



GRUPPOMONTEPASCHI

Direzione Generale

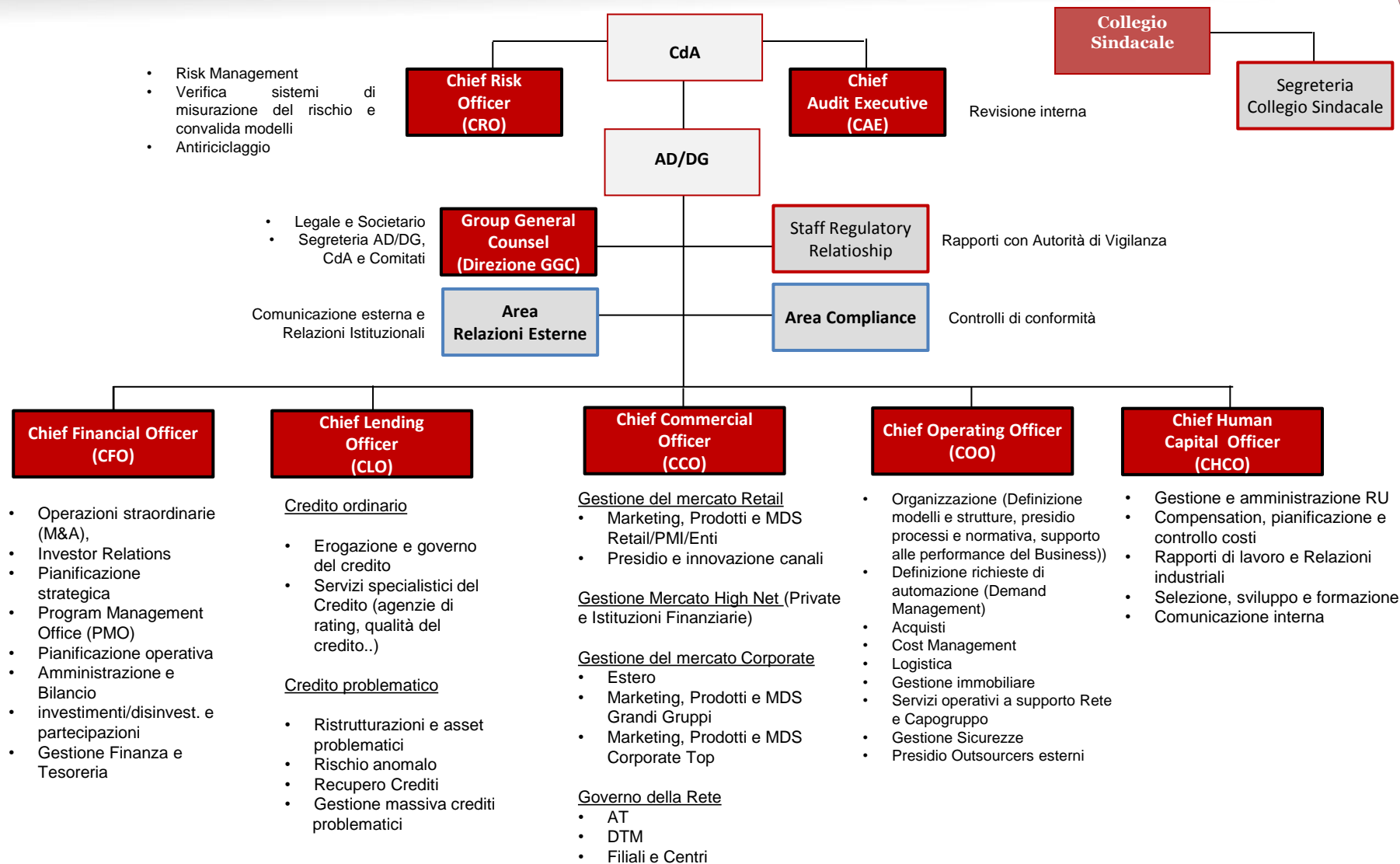
***Presentazione del nuovo assetto
organizzativo della Capogruppo***

