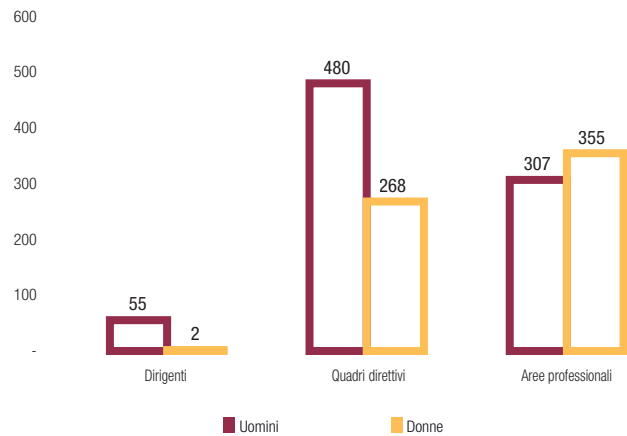


Il personale del Gruppo operante in Italia è pari all'86,7% (87,5% nel 2007), mentre quello operante all'estero è pari al 13,3% (12,5% nel 2007).

Composizione per genere



Composizione per inquadramento



Le tipologie contrattuali del personale

	Uomini			Donne			Totale		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
Tempo indeterminato	836	842	-0,7	610	601	1,5	1.446	1.443	0,2
Tempo determinato	5	10	-50,0	11	8	37,5	16	18	-11,1
Contratto di inserimento	1	-	n.s.	2	-	n.s.	3	-	n.s.
Contratto di apprendistato	-	-	-	2	-	n.s.	2	-	n.s.
Totale	842	852	-1,2	625	609	2,6	1.467	1.461	0,4

n.s.: non significativo

Italia

	Uomini			Donne			Totale		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
Tempo indeterminato	720	738	-2,4	537	531	1,1	1.257	1.269	-0,9
Tempo determinato	2	5	-60,0	8	4	100,0	10	9	11,1
Contratto di inserimento	1	-	n.s.	2	-	n.s.	3	-	n.s.
Contratto di apprendistato	-	-	-	2	-	n.s.	2	-	n.s.
Totale	723	743	-2,7	549	535	2,6	1.272	1.278	-0,5

Estero

	Uomini			Donne			Totale		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
Tempo indeterminato	116	104	11,5	73	70	4,3	189	174	8,6
Tempo determinato	3	5	-40,0	3	4	-25,0	6	9	-33,3
Contratto di inserimento	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Contratto di apprendistato	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	119	109	9,2	76	74	2,7	195	183	6,6

Ripartizione Full Time/Part Time

	Uomini			Donne			Totale		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
Full Time	837	846	-1,1	483	471	2,5	1.320	1.317	0,2
Part Time	5	6	-16,7	142	138	2,9	147	144	2,1
Totale	842	852	-1,2	625	609	2,6	1.467	1.461	0,4

Il contratto di lavoro a tempo parziale interessa 147 dipendenti, pari a circa il 10% del personale. Il 96,6% è rappresentato dal personale femminile che ricorre a tale istituto contrattuale per gestire con flessibilità il proprio lavoro.

Distribuzione per fasce di età

	Dirigenti			Quadri Direttivi			Aree Professionali		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
fino a 20 anni	-	-	-	-	-	-	-	-	-
da 21 a 25 anni	-	-	-	-	-	-	22	20	10,0
da 26 a 30 anni	-	-	-	10	13	-23,1	115	126	-8,7
da 31 a 35 anni	2	2	-	101	117	-13,7	155	149	4,0
da 36 a 40 anni	5	6	-16,7	133	128	3,9	111	106	4,7
da 41 a 45 anni	15	14	7,1	205	201	2,0	117	118	-0,8
da 46 a 50 anni	15	10	50,0	146	131	11,5	87	75	16,0
da 51 a 55 anni	12	13	-7,7	104	106	-1,9	31	36	-13,9
da 56 a 60 anni	8	9	-11,1	45	52	-13,5	23	20	15,0
oltre 60	-	1	-100,0	4	7	-42,9	1	1	-
Totale	57	55	3,6	748	755	-0,9	662	651	1,7

Distribuzione per fasce di anzianità

	Dirigenti			Quadri Direttivi			Aree Professionali		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
fino a 5 anni	14	15	-6,7	110	115	-4,3	205	179	14,5
da 6 a 10 anni	14	12	16,7	144	140	2,9	203	207	-1,9
da 11 a 15 anni	6	6	-	63	66	-4,5	28	36	-22,2
da 16 a 20 anni	14	16	-12,5	170	234	-27,4	82	121	-32,2
da 21 a 25 anni	8	4	100,0	202	132	53,0	120	82	46,3
oltre 25	1	2	-50,0	59	68	-13,2	24	26	-7,7
Totale	57	55	3,6	748	755	-0,9	662	651	1,7

Scolarità

	Uomini			Donne			Totale		
	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%	2008	2007	Var.%
Lauree, Master e Diplomi di Laurea	363	350	3,7	225	205	9,8	588	555	5,9
Scuole Medie Superiori	390	403	-3,2	340	336	1,2	730	739	-1,2
Altro	89	99	-10,1	60	68	-11,8	149	167	-10,8
Totale	842	852	-1,2	625	609	2,6	1.467	1.461	0,4

Il turnover

Nel corso del 2008 sono stati effettuati 104 inserimenti, di questi 18 hanno interessato risorse provenienti da altre società del Gruppo Intesa Sanpaolo, mentre il restante personale è stato assunto dall'esterno.

Tali inserimenti hanno interessato per il 58,7% il personale femminile e per il 41,3% il personale maschile.

Le uscite hanno interessato 98 risorse e sono riferite a risorse cessate dal servizio per dimissioni, termine di contratto e pensionamento. Il 45,9% ha interessato il personale femminile ed il 54,1% il personale maschile.

Per categoria contrattuale

	Assunzioni 2008				Totale
	Uomini	%	Donne	%	
Dirigenti	4	100,0	-	-	4
Quadri Direttivi	10	58,8	7	41,2	17
Aree Professionali	29	34,9	54	65,1	83
Totale	43	41,3	61	58,7	104

	Cessazioni 2008				Totale
	Uomini	%	Donne	%	
Dirigenti	4	100,0	-	-	4
Quadri Direttivi	30	68,2	14	31,8	44
Aree Professionali	19	38,0	31	62,0	50
Totale	53	54,1	45	45,9	98

Per tipologia contrattuale

	Assunzioni 2008				Totale
	Uomini	%	Donne	%	
Tempo indeterminato	39	53,4	34	46,6	73
Tempo determinato	3	11,5	23	88,5	26
Contratto di inserimento	1	33,3	2	66,7	3
Contratto di apprendistato	-	-	2	100,0	2
Totale	43	41,3	61	58,7	104

	Cessazioni 2008				Totale
	Uomini	%	Donne	%	
Tempo indeterminato	45	64,3	25	35,7	70
Tempo determinato	8	28,6	20	71,4	28
Contratto di inserimento	-	-	-	-	-
Contratto di apprendistato	-	-	-	-	-
Totale	53	54,1	45	45,9	98

I contratti atipici

Per fronteggiare necessità temporanee di sostituzione di personale assente dal servizio, con diritto alla conservazione del posto di lavoro, per esigenze organizzative o per incrementi dei volumi dell'attività lavorativa, nel corso del 2008 si è fatto ricorso a contratti di somministrazione di lavoro.

