

Verbale di Accordo

In Roma/Milano, 05 aprile 2011.

tra

Banca Fideuram S.p.A.

e

le Segreterie dell'Organo di Coordinamento Aziendale FIBA/CISL, SINFUB ed UIL C.A.

le Rappresentanze Sindacali Aziendali FABI ed UGL Credito

premessi che:

- sin dal 2008 Banca Fideuram, ha predisposto il Piano di Impresa a valenza triennale, che è stato presentato alle OO.SS.; nella circostanza sono stati illustrati diffusamente gli obiettivi di sviluppo da conseguire attraverso significativi interventi sull'organizzazione aziendale, nonché rilevanti investimenti nel proprio modello di business, nel quadro di una complessiva ottimizzazione dei costi da ottenere anche tramite efficientamenti di strutture e risorse per perseguire efficienza ed autofinanziare la crescita anche in presenza di un difficile ciclo economico;
- le principali iniziative si sono focalizzate sul rafforzamento del modello di servizio alla clientela, sia attraverso il decentramento e la riqualificazione dell'attività svolta dalla Rete Bancaria, sia con l'implementazione dei servizi a valore aggiunto, la specializzazione dei prodotti e l'evoluzione della consulenza;
- in particolare, si è operato in ottica di potenziare le capacità necessarie a migliorare l'efficacia del rapporto di relazione con il cliente interno/esterno, sviluppare l'approccio attivo e pianificato nella gestione delle azioni commerciali ed ottimizzare operatività e sinergia delle strutture centrali;
- in tale contesto la formazione del Personale - alla luce della rilevante importanza che le Parti attribuiscono a detto strumento ai fini della valorizzazione e della crescita delle risorse - è stata individuata quale fondamentale supporto ed elemento strategico in tutte le fasi di progressiva realizzazione dei progetti in discorso;
- a supporto del nuovo modello organizzativo ed al fine di favorire la gestione del processo di cambiamento, pertanto, sono stati realizzati e programmati significativi e costanti investimenti formativi al fine di favorire lo sviluppo professionale del Personale e sostenere l'evoluzione e la crescita delle competenze specialistiche e manageriali, secondo una logica di segmentazione delle esigenze e popolazioni di riferimento;
- l'art. 2 del D.M. 28/4/2000, n. 158 recante il "Regolamento relativo all'istituzione del Fondo di Solidarietà per il sostegno del reddito, dell'occupazione, e della riconversione e riqualificazione professionale del personale dipendente dalle imprese di credito" (di seguito Fondo di Solidarietà) prevede, tra le finalità del Fondo medesimo, anche l'attuazione di interventi nei confronti dei lavoratori delle Aziende che, nell'ambito e in connessione con processi di ristrutturazione o di riorganizzazione aziendale, agevolino il mutamento ed il rinnovamento delle professionalità;

BANCA FIDEURAM S.p.A.

FIBA CISL

SINFUB

UIL C.A.

FABI

UGL CREDITO

si conviene quanto segue

1. la premessa forma parte integrante e sostanziale del presente accordo;
2. è stato predisposto e realizzato un piano formativo articolato e pluriennale, sviluppato attraverso moduli e fasi successive a supporto di tutti i profili di cambiamento e per favorire ampliamento e diversificazione delle professionalità esistenti e sviluppo di una cultura comune sui valori distintivi dell'Azienda;
3. il piano citato - ritenuto dalle Parti idoneo a sostenere la riqualificazione del Personale – si è articolato nei seguenti principali filoni indirizzati ai differenti settori aziendali interessati:
 - a. L'offerta della banca e i nuovi approcci commerciali;
 - b. Ruolo del capo nel Gruppo Banca Fideuram
 - c. Il ruolo di operatore di sportello – orientamento al cliente e qualità del servizio

ed ha visto il coinvolgimento di n. 393 risorse (di cui 150 femmine e 243 maschi in 33 corsi per complessive 6914,5 ore di formazione.

Nell'allegato al presente verbale e quale parte integrante e sostanziale del medesimo sono allegate le schede di sintesi riportanti le singole iniziative del piano, con indicazione dei macro-obiettivi, dei destinatari e delle modalità di erogazione.

