



**BANCA PROSSIMA**  
PER LE IMPRESE SOCIALI E LE COMUNITA'

# **Banca Prossima 2.0 – Polo Specialistico dell'economia Sociale**

*Incontro con le OO.SS.*



**BANCA PROSSIMA**  
PER LE IMPRESE SOCIALI E LE COMUNITA'

Milano, 9 Ottobre 2014

# Agenda

---

- **Contesto di riferimento**

- Organici Banca Prossima

# Contesto di riferimento (1/9)

## Obiettivi operazione societaria

---

Il Piano di Impresa del Gruppo Intesa Sanpaolo attribuisce forte rilievo al ruolo di Banca Prossima come **interlocutore dello stakeholder Economia Sociale**.

Il CdG di Intesa Sanpaolo, con delibera del **24 giugno 2014**, ha avviato il **Progetto di conferimento a Banca Prossima dei rami di azienda** costituiti dall'insieme organizzato di beni e rapporti giuridici funzionali all'esercizio dell'attività legata al business nonprofit di Intesa Sanpaolo S.p.A. e Banco di Napoli S.p.A..

**Obiettivo del progetto** è la creazione nel Gruppo Intesa Sanpaolo di un polo specialistico per il nonprofit che permetterà a Banca Prossima di conseguire i seguenti risultati:

- Essere un riferimento esclusivo del segmento in termini di:
  - **Modello di servizio** (unico in Europa)
  - **Innovazione e specializzazione delle competenze**
  - **Sostegno alla crescita e agli investimenti strategici**
- Essere capace di **aumentare l'accesso al credito** migliorando costantemente il **modello di valutazione**

## Contesto di riferimento (2/9)

### Obiettivi operazione societaria

---

- **Presidiare più capillarmente il territorio** con portafogli saturi e sostenibili accelerando i tempi necessari allo sviluppo di nuova clientela;
- **Migliorare la redditività** media dei clienti **recuperando proattività** verso la clientela acquisita con prodotti e servizi dedicati;
- **Valorizzare e consolidare i prodotti e servizi distintivi** dell'offerta della banca come Terzo Valore e le obbligazioni sociali ampliando rapidamente la clientela target;
- Raggiungere **economie di scala** grazie all'effetto sinergie che impattano prevalentemente su costi operativi e costo del personale (minor impegno di risorse per sostenere lo sviluppo).
- Accompagnare la crescita del nonprofit, oggi al centro dell'**agenda economica** e dell'**iniziativa politica**

## Contesto di riferimento (3/9)

### Banca Prossima: la missione

---

**Banca Prossima** è l'unica banca europea dedicata esclusivamente al nonprofit, settore che coinvolge

- 32 milioni di cittadini serviti,
- 4,8 milioni di volontari
- 1 milione di lavoratori
- 300.000 organizzazioni
- 64 miliardi di entrate
- forte impatto sul PIL del Paese.

Il mondo a cui Banca Prossima si rivolge è fatto di Cooperative sociali, Associazioni, Fondazioni, Opere delle Chiese.

L'obiettivo statutario è quello di creare valore sociale.

Banca Prossima è *una lowprofit ad alta efficacia sociale*: e proprio per questo lo Statuto le impedisce di effettuare qualunque intervento a fondo perduto.

Nel 2011 tre anni dopo la sua nascita, sono entrate nel capitale di Banca Prossima le maggiori Fondazioni azioniste del Gruppo: Compagnia di San Paolo, Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo e Fondazione Cariplo.

## Contesto di riferimento (4/9)

### Banca Prossima: dati principali

---

#### **30.000 clienti**

oltre 78.000 Organizzazioni clienti a livello di Gruppo Intesa Sanpaolo (leader nel settore nonprofit)

#### **7 miliardi di euro di masse intermedie**

- 5 miliardi di raccolta
- 2 miliardi di credito accordato.

**% di sofferenze e incagli pari all'1,6%.**

**Presenza su tutto il territorio Nazionale** con oltre il 20% dei prestiti concessi a sud di Roma:

## Contesto di riferimento (5/9)

### Dettaglio operazioni societarie

---

Dal punto di vista societario, il Progetto prevede che, l'esecuzione delle seguenti operazioni, avvenga – previo rilascio delle autorizzazioni da parte degli Organi competenti – **entro novembre 2014**, in modo contestuale anche se in momenti temporalmente distinti:

- conferimento a Banca Prossima del ramo di azienda costituito dall'insieme organizzato di beni e rapporti giuridici funzionali all'esercizio dell'attività legata al business nonprofit di Intesa Sanpaolo S.p.A.;
- conferimento a Banca Prossima del ramo di azienda costituito dall'insieme organizzato di beni e rapporti giuridici funzionali all'esercizio dell'attività legata al business nonprofit di Banco di Napoli S.p.A.;
- acquisizione da parte di Intesa Sanpaolo della quota che Banco di Napoli verrà a detenere in Banca Prossima a seguito del conferimento.