I contratti atipici

	31.12.2007		Entrate		Uscite		31.12.2008	
	Nr.	%	Nr.	%	Nr.	%	Nr.	%
Donne	4	80,0	8	53,3	12	60,0	-	-
Uomini	1	20,0	7	46,7	8	40,0	-	-
Totale	5	100,0	15	100,0	20	100,0	-	-

L'evoluzione delle carriere

	2008			2007		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Promozioni a Dirigente	2	-	2	-	-	-
Promozioni nell'ambito dei Quadri Direttivi	43	28	71	33	21	54
Promozioni a Quadro Direttivo	12	10	22	13	15	28
Promozioni nell'ambito delle Aree professionali	31	33	64	40	37	77
Totale	88	71	159	86	73	159
<i>% promozioni sul totale delle risorse</i>	<i>10,5%</i>	<i>11,4%</i>	<i>10,8%</i>	<i>10,1%</i>	<i>12,0%</i>	<i>10,9%</i>

Lo sviluppo delle carriere è focalizzato su un modello meritocratico basato sulla valorizzazione dei risultati raggiunti, del livello delle competenze possedute e delle capacità individuali, in coerenza con l'assetto organizzativo e con le esigenze di presidio sia di ruoli di responsabilità e/o di coordinamento, sia di attività specialistiche di particolare rilievo.

I rapporti con le Organizzazioni Sindacali

Nel corso del 2008 sono stati sottoscritti accordi e formalizzati impegni con le Organizzazioni Sindacali che, nell'ottica di un progressivo allineamento in materia di strumenti e politiche del personale con quanto attuato presso le altre società del Gruppo Intesa Sanpaolo, hanno previsto un piano di applicazione in Banca Fideuram delle normative e dei trattamenti già armonizzati a livello di Capogruppo, tenendo conto delle specificità organizzative e produttive di Banca Fideuram.

Gli ambiti oggetto di armonizzazione hanno riguardato le normative in materia di mobilità e trasferimenti, orario di lavoro, part-time, provvidenze a favore del personale, relazioni sindacali, modalità attuative dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza, impegni aziendali in caso di morte in servizio o di inabilità totale permanente di dipendenti, condizioni agevolate al personale in materia di operatività bancaria e creditizia.

Sono state inoltre raggiunte intese sindacali che, nel rispetto degli accordi di Gruppo, hanno disciplinato le modalità per conseguire obiettivi di efficientamento e razionalizzazione degli organici in Banca Fideuram, prevedendo tra l'altro il ricorso al Fondo di Solidarietà di settore.

Il tasso di sindacalizzazione del personale è di circa il 49%.

Le ore di attività sindacale dei lavoratori nel corso del 2008 sono state pari a circa 11.498 e rappresentano circa lo 0,5% delle ore teoriche lavorabili.

Le normative aziendali prevedono agevolazioni migliorative rispetto alle previsioni contrattuali nazionali. In particolare vi sono specifiche previsioni in materia di elasticità di orario, riduzione dell'intervallo per il pranzo, mobilità territoriale, permessi per motivi familiari/personali e di studio, prestazioni di lavoro a tempo parziale, figure professionali, previdenza ed assistenza.

Le categorie protette

Il personale appartenente alle categorie protette ai sensi della legge n. 68/1999 è pari a 109 unità così ripartite:

Categorie protette

	2008
	Nr.
Disabili	63
Orfani, Vedove, Profughi	46
Totale	109

Nel corso dell'anno sono state fruite circa 9.750 ore di permessi da parte di dipendenti con grave infermità o per assistere familiari con gravi patologie.

La valorizzazione delle risorse

Nel corso del 2008 Banca Fideuram ha avviato una significativa azione di rilancio delle attività di sviluppo del personale. In particolare, per le società italiane, è stato introdotto il Nuovo Sistema di Valutazione Professionale che, oltre a favorire un'attenta valorizzazione dei contributi individuali delle risorse, rappresenta anche un importante strumento di skill inventory per una più puntuale e mirata definizione dei piani individuali di sviluppo e formazione. Al fine di garantire un'efficace diffusione del nuovo modello, sono stati attuati i seguenti interventi:

- un calendario di incontri info-formativi in aula con tutti i Responsabili, finalizzati ad illustrare logiche e funzionalità del nuovo strumento;
- un sistema di riunioni a cascata (supportato centralmente), tramite le quali ogni Responsabile ha trasferito ai propri collaboratori le principali innovazioni legate al nuovo modello;
- un piano di incontri individuali tra l'area Risorse e ciascun Responsabile per l'individuazione delle iniziative più idonee al potenziamento delle competenze e delle prestazioni delle proprie risorse.

A supporto del nuovo modello, Banca Fideuram ha inoltre realizzato, in collaborazione con la Capogruppo Intesa Sanpaolo, il Nuovo Catalogo Formativo per il Personale Dipendente, con l'obiettivo di favorire e sostenere in modo mirato lo sviluppo delle competenze tramite l'offerta di un'ampia gamma di interventi formativi (in aula e tramite e-learning) focalizzati su tematiche comportamentali e specialistiche.

Sempre nel quadro degli interventi di sviluppo professionale, i Dirigenti del Gruppo Banca Fideuram hanno partecipato all'iniziativa promossa da Intesa Sanpaolo "Leadership Development", articolata in specifiche fasi (Assessment Center, Valutazione a 360° dello stile manageriale, Laboratorio sulla Leadership, follow up) finalizzata a valorizzare il potenziale manageriale in termini di capacità ed energie per il conseguimento degli obiettivi aziendali.

Parallelamente a tali importanti attività, nel 2008 sono stati attuati una serie di interventi formativi su tematiche di rilievo per il Gruppo.

In particolare:

- il Metodo SEI: tramite un calendario di incontri info-formativi in aula e la divulgazione di materiale didattico all'interno della piattaforma e-learning, sono state diffuse in modo capillare le principali conoscenze legate alle logiche e funzionalità del nuovo strumento di pianificazione finanziaria sviluppato da Banca Fideuram a supporto del proprio business;
- l'avvio di un intervento (che proseguirà nel 2009) per le figure manageriali dell'Area Sistemi Informativi e Servizi Operativi, su tematiche di carattere gestionale ed organizzativo, finalizzato a facilitare il riposizionamento organizzativo di tale struttura, avvenuto all'inizio del 2008, all'interno della Banca;
- Sicurezza e Salute (D. Lgs. n. 81/08): è stato dato nuovo impulso all'azione formativa del personale incaricato alla prevenzione e gestione della sicurezza nei luoghi di lavoro. Oltre all'erogazione dei consueti corsi per le figure incaricate al presidio della Salute e Sicurezza in Banca, sono stati attuati anche interventi formativi mirati per le figure incaricate al soccorso di persone disabili e, in ottemperanza a quanto disposto dal nuovo Testo Unico sulla sicurezza, sono stati avviati i corsi per le figure di preposti.

