



GRUPPOMONTEPASCHI

Direzione Generale

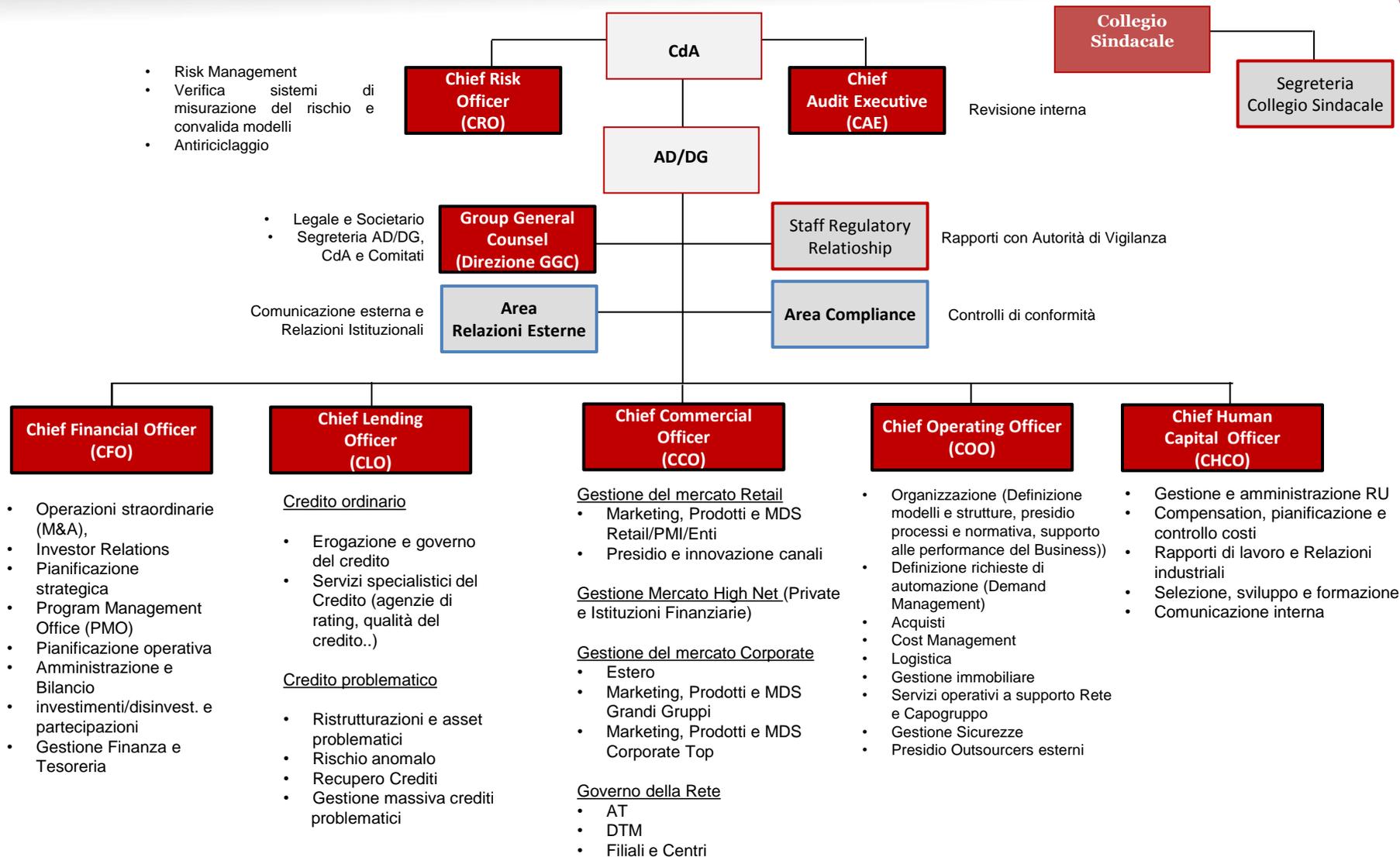
***Presentazione del nuovo assetto
organizzativo della Capogruppo***