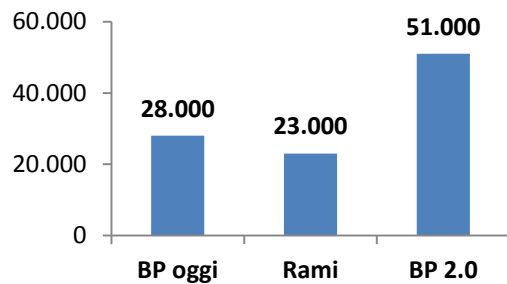
**L'attività di migrazione riguarda**, al momento, il perimetro delle banche

- Intesa Sanpaolo: **17.000 clienti** e circa **130 risorse**;
- Banco di Napoli: **6.000 clienti** e circa **30 risorse**.

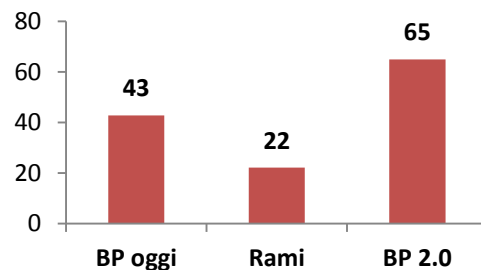
# Contesto di riferimento (6/9)

## Il perimetro di migrazione

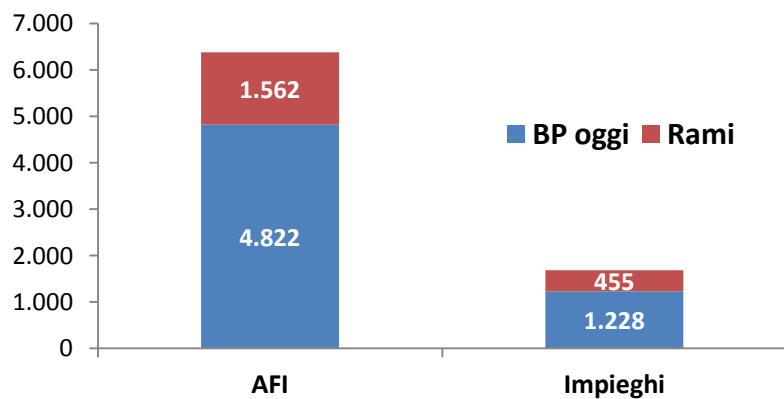
Clienti



Mint lordo (mln)