È proseguita la partecipazione delle risorse dell'Organizzazione al percorso professionale "Community FILO" (iniziativa promossa da Intesa Sanpaolo per omogeneizzare e potenziare le competenze delle risorse della famiglia professionale organizzazione all'interno delle Società del Gruppo).

Sono stati attuati, infine, una serie di interventi finalizzati al potenziamento di specifiche conoscenze sui prodotti e servizi, operatività bancaria, normativa di settore, informatica e delle competenze linguistiche.

Gli inserimenti di risorse junior, con forme contrattuali dell'apprendistato e dell'inserimento, hanno comportato la progettazione e l'attuazione – in sinergia con la Capogruppo Intesa Sanpaolo – di piani formativi (in aula e in e-learning) finalizzati all'acquisizione di specifiche competenze (di base, trasversali e tecnico/professionali).

Tutte le iniziative formative sono state attuate tenendo in considerazione:

- le esigenze organizzative e logistiche delle risorse, con particolare riferimento a quelle appartenenti alle categorie protette e con contratto part-time;
- lo sviluppo delle necessarie competenze professionali e di comportamenti orientati al rispetto dell'ambiente ed alla consapevolezza su tematiche di impatto sociale ed etico.

Nel 2008, pertanto, sono state erogate complessivamente circa 19.280 ore di formazione tra interventi in aula e a distanza.

Di seguito si riportano i dati della formazione, riferiti alla società italiane, suddivisi per:

- Formazione in aula:
 - interna: corsi interni progettati su specifici contenuti, sia di carattere tecnico/specialistico sia di carattere comportamentale, sulla base dei fabbisogni formativi rilevati.
 - esterna: partecipazioni mirate all'ampliamento di conoscenze professionali specifiche, presso società e istituti specializzati.
- Formazione e-learning.

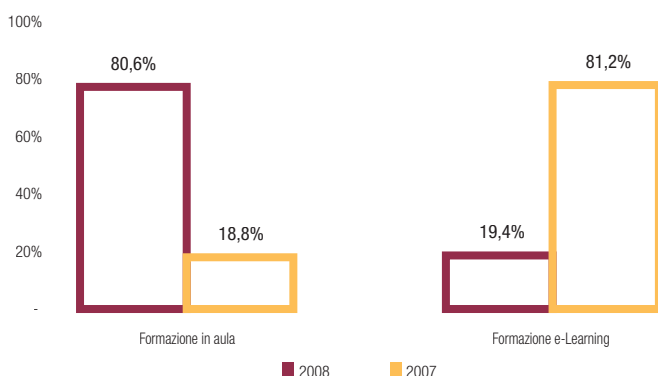
Formazione in aula

Area formativa	2008		2007		Variazione	
	Partecipazioni	Ore totali	Partecipazioni	Ore totali	Partecipazioni	Ore totali
FORMAZIONE INTERNA						
Specialistica	2.692	11.347	777	8.944	246,5%	26,9%
Manageriale Sviluppo Personale	56	870	38	540	47,4%	61,1%
FORMAZIONE ESTERNA						
Workshop/Convegni Corsi di lingua	174	3.315	218	3.289	-20,2%	0,8%
Totale	2.922	15.532	1.033	12.773	182,9%	21,6%

Formazione e-Learning

Area formativa	2008		2007		Variazione	
	Partecipazioni	Ore totali	Partecipazioni	Ore totali	Partecipazioni	Ore totali
Specialistica	1.025	3.636	4.417	15.545	-76,8%	-76,6%
Manageriale Sviluppo Personale	30	112	53	199	-43,4%	-43,7%
Totale	1.055	3.748	4.470	15.744	-76,4%	-76,2%

Formazione per modalità di erogazione sulla base delle ore totali



Assistenza, previdenza e servizi per i dipendenti

In ottica di progressivo allineamento in materia di strumenti e politiche del personale con quanto previsto presso le altre società del Gruppo Intesa Sanpaolo, è stato definito un piano di applicazione per le società italiane del Gruppo Banca Fideuram delle normative e dei trattamenti già armonizzati a livello di Capogruppo.

In particolare, sono state confermate le previsioni aziendali in materia di previdenza complementare ed assistenza sanitaria integrativa e, per il personale in servizio al 31 dicembre 2006, le norme riguardanti il premio per il 25° e 35° anno di anzianità, mentre si è provveduto ad allineare:

- gli impegni aziendali in caso di morte in servizio o di inabilità totale permanente di dipendenti;

- le discipline di Gruppo in materia di provvidenze a favore del personale;
- le condizioni agevolate al personale in materia di operatività bancaria e creditizia;
- le normative in materia di orario di lavoro, part-time e buoni pasto, con decorrenza 1° gennaio 2009.

Nel 2009 è stato inoltre avviato dalla Capogruppo Intesa Sanpaolo il progetto Welfare - Estero che si inserisce nel più ampio disegno aziendale di riassetto complessivo del comparto relativo al Sistema Aziendale di Welfare, individuando così il perimetro dei fondi previdenziali, delle casse di assistenza sanitaria e per ultimo dei circoli ricreativi, estendendo al perimetro estero del Gruppo un'azione conoscitiva in analogia con quanto già attuato per il contesto nazionale.

Safety

Nel corso del 2008 sono stati effettuati a livello di Gruppo 90 sopralluoghi negli ambienti di lavoro, finalizzati alla valutazione dei rischi per la salute e la sicurezza.

Nel 2008 Banca Fideuram ha prestato particolare attenzione agli investimenti tesi a migliorare le attrezzature di lavoro e i fattori ambientali attraverso:

- l'ammodernamento e l'adeguamento degli impianti di controllo del microclima nei palazzi, nelle filiali e nei punti di erogazione;
- alcuni interventi per il miglioramento degli ambienti di lavoro.

A tal fine presso le sedi di Banca Fideuram, nel corso del 2008, sono state effettuate 75 visite ricognitive finalizzate a verificare la possibilità di migliorare i fattori ambientali o per accertare la presenza di eventuali criticità sia in termini di safety che di security. A fronte di quanto riscontrato sono stati richiesti alle competenti funzioni aziendali interventi risolutivi o comunque migliorativi, nell'intento di rendere gli ambienti di lavoro sempre più confortevoli.

Nel corso del 2008 i giorni di assenza per infortunio sono stati 416 ed hanno interessato 18 dipendenti. Di tali eventi 8 sono avvenuti sul luogo di lavoro, mentre i restanti 10 sono riconducibili ad eventi occorsi ai dipendenti durante il tragitto casa/lavoro.

Security

Negli ultimi 8 anni, grazie anche al miglioramento continuo delle misure adottate, Banca Fideuram ha subito un solo evento di rapina. Tale evento, occorso nel 2008, non ha comportato conseguenze per i lavoratori.

I FORNITORI

Principali obiettivi fissati per il 2008

Prosecuzione dell'azione di razionalizzazione della fornitura di beni e servizi.