4. il piano è finanziato con ricorso al Fondo di Solidarietà, riferito, in particolare, alle prestazioni ordinarie di cui all'art. 5, 1° comma, lettera a), punto 1 del D.M. predetto, nonché degli appositi fondi nazionali e comunitari;
5. le Parti dichiarano in materia che i contenuti delle iniziative formative di cui trattasi sono funzionali alla realizzazione degli specifici obiettivi di mutamento e rinnovamento delle professionalità e di riqualificazione professionale resi necessari nell'ambito ed in connessione con il processo di riorganizzazione previsto dal piano di impresa e che il piano pluriennale di formazione e riqualificazione professionale riguarda, complessivamente, come detto, n.393 risorse (di cui 150 femmine e 243 maschi) coinvolte in corsi formativi per un totale di 6914,5 ore di formazione ed è stato attuato in collegamento con le fasi di realizzazione dei citati progetti evolutivi e riqualificativi aziendali.

BANCA FIDEURAM S.P.A.

FIBA CISL

SINFUB

UIL C.A.

FABI

UGL CREDITO

PIANO FORMATIVO OGGETTO DI RICHIESTA DI FINANZIAMENTO AL FONDO

In funzione di quanto precisato su scenario di riferimento, finalità del Piano Formativo e differenti settori aziendali interessati, l'articolazione degli interventi ha ricompreso le seguenti iniziative:

1. L'OFFERTA DELLA BANCA E I NUOVI APPROCCI COMMERCIALI

Il piano formativo coinvolge le risorse individuate sulla base delle indicazioni dei Piani di Sviluppo Professionale (Sistema Percorsi) e riguarda prevalentemente addetti a strutture aziendali che interfacciano, direttamente od indirettamente, la Rete dei Private Banker, ovvero gestiscono, a vari livelli, rapporti commerciali con la clientela.

Lo scopo è di ampliare le conoscenze, attraverso una panoramica aggiornata sull'offerta commerciale della Banca e sul nuovo sistema di consulenza per i Private Banker, per favorire l'adozione di una uniforme metodologia di gestione della relazione commerciale con il cliente e di presidio del mercato di riferimento.

Gli elementi di base dell'azione formativa sono:

- illustrazione della strategia commerciale della Banca
- approfondimenti sulle principali linee di prodotti della Banca
- presentazione del modello commerciale e delle metodologie utilizzate dalla rete dei Private Banker

OBIETTIVI GENERALI

Il piano formativo ha l'obiettivo di:

- Illustrare il nuovo modello d'offerta di BF e l'evoluzione dei prodotti;
- fornire una panoramica sugli strumenti di monitoraggio delle performance e sulle caratteristiche del mercato del risparmio gestito italiano;
- presentare le fasi del modello commerciale e analizzare le metodologie e soluzioni più evolute a disposizione dei PB che consentono di fornire soluzioni innovative agli investimenti dei Clienti BF.

RISULTATI ATTESI ALLA CONCLUSIONE DELL'INTERVENTO

Tramite le azioni formative i partecipanti hanno recepito nozioni che li mettono in condizione di:

- comprendere il posizionamento della banca nel contesto del mercato;
- conoscere le logiche commerciali e le strategie di comunicazione aziendali;
- acquisire consapevolezza sui principali strumenti a supporto della Rete di Private Banker.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO E BACINI TERRITORIALI DI RIFERIMENTO

L'azione formativa è stata erogata nell'ambito dei Piani di Sviluppo Professionale nei termini seguenti:

- 2009 – 65 risorse (38 uomini e 27 donne) per ore 990
- 2010 – 67 risorse (35 uomini e 32 donne) per ore 937.5

DESTINATARI DELL'INIZIATIVA

I corsi hanno riguardato **132** (73 uomini e 59 donne) risorse individuate sulla base delle indicazioni dei Piani di Sviluppo Professionale (Sistema Percorsi), per complessive **1.927,5** ore, secondo la suddivisione riportata in tabella:

2009

<i>STRUTTURA</i>	<i>Figura professionale</i>	<i>Partecipanti</i>	<i>M</i>	<i>F</i>
AUDIT	Specialisti ed addetti	22	15	7
FILIALI	Specialisti ed addetti	7	3	4
LEGALE	Specialisti ed addetti	5	1	4
MARKETING	Specialisti ed addetti	10	3	7
PERSONALE	Specialisti ed addetti	1	1	-
PIANIFICAZIONE	Specialisti ed addetti	5	4	1
RETE	Specialisti ed addetti	4	3	1
SISTEMI INFORMATIVI	Specialisti ed addetti	11	8	3
Totale		65	38	27