Masse intermedie



Intesa Sanpaolo  
Banco Napoli



# Contesto di riferimento (7/9)

## Articolazione territoriale

CAMPANIA CALABRIA BASILICATA PUGLIA SICILIA			MILANO E PROVINCIA		
NAPOLI E PROVINCIA			MILANO CITTA'		
P.COMM.NAPOLI	VIA TOLEDO 183		P.COMM.MELEGNANO (DIST. MILANO- CENTR.)	PIAZZA PAOLO FERRARI 10 MILANO	
PUGLIA			MILANO PROVINCIA		
P.COMM.LEGGE	PIAZZA MAZZINI, 39		P.COMM.SANGIULIANOM (SE)	VIA ROMA 3	
P.COMM.ROGGIA	PIAZZA PUGLIA ANG. VIA BARI, 62		P.COMM.MONZA	VIA UGO FOSCOLO 3	
P.COMM.BARI (P.COMM.AREA PUGLIA)	VIA ABATE GEMMA, 101		PIEMONTE E VALLE D'AOSTA LIGURIA		
P.COMM.TARANTO	VIA DANTE 216		LIGURIA PIEMONTE SUD OVEST		
P.COMM.ANDRIA	VIA DE GASPERI 5N		P.COMM.ASTI	Corso Dante Alighieri, 6	nuova apertura
P.COMM.BRINCESI	Via Rubin, 12	nuova apertura	P.COMM.CUNEO	CORSO GIOLITTI 1	
SICILIA			P.COMM.ALESSANDRIA	PIAZZA DELLA LIBERTA' 40	
P.COMM.TRAPANI	PIAZZA GARIBOLDI 38		P.COMM.IMPERIA	Piazza Marconi, 3	nuova apertura
P.COMM.CATANIA	PIAZZA TRENTINO 1		P.COMM.GENOVA (AR. SA LIGURIA)	VIA FIESCHI, 4	
P.COMM.ENNA	Piazza VI Dicembre anc	nuova apertura	P.COMM.SAVONA	Via Paleocapa, 134 R.	nuova apertura
P.COMM.AGRIGENTO	VIA DANTE 7/9		P.COMM.LASPEZIA	Viale Italia, 188	nuova apertura
P.COMM.PALERMO (P.COMM.AREA SICILIA)	VIA ROMA, 405		TORINO E PROVINCIA		
P.COMM.SIRACUSA	VIA SAVOIA 38		P.COMM.TORINO (P.COMM.AREA TO E PROV.)	VIA SAN FRANCESCO 12 P	
P.COMM.MESSINA	VIALE SAN MARTINO 2		VALLE D'AOSTA E PIEMONTE NORD EST		
CALABRIA LUCANIA			P.COMM.NOVARA (PIEM NOR)	CORSO RISORGIMENTO 44	
P.COMM.POTENZA	CORSO XVIII AGOSTO, 99	nuova apertura	P.COMM.OMBRIA	Piazza Don Bettrami, 2	nuova apertura
P.COMM.CATANZARO	PIAZZA GRIMALDI SIN. CSO MAZZI		P.COMM.AOSTA	Piazza E. Chenux, 38	nuova apertura
P.COMM.CROTONE	Piazza Rtagora, 6/9	nuova apertura	P.COMM.VERCELLI	VIA GARIBOLDI 12	
P.COMM.MATERA	Piazza Vitt. Veneto, 51	nuova apertura	P.COMM.BIELLA	Via Lamarmora, 7/a	nuova apertura
P.COMM.VIBO VALENTIA	Via J.F. Kennedy, 39	nuova apertura			
P.COMM.REGGIO C.	VIA MIRAGLIA 12				
P.COMM.COSENZA	CORSO MAZZINI, 59				
CAMPANIA					
P.COMM.BENEVENTO	Corso Garibaldi, 112	nuova apertura			
P.COMM.SALERNO	LUNGOMARE COLOMBO, 1				
P.COMM.CASERTA	P. GENERALE ARMANDI ANG. VIA BATTISTI				
P.COMM.AVELLINO	VIA DE SANCTIS S.N.A. 2 PRINC				

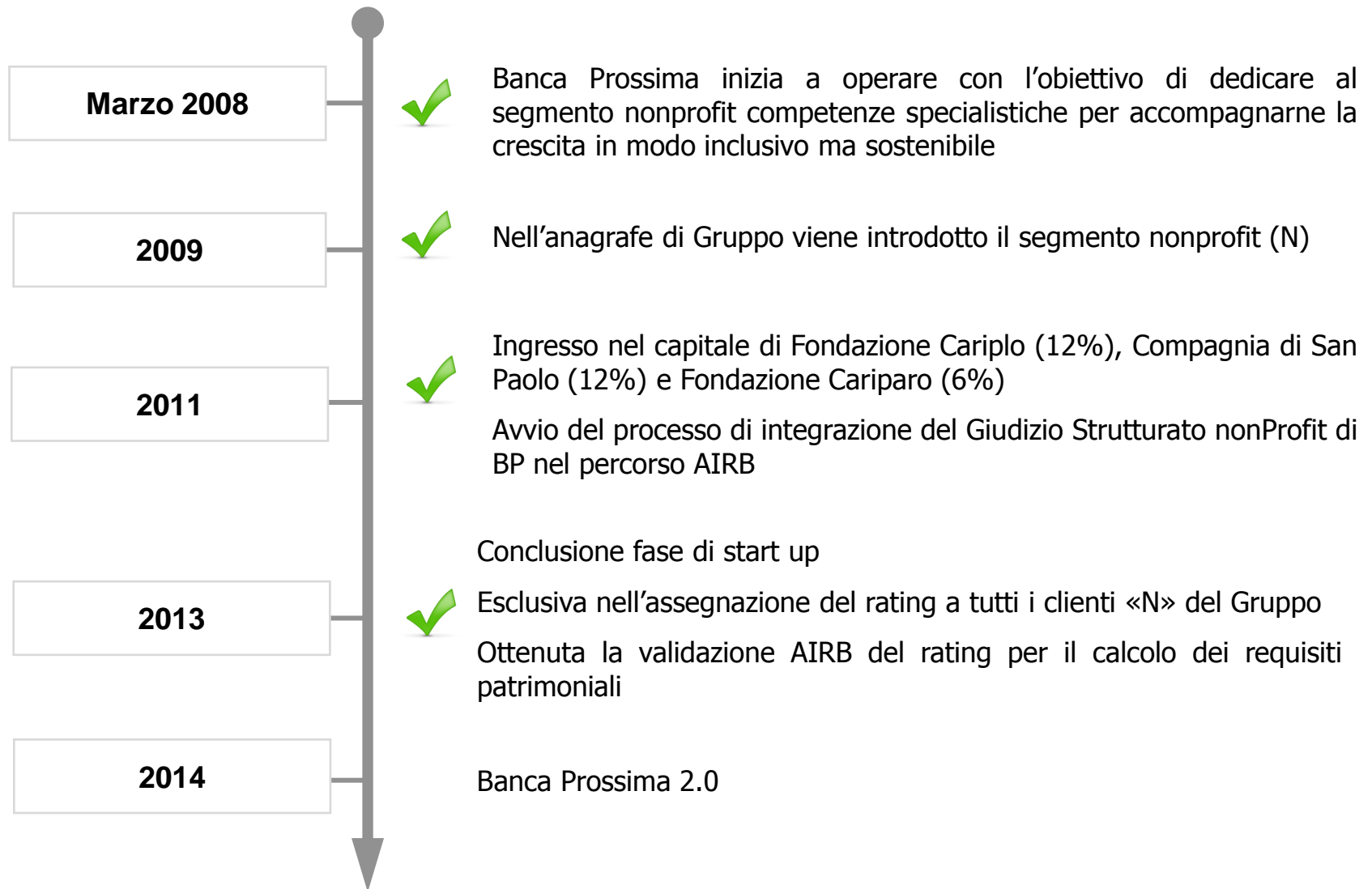
# Contesto di riferimento (8/9)