Azioni e risultati raggiunti

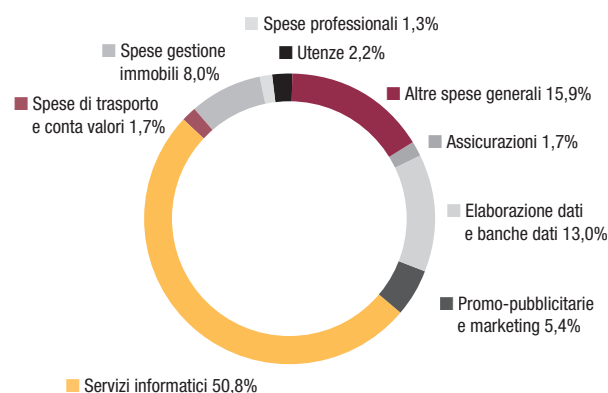
Nel corso del 2008 sono stati utilizzati alcuni fornitori della Capogruppo Intesa Sanpaolo al fine di conseguire tariffe standard convenzionali di Gruppo. Le azioni di razionalizzazione e di confronto in taluni casi hanno prodotto risparmi del 10 / 15%.

Il profilo dei fornitori

Nel corso del 2008 è proseguita, nel rispetto ed in coerenza con quanto previsto dalla normativa interna in materia di spesa, l'attività di revisione e razionalizzazione delle fasi relative agli acquisti di beni e servizi. Nel corso dell'anno il Gruppo ha intrattenuto rapporti commerciali con circa 3 mila fornitori per un fatturato complessivo di circa 184,2 milioni di euro. Tra questi partner, 87 sono definiti "Grandi Fornitori" e hanno effettuato prestazioni per forniture di beni o erogazione di servizi per un importo annuo superiore a 155 mila euro ciascuno, pari complessivamente a 122,4 milioni di euro.

Dal 1° aprile 2008, a seguito della fusione per incorporazione di Eurizon Solutions in Intesa Sanpaolo, sono rientrati nel perimetro di Banca Fideuram alcuni contratti inizialmente ceduti ad Eurizon Solutions, mentre alcune attività informatiche di Banca Fideuram sono state trasferite in outsourcing ad Intesa Sanpaolo; in questo ambito il rapporto con Banca Fideuram è regolato da un contratto di servizio che garantisce il soddisfacimento delle esigenze di continuità e di performance della Banca a costi definiti.

Distribuzione per attività dei Grandi Fornitori

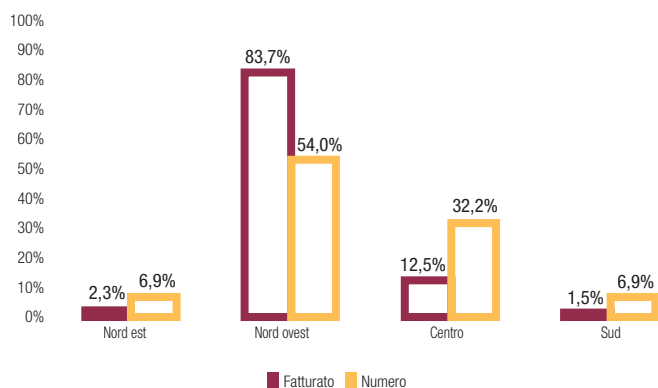


Distribuzione dei Grandi Fornitori per area geografica

(milioni di euro)

Anno 2008			
Area geografica	Fatturato	% sul totale	Nr. Fornitori
Regione			
CAMPANIA	1,2	1,0	4
EMILIA ROMAGNA	0,7	0,6	2
LAZIO	15,0	12,3	26
LOMBARDIA	24,5	20,0	39
PIEMONTE	76,7	62,7	7
PUGLIA	0,3	0,2	1
SICILIA	0,3	0,2	1
TOSCANA	0,3	0,2	2
VALLE D'AOSTA	1,3	1,1	1
VENETO	2,1	1,7	4
Totale	122,4	100,0	87

Distribuzione geografica in Italia dei Grandi Fornitori per fatturato e per numero



Politiche di selezione

Al fine di garantire un miglioramento continuo dei propri standard qualitativi, il Gruppo Banca Fideuram attribuisce un ruolo rilevante ai processi di selezione dei fornitori per la possibilità di creare valore aggiunto attraverso i loro prodotti e servizi. A tal fine sono stati previsti precisi criteri di selezione, volti ad individuare quei nominativi ritenuti in possesso dei seguenti requisiti:

- integrità etica e giuridica;
- idoneità tecnico-professionale;
- requisiti di affidabilità nell'ambito dell'applicazione delle norme di legge previste dal codice civile in materia di riservatezza, protezione dati e tutela delle persone;
- competitività di mercato e fruizione di convenzioni operanti nella Capogruppo Intesa Sanpaolo.

La selezione dei fornitori è disciplinata da una normativa interna in materia di spesa che prevede che venga individuata una rosa di possibili fornitori da interpellare nell'ambito dell'Archivio dei Fornitori, ossia l'archivio informativo dei nominativi ritenuti in possesso dei

requisiti tecnico/fiduciari necessari per l'effettuazione di forniture di beni e servizi sul territorio nazionale, ivi compresi quei nominativi che, pur non essendo mai stati utilizzati, sono considerati meritevoli di essere tenuti in evidenza.

L'Albo dei Fornitori è estratto dall'Archivio dei Fornitori ed è costituito dai nominativi che presentano un fatturato annuo superiore a 50.000 euro e viene aggiornato annualmente, escludendo i nominativi con i quali:

- non si siano instaurati rapporti di lavoro dall'anno precedente per importi superiori a 50.000 euro;
- si siano verificati inadempimenti contrattuali;
- si siano verificati inadempimenti circa la salvaguardia e la riservatezza dei dati;
- si sia verificata una ingiustificata rinuncia alla fornitura dopo l'assegnazione;
- si siano verificate ripetute o ingiustificate omissioni di risposte ad inviti a formulare offerte in busta chiusa.

La gestione dell'impegno di spesa, le condizioni ed i tempi di fornitura dei beni e servizi necessari avviene secondo le seguenti modalità:

- se l'impegno di spesa previsto è superiore a 35.000 euro, viene richiesta un'offerta in busta chiusa. In tal caso i criteri di fornitura sono i seguenti:
 - di norma la scelta deve essere formalizzata al fornitore che ha effettuato l'offerta più bassa;
 - in presenza di un'offerta di importo inferiore del 20% rispetto alla media matematica di tutte le offerte pervenute, questa deve essere scartata e la fornitura deve essere assegnata al successivo miglior offerente;
 - qualora l'assegnatario della fornitura sia diverso da quello che ha offerto il prezzo più basso, la scelta deve essere formalizzata, annotando, altresì, le considerazioni tecniche e temporali che l'hanno motivata;
 - se a carico del fornitore assegnatario della fornitura sopravvengono note negative, o una sua rinuncia, viene proposta l'assegnazione al secondo miglior offerente, previa eventuale trattativa finalizzata ad allineare tale offerta a quella più conveniente.
- se l'impegno di spesa previsto è compreso tra 5.000 e 35.000 euro, vengono richiesti almeno 3 preventivi e la scelta del fornitore viene effettuata sulla base del miglior prezzo, dei tempi di consegna, della qualità del prodotto, del tipo di collaborazione in essere con il fornitore e della sua correttezza, nonché sulla difficoltà di sostituzione, avendo sempre cura di assicurare trasparenza e correttezza gestionale. Per spese superiori a 10.000 euro, i preventivi devono pervenire in forma scritta. Le motivazioni di eventuali deroghe devono essere annotate e tutti i preventivi pervenuti vengono regolarmente archiviati. Tali criteri non vengono applicati alle forniture per le quali non è possibile mettere in concorrenza più fornitori, o quando sussistano motivi di urgenza o di compatibilità e/o continuità con situazioni preesistenti, oppure per forniture della stessa specie, quando siano già stati richiesti in precedenza preventivi e non si sia verificato un aumento dei costi. Le citate circostanze devono risultare da apposito commento scritto.
- se l'impegno di spesa previsto è inferiore a 5.000 euro, sentiti alcuni fornitori per la richiesta informale di preventivo, viene inviato un ordine diretto al fornitore selezionato.

Gestione del rapporto

La gestione dei rapporti con i fornitori può avvenire in maniera diretta o in outsourcing ed è finalizzata all'efficace e coerente evasione degli accordi contrattuali.

Gli obiettivi di miglioramento per il 2009

Nel corso del 2009 continuerà l'attività di razionalizzazione ed ottimizzazione dei processi di selezione attraverso l'adesione ai contratti operativi della Capogruppo Intesa Sanpaolo e la definizione di convenzioni dirette con i fornitori per le varie tipologie di beni e servizi, al fine di rendere più fluido e trasparente il processo del ciclo passivo.

LA COLLETTIVITÀ

Nel 2008 lo stanziamento per la beneficenza e gli atti di liberalità è stato di 250.000 euro, pari a circa l'uno per mille del risultato lordo di gestione consolidato del 2007, da ripartire tra soggetti di comprovata serietà operanti nei settori umanitario - assistenziale, della ricerca scientifica, della cultura e della tutela ambientale. In attuazione degli intenti perseguiti e dopo un'attenta opera di istruttoria e selezione, nel corso dell'anno sono state accolte 39 richieste di contributi su 56 pervenute, con l'assegnazione di 227.500 euro, ripartiti sull'intero territorio nazionale così come segue:

- 111.000 euro per 28 iniziative di carattere umanitario - assistenziale;
- 116.500 euro a favore di 11 associazioni operanti nei settori della cultura e della ricerca scientifica.

Per il 2009 lo stanziamento per la beneficenza e gli atti di liberalità è stato confermato in 250.000 euro. È stata altresì confermata la distribuzione di tale importo per la beneficenza e le liberalità in favore di soggetti di comprovata serietà operanti nei suindicati settori.

Incontri commerciali, viaggi e convention

Nel corso dell'anno si sono susseguiti gli incontri e le manifestazioni che tipicamente coinvolgono la Rete dei Private Banker sia attraverso riunioni territoriali su temi strettamente commerciali sia attraverso viaggi e convention cui vengono invitati i migliori performer nazionali:

- Roadshow d'inizio anno, che ha toccato alcune delle aree commerciali di Banca Fideuram con focus sugli obiettivi di medio periodo e le relative strategie;
- Viaggio attraverso il Giappone e Convention in Thailandia a Phuket, cui hanno partecipato tra la fine di aprile e i primi di maggio i migliori Private Banker nazionali in misura rispettivamente di 60 ad entrambe le manifestazioni e di circa 350 alla sola Convention;
- Roadshow d'inizio autunno, che ha toccato tra la fine di settembre e il mese di ottobre tutte e 8 le Aree di Banca Fideuram, specificatamente dedicato alla presentazione alla Rete del piano industriale della società.

Attività di sostegno

Sulla scorta dell'intervento finanziario a favore della onlus **Save the Children** per la costruzione di una scuola per i bambini di un villaggio nella località di Enderta in Etiopia, Banca Fideuram e Sanpaolo Invest hanno rafforzato il loro orientamento a beneficio della stessa organizzazione scegliendone il biglietto natalizio per l'invio degli auguri istituzionali da parte delle società e degli auguri alla clientela da parte delle Reti dei Private Banker. I biglietti sono stati personalizzati con l'immagine della targa apposta sulla scuola africana che sottolinea l'impegno umanitario delle società.



Patrimonio artistico

La sensibilità a preservare il patrimonio artistico italiano ha portato Banca Fideuram a sostenere, con un contributo di 50.000 euro, il progetto pittorico proposto dalla Basilica di Santa Maria degli Angeli e dei Martiri a Roma, per la realizzazione, ad opera del Maestro Piero Guccione, delle due pale laterali a completamento della Cappella della Maddalena.

Tra gli altri soggetti beneficiari del sostegno finanziario di Banca Fideuram vanno menzionati l'Istituto dell'Archivio Legale Amedeo Modigliani e il Vicariato di Roma – Ufficio per la Pastorale Universitaria.

Infine, Banca Fideuram ha confermato anche per l'anno 2008 il proprio sostegno finanziario all'Associazione Amici della Scala di Milano.

La partnership con l'Associazione Italiana Sclerosi Multipla (AISM)

Banca Fideuram è da sempre promotrice attiva di iniziative benefiche a difesa e supporto di chi sostiene cause importanti per l'umanità e per un progresso sostenibile. Nel corso del 2008 l'azienda ha avviato un'importante collaborazione con AISM, Associazione Italiana Sclerosi Multipla. La scelta di AISM non è casuale, ma frutto di una vicinanza sincera di intenti e di valori. AISM, che come Fideuram ha compiuto nel 2008 il traguardo dei 40 anni di attività, non basa il proprio lavoro esclusivamente sulla ricerca, pilastro fondamentale per sconfiggere la malattia nel prossimo futuro, ma gioca anche un ruolo primario nel supporto e nell'accompagnamento dei familiari dei malati: una vicinanza al territorio, alle persone che è anche un valore chiave del mondo Fideuram.

AISM E BANCA FIDEURAM

“È nata una partnership preziosa tra AISM e il Gruppo Banca Fideuram nel corso del 2008, una collaborazione importante che continuerà a svilupparsi anche in futuro e che è stata molto significativa per la nostra Associazione poiché, attraverso la messa in atto di tre azioni specifiche, ha permesso di perseguire obiettivi fondamentali che AISM si pone, giorno dopo giorno.

Banca Fideuram ha sostenuto la ricerca scientifica promossa da AISM e dalla sua Fondazione con un contributo di 30.000 euro, finanziando un importante Progetto di Ricerca dal titolo “Identificazione di pathway molecolari coinvolti nell'effetto terapeutico delle cellule mesenchimali staminali”, il cui scopo è stato quello di fornire informazioni più dettagliate sui meccanismi genetici e molecolari coinvolti nel benefico effetto terapeutico delle cellule mesenchimali staminali, quando queste vengono utilizzate come possibile cura nei modelli sperimentali di malattia autoimmune.