Focus Direzione CCO

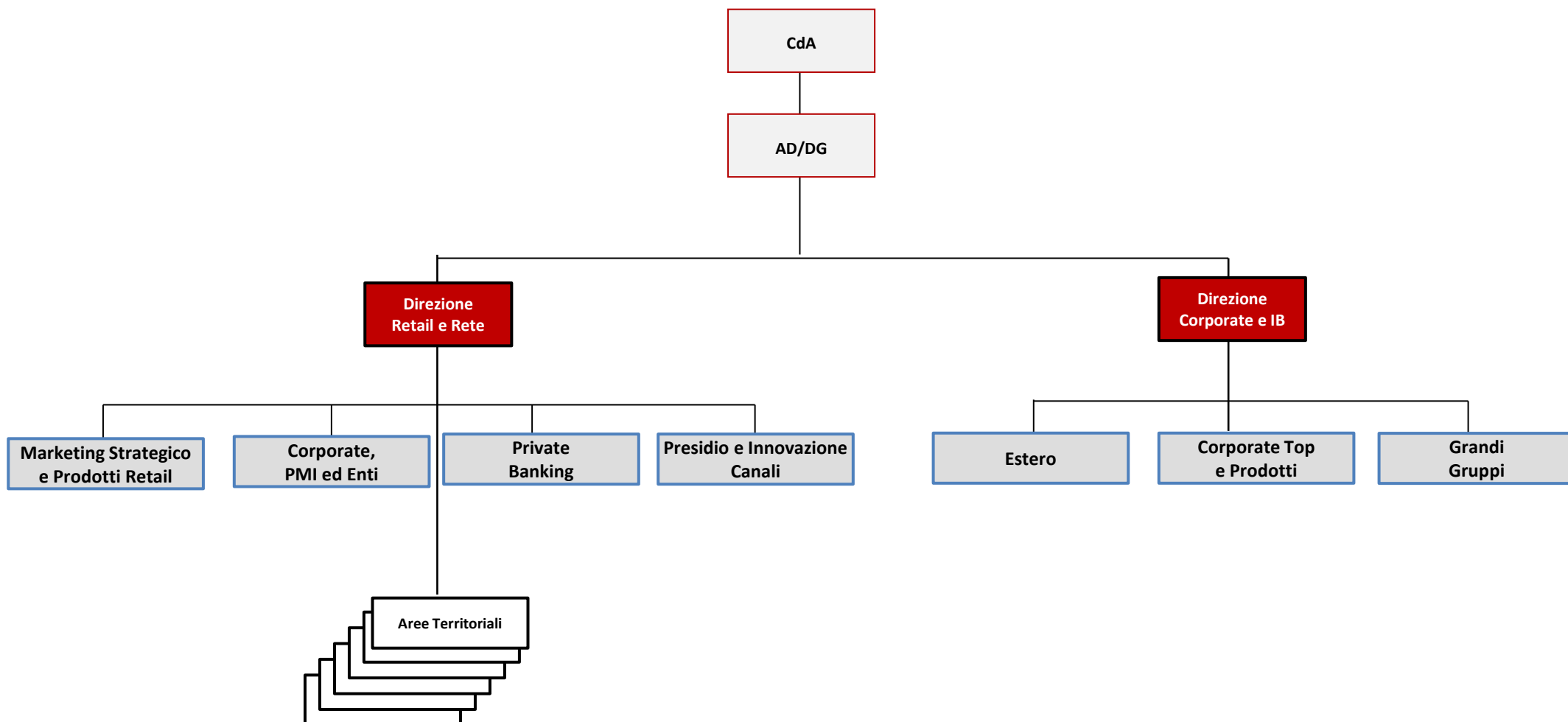
Incontro con le Organizzazioni Sindacali