Focus Direzione CCO

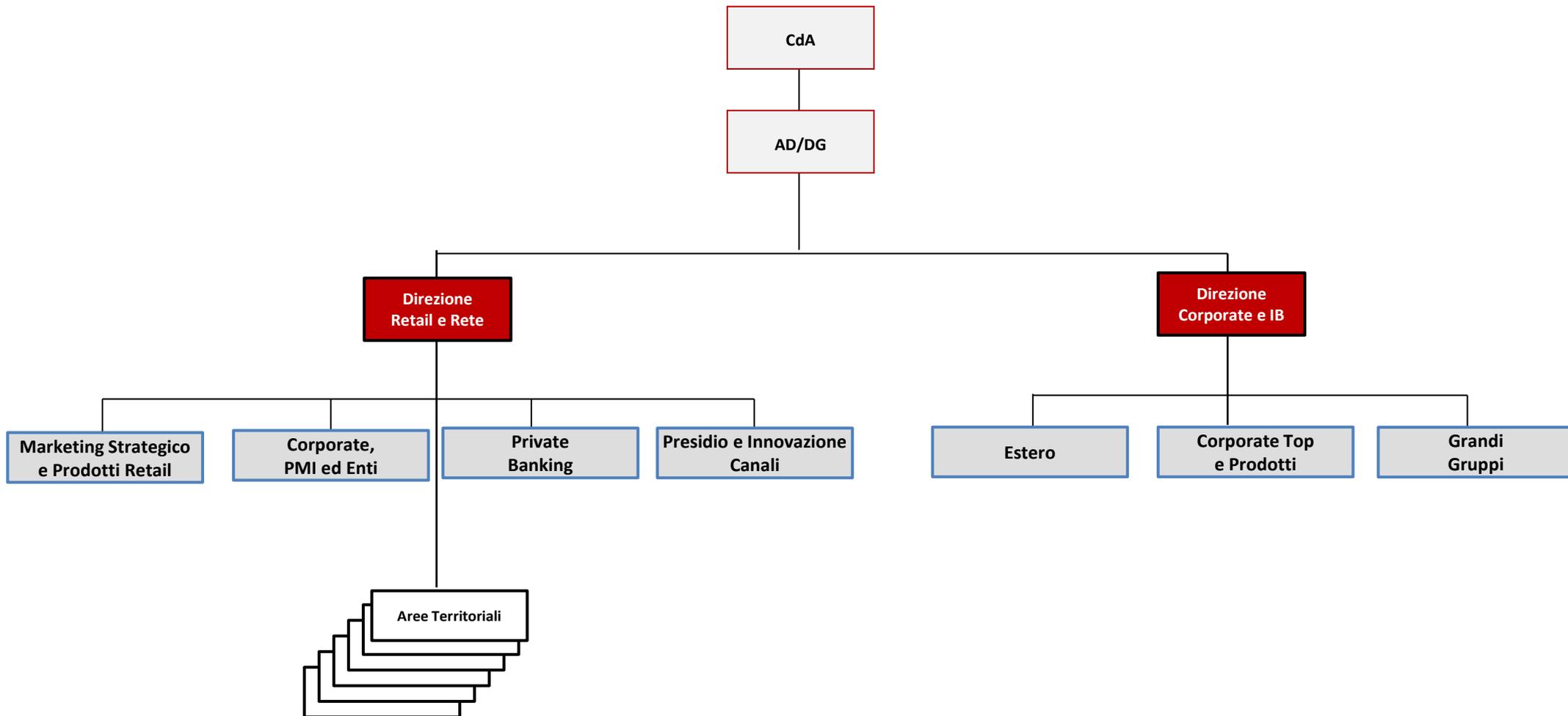
Incontro con le Organizzazioni Sindacali