2010

<i>STRUTTURA</i>	<i>Figura professionale</i>	<i>Partecipanti</i>	<i>M</i>	<i>F</i>
AFFARI LEGALI E SOCIETARI	Specialisti ed addetti	1	-	1
AUDIT	Specialisti ed addetti	15	13	2
FILIALI	Specialisti ed addetti	9	5	4
MARKETING	Specialisti ed addetti	11	7	4
PERSONALE	Specialisti ed addetti	4	-	4
PIANIFICAZIONE	Specialisti ed addetti	6	2	4
RETE	Specialisti ed addetti	2	1	1
RETE BANCARIA	Specialisti ed addetti	1	-	1
RISCHI AZIENDALI	Specialisti ed addetti	3	2	1
SISTEMI INFORMATIVI	Specialisti ed addetti	15	5	10
Totale		67	35	32

ARTICOLAZIONE, DURATA, MODALITA' DI EROGAZIONE E CONTENUTI

Il piano formativo si è articolato nel 2009 su 5 edizioni e nel 2010 su 5 edizioni di 2 gg. di aula ciascuna (15 ore) più 1 di 1.5 gg dedicata a personale part-time ed è stato erogato, con docenza interna, nel periodo giugno 2009 – novembre 2010, con la seguente metodologia:

- lezione
- esercitazioni pratiche individuali, di gruppo e in plenaria
- discussione in plenaria dei lavori in sottogruppo
- video

I contenuti del piano hanno riguardato:

- strategia commerciale e contesto di riferimento
- Il settore fondi
- L'offerta finanziaria assicurativa
- Il servizio di gestione patrimoniale
- La strategia di comunicazione
- I supporti commerciali
- Il metodo SEI
- La piattaforma a supporto del metodo.

2. IL RUOLO DEL CAPO NEL GRUPPO BANCA FIDEURAM

Il piano formativo è destinato ai Responsabili di Unità Organizzativa ed è finalizzato a sviluppare un'approfondita riflessione sul cambiamento nel settore bancario e ad accrescere la consapevolezza dei relativi impatti sulle modalità di gestione delle risorse e dei processi da parte delle figure manageriali.

Gli elementi di base dell'azione formativa sono:

- rilettura del ruolo in una logica di adozione di uno stile manageriale orientato al cliente interno ed esterno ed alla qualità del servizio.
- sensibilizzazione sull'importanza del capo come gestore dei processi operativi e del loro miglioramento continuo.

- approfondimento dei temi della motivazione e valorizzazione dei collaboratori al fine di raggiungere gli obiettivi organizzativi.
- confronto diretto con il management di Rete

OBIETTIVI GENERALI

Il piano formativo ha l'obiettivo di:

- sviluppare consapevolezza di ruolo, contestualizzandone l'importanza ai forti cambiamenti dello scenario esterno.
- analizzare i processi lavorativi aziendali "critici" nell'ambito della propria Unità per migliorare concretamente l'operatività quotidiana.
- potenziare le competenze manageriali inerenti i temi della motivazione e valorizzazione dei collaboratori e della qualità del servizio al cliente interno/esterno.

RISULTATI ATTESI ALLA CONCLUSIONE DELL'INTERVENTO

Tramite le azioni formative i partecipanti saranno in grado di:

- comprendere efficacemente l'evoluzione del settore bancario
- orientare il proprio stile manageriale verso comportamenti improntati allo sviluppo ed alla valorizzazione delle risorse
- analizzare le aree di miglioramento dei processi operativi di propria competenza ed individuare ed apportare, con il supporto di appositi strumenti, i necessari interventi correttivi.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO E BACINI TERRITORIALI DI RIFERIMENTO

L'azione formativa si è rivolta ai Responsabili di Unità Organizzativa delle Sedi di Roma e Milano e delle Filiali sul territorio nazionale.

DESTINATARI DELL'INIZIATIVA

Responsabili di Unità Organizzativa formalizzati in organigramma di Banca Fideuram, così suddivisi:

- 2009 - 39 risorse (33 uomini e 6 donne) per ore 1.042
- 2010 - 28 risorse (25 uomini e 3 donne) per ore 1.035

Totale partecipanti **67** (58 uomini e 9 donne) per complessive ore **2.077** di formazione erogata.