Siena, 30 Novembre 2016

MODELLO ORGANIZZATIVO DELLA CAPOGRUPPO IN VIGORE DAL 26/10/2016



FOCUS DIREZIONI COMMERCIALI DEL MODELLO PRECEDENTE

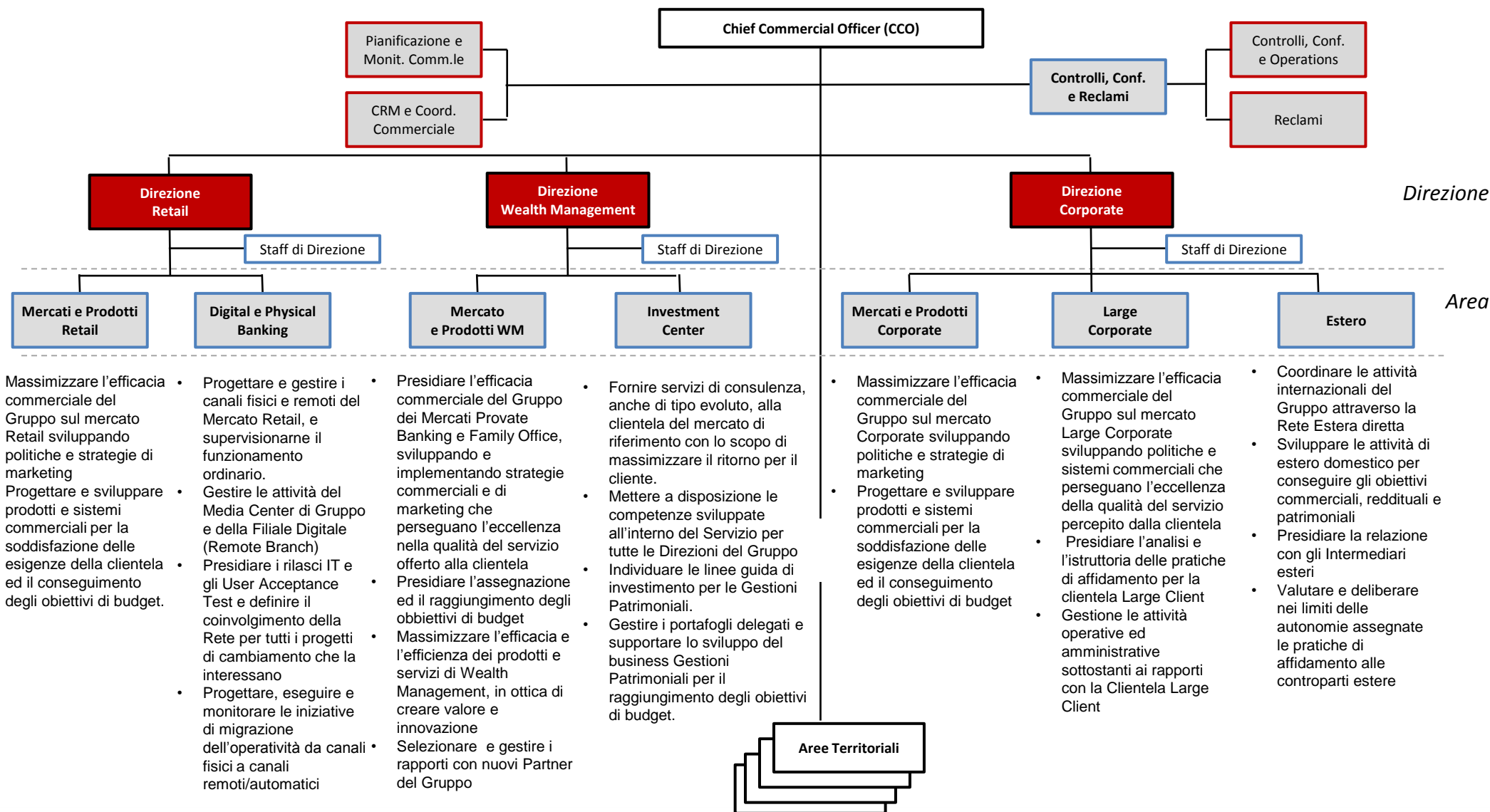




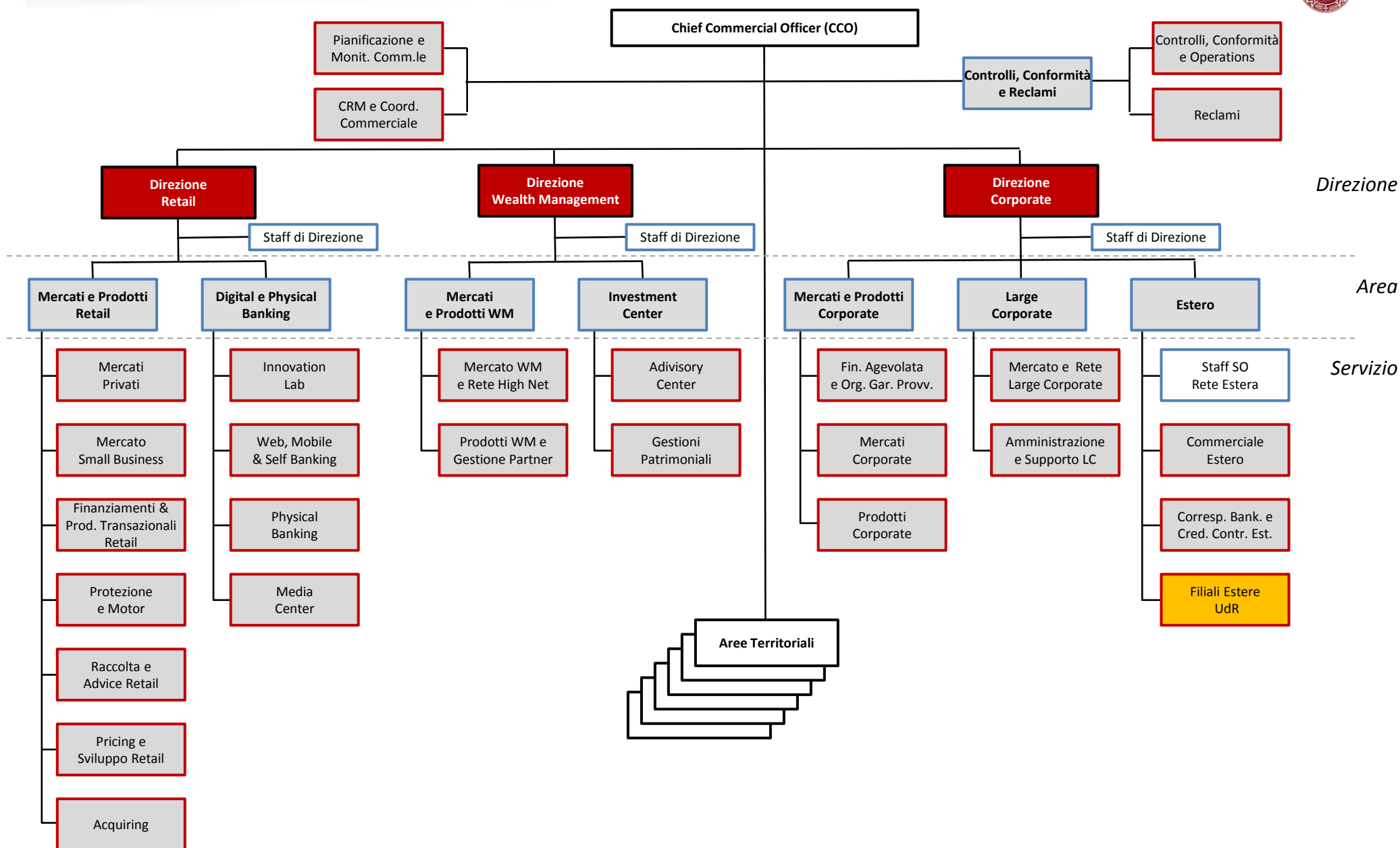
Razionale

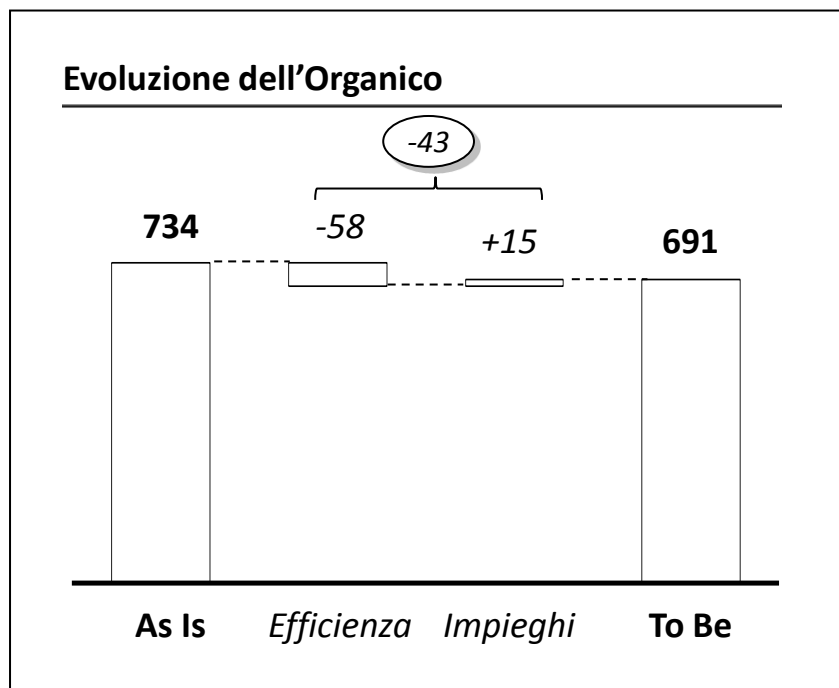
- 1 • **Semplificazione dell'assetto complessivo**, con riduzione del numero di unità organizzative e razionalizzazione delle filiere decisionali
- 2 • **Rafforzamento del presidio dei rischi**, con costituzione di un'Area dedicata (Area Controlli, Conformità e Reclami) a diretto riporto del CCO
- 3 • **Valorizzazione del Wealth Management**, con focus sul mercato a maggior valore (Private) e sui servizi a maggior ritorno commissionale (WM)