Siena, 30 Novembre 2016

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



FOCUS DIREZIONI COMMERCIALI DEL MODELLO PRECEDENTE

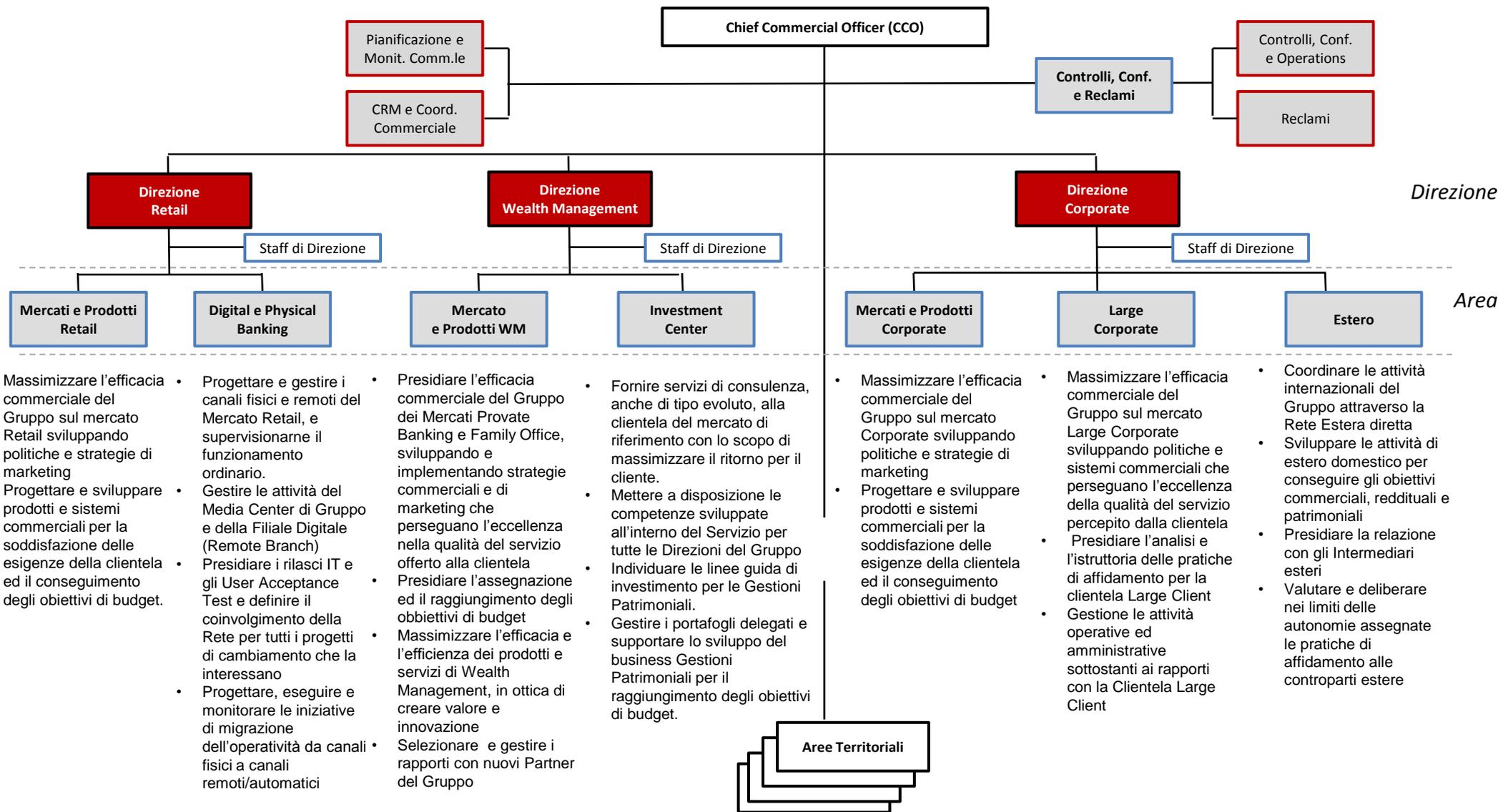




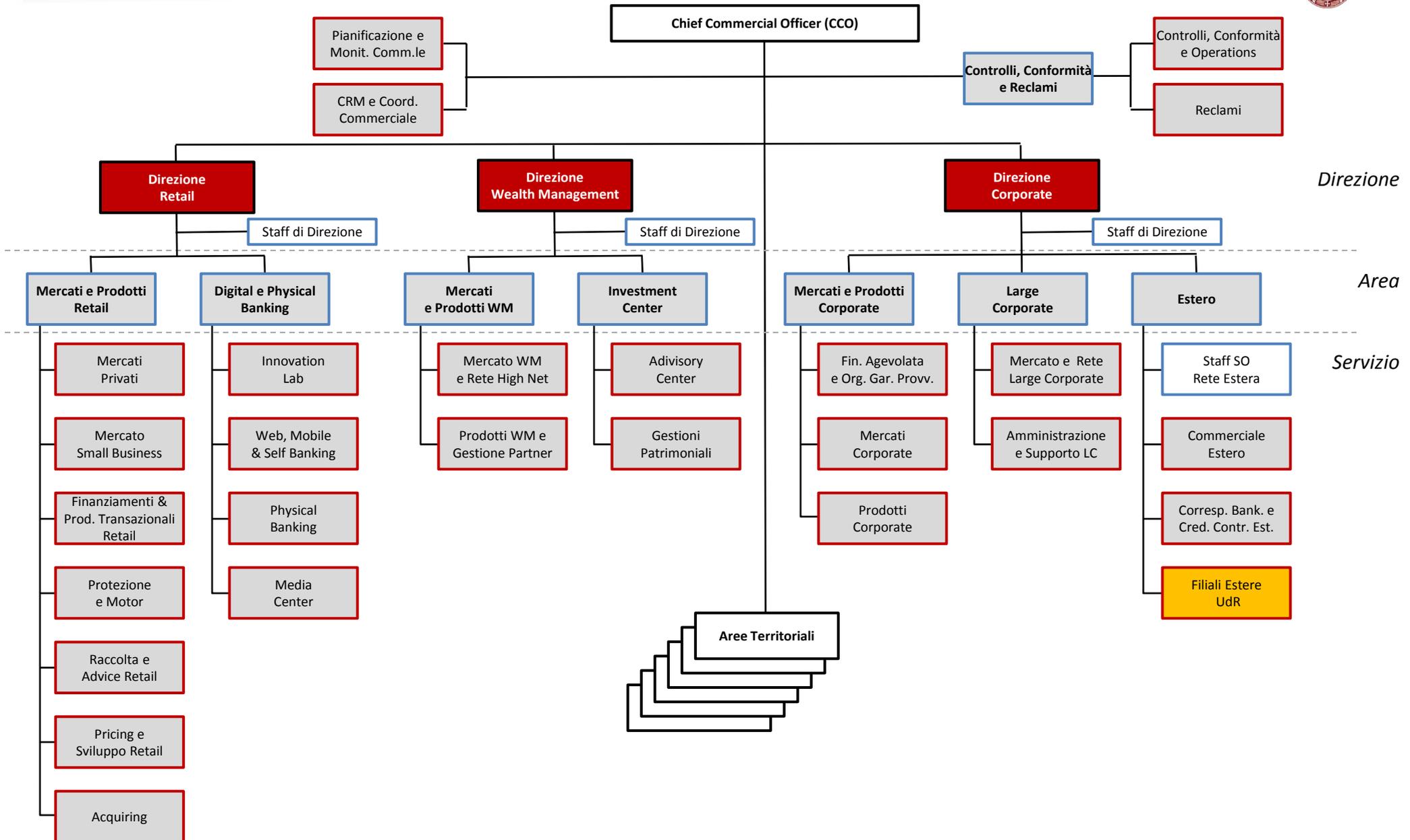
Razionale