E non solo: Banca Fideuram ha di fatto sostenuto AISM anche in altri modi, altrettanto importanti.

Da settembre 2008 la Banca ha promosso le attività e i

progetti sostenuti dalla nostra Associazione presso il proprio pubblico di riferimento, diffondendo attraverso il suo circuito televisivo interno un video istituzionale in cui venivano presentati tutti gli ambiti di intervento in cui AISM opera abitualmente.

Questa operazione è risultata molto importante per l'Associazione poiché ha facilitato e allargato la conoscenza di AISM da parte di tutti gli utenti della Banca e anche perché ha preceduto, facendone da traino, un'ulteriore iniziativa, ugualmente significativa: le “Stelle della solidarietà”.

Donando 1 euro per ogni stella decorativa per l'albero di Natale, acquistabile presso tutte le sedi, le filiali e gli uffici dei promotori finanziari della banca, sono stati raccolti fondi da destinare alla ricerca e si è così acceso di solidarietà concreta il Natale delle persone con sclerosi multipla.

Una partnership davvero importante, quindi, quella tra AISM e Banca Fideuram, che si è arricchita maggiormente di significato poiché entrambe nel 2008 hanno festeggiato i 40 anni d'attività.”

Antonella Moretti, Direttore Operativo di AISM

Progetti umanitari

Nel 2008 Banca Fideuram ha proseguito nel sostegno umanitario intrapreso negli anni precedenti. Molte collaborazioni già avviate con associazioni senza fini di lucro, con organizzazioni italiane e internazionali che intervengono nei contesti dove il disagio sociale rappresenta una vera emergenza, sono state confermate per sostenere nuovi progetti.

Anche quest'anno un'attenzione particolare è stata prestata alla **comunità di S. Patrignano** che si occupa dell'accoglienza gratuita e del recupero di persone emarginate e tossicodipendenti per affrancarle, attraverso percorsi individuali e il sostegno familiare, da ogni tipo di dipendenza.

Un contributo significativo, inoltre, è stato assegnato a **Save the Children** per dare continuità al sostegno di Banca Fideuram al progetto di educazione nella zona del Tigray in Africa.

Il sostegno finanziario di Banca Fideuram è stato anche rivolto alla **Fondazione Comunitaria della Riviera dei Fiori Onlus** a sostegno dell'attività svolta finalizzata, tra l'altro, alla diffusione della cultura della donazione, della filantropia, del senso di responsabilità civile e dello spirito di solidarietà sociale.

Banca Fideuram ha rinnovato, infine, il proprio sostegno economico all'**Associazione nazionale per la lotta contro l'Aids**, a **Medici Senza Frontiere**, alla **Fondazione per il Banco Alimentare**, alla **Lega del Filo d'oro**, nonché al **Nucleo Protezione Civile dell'Associazione Nazionale dei Carabinieri**.

Da ultimo, le istanze di nuovi richiedenti quali l'**Associazione Donatori e Volontari Personale Polizia di Stato Onlus** e **Imagine Onlus**, hanno raccolto la fiducia di Banca Fideuram che ha così inteso contribuire al perseguimento delle loro meritevoli iniziative.

Il progetto SkySPARK

Nel 2008 Banca Fideuram è diventata supporting sponsor del progetto SkySPARK. L'iniziativa ha l'ambizione di realizzare un velivolo interamente elettrico destinato al trasporto di persone, grazie all'adozione delle più recenti tecnologie per l'immagazzinamento dell'energia.

Lo sviluppo delle celle a combustibile, che trovano nell'idrogeno l'elemento ideale, consentirà in futuro di produrre energia praticamente a impatto zero in termini di inquinamento ambientale ed acustico. Un progetto ambizioso e al tempo stesso un impegno concreto per migliorare la qualità del nostro vivere quotidiano, nella sua accezione più ampia: non solo la comodità di spostamenti veloci, ma altresì il rispetto dell'ecosistema che è fonte di vita e habitat per tutti noi.

Come il progetto SkySPARK, anche Banca Fideuram è nata da un progetto visionario ai suoi albori, che è stato però capace di mostrare tutta la sua concretezza passo dopo passo, grazie alla forza e la tenacia di chi ha una vera passione per le sfide e una naturale vocazione ad innovare.



Banca Fideuram per lo sport

Simbolo di un gioco di squadra affiatato e leale, il campionato di basket di serie A ha incluso tra i suoi sponsor Banca Fideuram, che anche nel 2008 ha sostenuto l'**Armani Jeans Olympia Basket**, la storica squadra milanese che ha collezionato negli anni diversi riconoscimenti nazionali ed europei.

“Roma Seven” è il torneo che ogni anno raccoglie il meglio del rugby a 7 nella nostra capitale. Nell'edizione 2008 le più importanti squadre del mondo si sono sfidate nella splendida cornice del Foro Italico in un torneo tenuto tra il 6 ed il 7 Giugno, con un calendario serrato di incontri che ha visto sfidarsi 16 squadre suddivise in 4 gironi. Il “Roma Seven” è stato concepito per accendere l'entusiasmo di Roma e di tutta Italia verso il rugby a sette, sport di facile presa sul pubblico e di impatto altamente spettacolare, inserendo la manifestazione in una cornice di mondanità e cultura. Banca Fideuram è stata title sponsor dell'evento: un'occasione unica per dare ampia visibilità al marchio dell'azienda nell'ambiente dello sport, sposando una disciplina fatta di rigore, impegno e sacrificio, ma anche di grandi risultati e grandi emozioni: un po' come il lavoro dei nostri Private Banker. La sponsorizzazione ha visto Banca Fideuram protagonista assoluta nella promozione dell'evento, con un advertising che ha “viaggiato” sulla stampa e sui mezzi pubblici di tutta la capitale nel periodo antecedente e immediatamente successivo alle gare.



Gli atti di liberalità di Sanpaolo Invest

Per il 2008 Sanpaolo Invest ha stanziato per la beneficenza l'importo di 20.000 euro, a favore di associazioni di comprovata serietà operanti nei settori umanitario/assistenziale:

- Associazione culturale Lanciano Domani Onlus, di carattere umanitario e di alfabetizzazione, che per il 2009 prevede la costruzione di una scuola ad Arekit, un poverissimo villaggio etiopico;
- Associazione Familia YA Ufariji, istituzione che si fa carico dell'istruzione e dell'introduzione nel mondo del lavoro di bambini e ragazzi orfani;

- Associazione Amici di Alessandra Onlus, associazione di volontariato costituita al fine di svolgere attività di sensibilizzazione sulle problematiche del terzo mondo, educare al consumo responsabile, promuovere la salvaguardia dell'ambiente, realizzare programmi di cooperazione a favore delle popolazioni dei Paesi in via di sviluppo, organizzare la raccolta, l'acquisto, l'invio di generi alimentari ed attrezzature sanitarie a strutture assistenziali particolarmente bisognose;
- Associazione Ersilia Onlus, associazione culturale di carattere umanitario che opera per la realizzazione di progetti dedicati ai poveri nel mondo.