- 4 • **Ottimizzazione della Filiera Corporate**, con accorpamento delle strutture dedicate ai mercati PMI ed Enti (in precedenza inclusi nel perimetro della Direzione Retail & Rete) e Corporate Top
- 5 • **Focalizzazione su innovazione e semplificazione**, con la costituzione di un'Area «ad hoc» per lo sviluppo dei canali remoti e della digitalizzazione dei processi interni (piena sinergia con Widiba)

ORGANIGRAMMA «TO BE» CHIEF COMMERCIAL OFFICER - SINTESI



ORGANIGRAMMA «TO BE» CHIEF COMMERCIAL OFFICER - DETTAGLIO





Razionale

- **Razionalizzazione della struttura organizzativa**, con riduzione delle Unità Organizzative (da 117 a 96), garantendo comunque adeguata stabilità d'indirizzo strategico e operativo (es. eliminazione Staff di supporto delle Aree, riduzione dei settori, ...)
- **Sinergie operative**, attivate mediante l'accorpamento delle strutture (es. Marketing Strategici e Operativi) e l'ottimizzazione dei processi interni (es. Pianificazione e programmazione commerciale)
- + **Ampliamento del perimetro delle attività**, con potenziamento del presidio operativo in alcuni ambiti di rilievo significativo (es. sviluppo prodotti WM, ..)
- + **Attivazione di nuove unità organizzative**, con valenza strategica in ottica di innovazione e di valorizzazione del processo di digitalizzazione e di sinergia con Widiba (es. Innovation Lab)