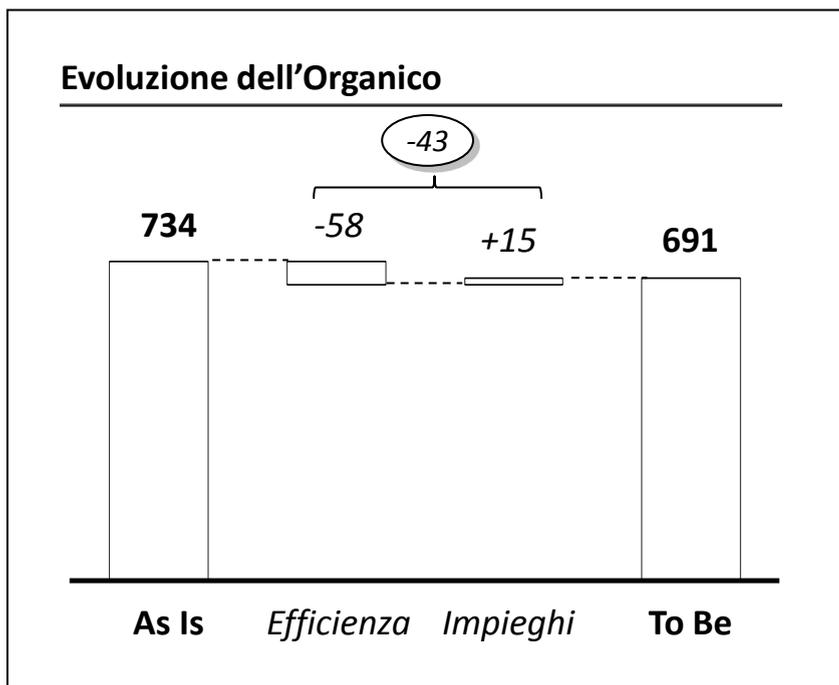
- 1 • **Semplificazione dell'assetto complessivo**, con riduzione del numero di unità organizzative e razionalizzazione delle filiere decisionali
- 2 • **Rafforzamento del presidio dei rischi**, con costituzione di un'Area