Quest'anno Fideuram Gestions SA, società del Gruppo Banca Fideuram, ha scelto di devolvere la spesa riservata all'acquisto di cartoline d'auguri natalizi a supporto dell'associazione SOS Villages d'Enfants Monde ASBL, un'associazione che supporta i Villaggi dei Bambini in tutto il mondo e specialmente nei paesi in via di sviluppo. Ad oggi, l'associazione offre in 132 paesi una casa sicura e confortevole ai bambini che hanno perso i loro familiari o che si trovano in difficoltà.



Rapporti con i Media

Anche nel 2008 il Gruppo Banca Fideuram ha continuato a veicolare verso l'esterno, in maniera puntuale ed efficace, gli eventi gestionali e societari che hanno contraddistinto l'attività aziendale.

La comunicazione nei confronti dei media si è svolta in linea con i principali obiettivi stabiliti ad inizio anno: dare maggiore visibilità al core business della Banca; sottolineare la leadership e le grandi capacità professionali sviluppate in 40 anni da Banca Fideuram nella consulenza finanziaria e nel private banking, in un contesto di mercato sempre più difficile e volatile nel quale consulenza e necessità di relazioni fiduciarie assumono un'importanza cruciale per il risparmiatore.

Da questo punto di vista, l'attenzione dei principali quotidiani e periodici di settore è stata principalmente catturata dall'ottimo posizionamento della Banca nell'attività del private banking, il cui rafforzamento rappresenta uno dei punti fondamentali del nuovo piano industriale.

In particolare, gli articoli che hanno collocato Banca Fideuram tra i maggiori operatori specializzati in Italia in tale segmento hanno registrato un incremento pari a circa il 50% rispetto al 2007.

Nel 2008 l'attività di comunicazione verso i media ha, inoltre, dato opportuno risalto all'innovativo metodo di approccio alla clientela SEI sviluppato dalla Banca, al costante inserimento di nuovi Private Banker di qualità all'interno delle Reti Fideuram e Sanpaolo Invest, allo sviluppo dell'offerta prodotti, alle view di mercato dei gestori di Fideuram Investimenti e Fideuram Asset Management, nonché alla ricorrenza e celebrazione del quarantennale della Banca. Infine, attraverso diversi comunicati stampa, i media sono stati informati sull'andamento economico-finanziario ed operativo della Banca, nonché sul rilascio e sulle caratteristiche di alcuni nuovi prodotti.

L'impegno costante nel comunicare i momenti più importanti della vita societaria è confermato dalla gestione, da parte della Funzione Rapporti con i Media, di circa 200 richieste di informazioni (+40% rispetto al 2007) su temi specifici da parte di giornalisti, dal coinvolgimento del top management in oltre 30 interviste e da numerosi altri commenti e partecipazioni a sondaggi richiesti dalla stampa specializzata. Per quanto riguarda il 2009, l'obiettivo è quello di consolidare il cammino già intrapreso nel 2008, anche in ottica di fornire un supporto all'attività dei Private Banker ed un'informazione sempre più completa e trasparente alla clientela, agli investitori e al pubblico indistinto.

L'AMBIENTE

Nel corso del 2008 il Gruppo Banca Fideuram ha continuato nella sua azione di rinnovamento delle apparecchiature sostituendo le obsolete con quelle a minor impatto ambientale; in particolare sono state sostituite le apparecchiature degli impianti di climatizzazione con pompe di calore aventi maggiore efficienza energetica e provviste di gas refrigeranti ecologici. Analoga azione è stata condotta nel settore dell'illuminazione dei luoghi di lavoro installando, nelle nuove realizzazioni e ristrutturazioni, corpi illuminanti ad elevata efficienza e dotati di lampade a basso consumo energetico.

I consumi energetici per il 2008, confrontati con quelli dell'anno precedente, sono stati i seguenti:

Consumi energetici per fonte

		2008	2007	Var. %
Energia elettrica	kWh	7.596.624	7.060.324	8
Gas metano	mc.	295.047	305.000	-3
Gasolio	Lt.	-	10.000	-100
Acqua	mc.	53.106	45.000	18

La dinamica dei consumi riflette l'attenta politica di monitoraggio applicata in Banca Fideuram relativamente alle risorse energetiche utilizzate.

Altri approvvigionamenti e smaltimenti

Tra gli approvvigionamenti a valenza ambientale spiccano gli acquisti di materiale cartaceo per i quali sono state sostenute le seguenti spese:

(migliaia di euro)

	2008	2007	Var. %
Modulistica	800	700	14
Carta per fotocopie	83	70	19

Consumo annuo di carta

		2008	2007	Var. %
Consumo totale	Kg.	71.000	65.000	9
Consumo pro capite	Kg./n. addetti	65	79	-18

Consumo annuo di toner e cartucce

		2008	2007	Var. %
Toner	Kg.	400	500	-20
Cartucce	Kg.	2.000	2.100	-5

Consumo annuo di lattine di bibite/bicchieri di carta

		2008	2007	Var. %
Lattine di bibite/ bicchieri di carta	Kg.	2.500	2.600	-4

Produzione annua di rifiuti

		2008	2007	Var. %
Rifiuti assimilabili agli urbani	Ton.	4	5	-20
Rifiuti non pericolosi	Ton.	56	60	-7
Rifiuti pericolosi	Ton.	0,600	0,854	-30

IL SISTEMA FINANZIARIO E LE ALTRE ISTITUZIONI

Rapporti con le associazioni di categoria

Banca Fideuram e le sue controllate aderiscono ad associazioni di categoria, quali Abi (Associazione Bancaria Italiana), Assoreti (Associazione Nazionale delle Società di Collocamento di Prodotti Finanziari e di Servizi di Investimento), Assonime (Associazione fra le Società Italiane per Azioni) e Assogestioni (Associazione del Risparmio Gestito).

Il Presidente della Banca ricopre la carica di Consigliere dell'Abi e di membro della giunta di Assonime, mentre l'Amministratore Delegato/Direttore Generale è Vicepresidente di Assoreti.

ALTRI EVENTI

Oscar di Bilancio

Banca Fideuram ha partecipato all'edizione 2008 dell'Oscar di Bilancio promosso dalla **FERPI - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana** - sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica Italiana - l'unico Premio Nazionale riconosciuto dalla comunità economico-finanziaria del nostro Paese, che da oltre 50 anni svolge la funzione di stimolo e di sviluppo della cultura di una rendicontazione trasparente ed esaustiva.

La Banca ha partecipato nella categoria **Oscar Maggiori e Grandi Imprese Bancarie, Finanziarie** (quotate e non quotate) raggiungendo l'ambito traguardo di finalista con la seguente motivazione:

“Il bilancio si caratterizza per un buon aspetto grafico e per lo sforzo di sintesi che consente di avere una immediata situazione degli aspetti sostanziali della Banca”.

La Banca ha confermato il proprio ruolo di leader nel settore del risparmio gestito e ha presentato all'attenzione della Giuria dell'Oscar di bilancio una rivisitazione completa del proprio Annual Report con l'obiettivo di consolidare il dialogo e il confronto con gli stakeholders attraverso un'informazione integrata, completa e trasparente, che pone una particolare attenzione ai contenuti, alla forma espositiva e al formato grafico al fine di comunicare chiaramente il percorso che la Banca intende seguire attraverso il supporto di dati contabili e di commenti approfonditi sui principali aspetti della gestione, con una particolare attenzione al proprio core business.