IMPATTI SULLA MOBILITA' (1/2)



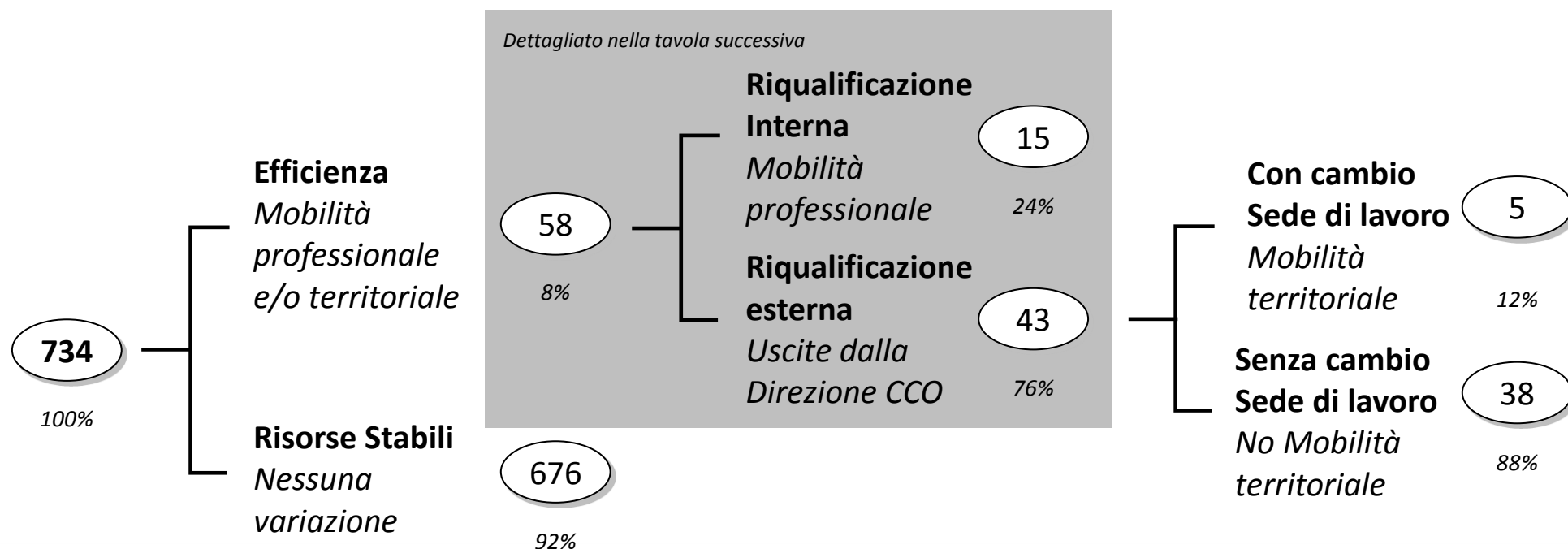
Organici AS IS

CHIEF	Organico al 31.10.16	Di cui AAPP	Di cui QD1-QD2	Di cui QD3-QD4	Di cui Dirigenti
DIREZIONE CHIEF COMMERCIAL OFFICER	734	317	147	220	50

Organici TO BE

CHIEF TO BE	Organico To Be	Efficienza Stimata
DIREZIONE CHIEF COMMERCIAL OFFICER	691	43

*Impatto gestionale relativo alle risorse appartenenti al CCO
(non esplicitata eventuale mobilità indiretta)*





Impatti sulla mobilità

Ripartizione per struttura di Area