ARTICOLAZIONE, DURATA, MODALITA' DI EROGAZIONE:E CONTENUTI

Il piano formativo si è articolato su 5 edizioni nel 2009 e 2 edizioni nel 2010 di 4 gg. di aula (30 ore) articolati su due moduli di 2 giornate ciascuno. Nell'ambito del piano, in considerazione delle specificità dei partecipanti, è stato attuato 1 giorno di follow-up per Direttori e Vicari di Filiale ed un modulo preliminare di 2 gg. per i neo-Responsabili di Struttura. L'intero piano è stato erogato, con docenza esterna, nel periodo settembre 2009-settembre 2010, con la seguente metodologia:

- lezione
- esercitazioni pratiche individuali, di gruppo e in plenaria
- role playing
- discussione in plenaria dei lavori in sottogruppo
- video
- interventi Management di Rete

I contenuti del Piano hanno riguardato:

Primo Modulo

- Il cambiamento del business e delle organizzazioni nel settore bancario
- Modalità e degli strumenti di comunicazione del cambiamento ai propri collaboratori
- Qualità del servizio e orientamento al cliente interno/esterno
- Lavoro e organizzazione per processi

- Fasi, attività, strumenti e ruoli di gestione di un progetto di miglioramento.

Secondo Modulo

- Analisi dei processi di lavoro (criticità -obiettivi di miglioramento-proposte d'intervento)
- Competenze di leadership e stili di leadership individuali
- La leadership come processo
- La motivazione dei collaboratori - Coaching e Team Coaching
- Tecniche e strumenti di motivazione

3. IL RUOLO DI OPERATORE DI SPORTELLI - ORIENTAMENTO AL CLIENTE E QUALITÀ DEL SERVIZIO

Il piano formativo è stato erogato al personale operante nelle Filiali e negli Sportelli di Banca Fideuram sul territorio nazionale e finalizzato a potenziare le capacità di relazione ed interazione con il cliente interno (Private Banker) ed esterno e la qualità del servizio offerto ai medesimi.

Gli elementi di base dell'azione formativa sono:

- potenziamento dell'identità di ruolo
- sviluppo di strategie comunicative efficaci
- approfondimenti sulle tecniche di relazione con il cliente
- coinvolgimento del management di Rete attraverso testimonianze dirette sulla relazione PB/OS

OBIETTIVI GENERALI

Il piano formativo si è posto l'obiettivo di:

- rafforzare la consapevolezza degli operatori di sportello sull'importanza del proprio ruolo nel processo di sviluppo della Banca;
- sviluppare le capacità di relazione e comunicazione con il cliente interno (PB) ed il cliente finale;
- favorire comportamenti efficaci al fine di promuovere l'immagine della Banca e la fidelizzazione del cliente.

RISULTATI ATTESI ALLA CONCLUSIONE DELL'INTERVENTO

Tramite le azioni formative i partecipanti saranno in grado di:

- interpretare il ruolo di OS con crescente consapevolezza sul contributo del medesimo al business della Banca;
- potenziare le capacità di comunicazione e interazione con il cliente (interno e esterno) instaurando relazioni positive;
- rafforzare l'immagine positiva della Banca verso il cliente esterno contribuendo a consolidarne e fidelizzarne la relazione nel tempo.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO E BACINI TERRITORIALI DI RIFERIMENTO

Il Piano ha coinvolto le risorse di front-line (operatori di sportello) di tutte le 7 Filiali ed i 90 Sportelli di Banca Fideuram sul territorio nazionale, con corsi erogati a Milano e Roma.

DESTINATARI DELL'INIZIATIVA

Operatori di sportello provenienti da Filiali e Sportelli di Banca Fideuram sul territorio nazionale, così suddivisi:

2009 – 121 risorse (72 uomini e 49 donne) per ore 1.815

2010 – 73 risorse (40 uomini e 33 donne) per ore 1.095

Totale partecipanti **194** (112 uomini e 82 donne) per complessive **ore 2.910** di formazione erogata.

ARTICOLAZIONE, DURATA, MODALITA' DI EROGAZIONE E CONTENUTI

Il piano formativo si è articolato su 10 edizioni nel 2009 e 6 nel 2010 di 2 gg. di aula ciascuna (15 ore) con docenza esterna, ed è stato erogato nel periodo settembre 2009 – marzo 2010, con la seguente metodologia:

- lezione
- esercitazioni pratiche individuali, di gruppo e in plenaria
- role playing
- discussione in plenaria di lavori in sottogruppo
- video
- interventi Management di Rete

I contenuti del Piano hanno riguardato:

- Lo scenario attuale di riferimento
- Il contesto esterno
- Il posizionamento di Banca Fideuram
- Analisi del ruolo dell'Operatore di Sportello
- Aspettative della Banca
- Aspettative del cliente interno/esterno
- I principali fattori di successo nella relazione
- I comportamenti organizzativi di risultato (qualità del servizio, problem solving, accuratezza informazioni fornite/competenze possedute)
- I comportamenti organizzativi di relazione (comunicazione efficace, immagine e linguaggio del corpo, empatia, proattività e gestione conflitti)