dedicata (Area Controlli, Conformità e Reclami) a diretto riporto del CCO
- 3 • **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)



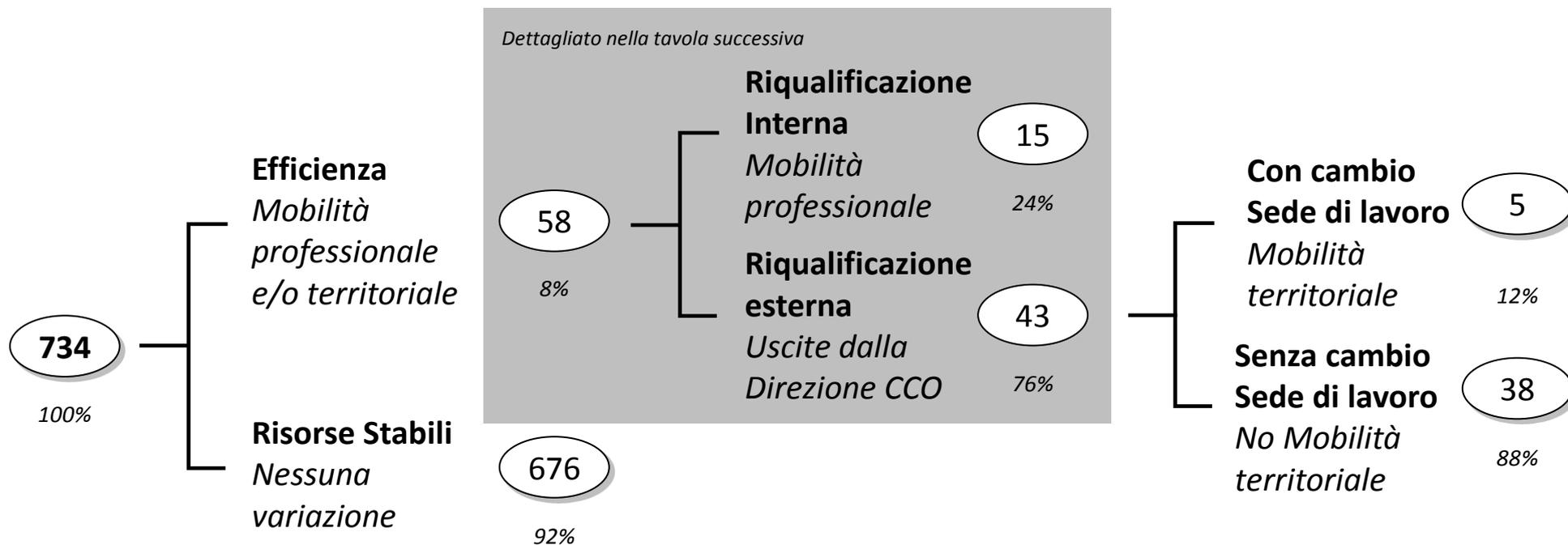
Organici AS IS

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