Annual Report in Mostra®

L'**Annual Report in Mostra®** è un'idea illuminata nata dalla collaborazione tra l'Associazione Nazionale Direttori Amministrativi e Finanziari (ANDAF) e la Società di comunicazione strategica e finanziaria Mercurio, di Milano.

La manifestazione è un evento unico in Italia e nel proprio genere che non dá premi ma offre alle imprese l'opportunità di esporre in vetrina la sintesi dei propri valori.

Nella terza edizione, svoltasi presso il Centro Congressi - Fondazione Cariplo, è stato lanciato il concept: *Il mercato illuminato*.

Banca Fideuram ha partecipato alla manifestazione come sponsor e ha esposto il proprio Annual Report, condividendo così una cultura fondata sul concreto rispetto dei principi di etica e trasparenza come valore aggiunto dell'impresa.



L'esposizione degli Annual Report dei partecipanti è avvenuta sia attraverso un allestimento realizzato con la composizione, in forma artistica, di alcune pagine estrapolate dal fascicolo di bilancio relative a contenuti non normati ma volontari (Lettere del Top Management, Mission ed Highlights) sia mettendo a disposizione del pubblico i volumi completi, esposti su appositi basamenti davanti alle opere del Canova.

Una vetrina semplice e insieme preziosa, che assimila idealmente il lavoro di creazione degli Annual Report alle più importanti opere artistiche.

Leone d'Oro



Nell'ambito dei "Milano Finanza Global Awards 2009", cerimonia di premiazione dei protagonisti del mondo bancario, finanziario e della comunicazione che hanno realizzato le migliori performance nel 2008, è stato attribuito a Banca Fideuram il Leone d'Oro per la Migliore Comunicazione in ambito Private Banking.

Questo riconoscimento ha premiato sia la creatività della nostra campagna di comunicazione "Il punto di vista di un nostro private banker", sia l'originalità del media mix che, oltre a sfruttare i mezzi classici della stampa nazionale e regionale, ha puntato anche con decisione sugli aeroporti italiani, luoghi di frequentazione privilegiati dai nostri target di clientela, Affluent e Private.



Il soggetto "punto di vista" ambiva a ribadire due componenti essenziali dell'immagine di Banca Fideuram:

- la posizione di leadership, che comporta una capacità di "vision" più acuta sul mondo, le sue insidie e le sue opportunità;
- la centralità del Private Banker nel modello di servizio di Banca Fideuram, che rappresenta il vero vettore di trasmissione della qualità associata al marchio.

Il Leone d'Oro sancisce in modo definitivo l'associazione tra Fideuram ed il mondo del Private Banking per la community finanziaria e premia una tonalità di comunicazione che fa prevalere le componenti "core" del modello di servizio sulle virtù "tattiche" di un singolo prodotto.



Uno dei tre moduli espositivi di Banca Fideuram

Banca Fideuram ai vertici della classifica dei bilanci trasparenti

Banca Fideuram è risultata tra le prime dieci società italiane più trasparenti in termini di bilancio annuale.

È quanto emerso dalla "pagella" stilata dall'Osservatorio nazionale sugli Annual Report dell'Università di Pisa che ha esaminato i bilanci annuali di 203 imprese.

L'obiettivo dell'analisi svolta annualmente dall'Osservatorio è di contribuire allo sviluppo di una cultura dell'informativa economico-finanziaria esaminando i bilanci delle società italiane e confrontandoli con le best practice internazionali.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE

Prospetto analitico di determinazione del valore aggiunto

(milioni di euro)

	2008	2007
RICAVI NETTI		
Interessi attivi e proventi assimilati	484,3	413,9
Commissioni attive	892,0	1.090,5
Dividendi e proventi simili	0,1	-
Risultato netto dell'attività di negoziazione	(14,6)	2,8
Risultato netto dell'attività di copertura	3,1	0,3
Utili (perdite) da cessione o riacquisto di:	3,2	0,1
a) crediti	13,3	8,6
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	(10,1)	(8,5)
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-
d) passività finanziarie	-	-
Risultato netto delle attività e passività valutate al fair value	(18,0)	1,5
Altri oneri/proventi di gestione	4,4	10,2
Utili (perdite) da cessione di investimenti	0,3	-
TOTALE RICAVI NETTI	1.354,8	1.519,3
CONSUMI		
Interessi passivi e oneri assimilati	(326,1)	(282,0)
Commissioni passive (*)	(37,7)	(48,3)
Altre spese amministrative (al netto delle imposte indirette e delle elargizioni e liberalità)	(191,0)	(222,7)
Rettifiche di valore nette per deterioramento di:	(3,5)	2,0
a) crediti	(2,9)	1,9
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	-	-
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-
d) altre operazioni finanziarie	(0,6)	0,1
Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri (*)	(16,1)	(21,2)
TOTALE CONSUMI	(574,4)	(572,2)
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	780,4	947,1
Utili (perdite) dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	-	-
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	780,4	947,1
Ammortamenti	(15,6)	(7,0)
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	764,8	940,1
Costo del lavoro:	(536,9)	(604,7)
Spese del personale	(137,8)	(116,7)
Spese per le Reti di Private Banker	(399,1)	(488,0)
Altre spese amministrative: Elargizioni e liberalità	(0,2)	(0,3)
Altre spese amministrative: Imposte indirette e tasse	(2,4)	(2,5)
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	225,3	332,6
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	(49,1)	(77,0)
Utile (perdita) d'esercizio di pertinenza dei terzi	(0,1)	(0,1)
RISULTATO D'ESERCIZIO DI PERTINENZA DELLA CAPOGRUPPO	176,1	255,5

(*) Le voci "commissioni passive" e "accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri" non includono gli importi relativi ai costi delle Reti di Private Banker che sono riclassificati nella voce "Spese per le Reti di Private Banker".

Prospetto di riparto del valore aggiunto globale lordo

(milioni di euro)

	2008	2007
TOTALE RICAVI NETTI	1.354,8	1.519,3
TOTALE CONSUMI	(574,4)	(572,2)
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	780,4	947,1
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	780,4	947,1
RIPARTITO FRA:		
Azionisti	96,1	205,9
Dividendi a società del Gruppo	96,1	205,9
Dividendi a terzi	-	-
Risorse umane	536,9	604,7
Spese del personale	137,8	116,7
Spese per le Reti di Private Banker	399,1	488,0
Stato, enti ed istituzioni	51,5	79,5
Imposte indirette e tasse	2,4	2,5
Imposte sul reddito dell'esercizio	49,1	77,0
Collettività e ambiente	0,2	0,3
Elargizioni ad enti e liberalità	0,2	0,3
Sistema impresa	95,7	56,7
Ammortamenti	15,6	7,0
Riserve ed utili non distribuiti agli azionisti	80,1	49,7
Valore aggiunto globale lordo	780,4	947,1

Ripartizione Valore Aggiunto Globale Lordo