## Articolazione territoriale

EMILIA ROMAGNA MARCHE ABRUZZO MOLISE			TOSCANA LAZIO UMBRIA SARDEGNA		
ADRIATICO			CENTRO (LAZIO UMBRIA)		
P.COMM.PESARO	VIA GAGARIN 216		P.COMM.ROMA	PIAZZA LIBERTA' 13	
P.COMM.PESCARA	VIA MARCONI 60		P.COMM.ROMA(IST.AURELIA)	PIAZZALE GREGORIO VII 10	
P.COMM.RAVENNA	VIA MONTEBELLO 57 59		P.COMM.FROSINONE	Via A. Moro, 131	nuova apertura
P.COMM.SANBENEDETTODELTRONTO	VIA TURATI 46		P.COMM.LATINA	Via Iginio Ariosto Terracina	nuova apertura
BOLOGNA			P.COMM.PERUGIA	VIA XX SETTEMBRE,70	
P.COMM.BOLOGNA	PIAZZA CAVOUR 4		FIRENZE		
FORLÌ E ROMAGNA			P.COMM.PISA	CORSO ITALIA,131	
P.COMM.FORLÌ	VIA FLAVIO BIONDO 6		P.COMM.FIRENZE	VIA BULFANI 6	
P.COMM.RIMINI	VIA GUERRAZZI 7		SARDEGNA		
PARMA			P.COMM.SASSARI	PIAZZA D'ITALIA 19	
P.COMM.PIACENZA	LARGO MATTEOTTI 4 /6		P.COMM.CAGLIARI	VIA GI.MANGIOLI 61	
LOMBARDIA			VENETO FRIULI V.G. TRENTINO A.A.		
LOMBARDIA NORD			VENETO NORD OVEST		
P.COMM.BERGAMO (P.COMM.AREA LOMB N E)	PIAZZA MATTEOTTI 29		P.COMM.VERONA	CORSO DI PORTA RALIO 10	
P.COMM.LECCE	PIAZZA MAZZINI 18		P.COMM.VICENZA	CORSO PALLADIO, 108	
P.COMM.SONDRIO	Via Ricci, 4	nuova apertura	FRIULI VENEZIA GIULIA		
LOMBARDIA OVEST			P.COMM.TRIESTE	VIA CARLUCCI 3	
P.COMM.COMO (P.COMM.AREA LARIANO)	VIA RUBINI, 6		P.COMM.UDINE	VIA DEL MONTE 1	
P.COMM.VARESE	VIALE MILANO, 16		P.COMM.UDINE(ISTORDENOVE)	VIA GIUSEPPE MAZZINI 12	
LOMBARDIA SUD			TRENTO E BOLZANO		
P.COMM.MANTOVA	CORSO LIBERTA' 10 12		P.COMM.TRENTO	VIA SEGANTINI SN	
P.COMM.CREMONA	PIAZZA STRACINARI, 1		VENETO SUD EST		
P.COMM.BRESCIA	VIA MORETTO,38 B		P.COMM.VENEZIA(P.COMM.AREA VENEZIA)	PIAZZETTA MATTEI 2	
P.COMM.PAVIA	VIALE CESARE BATTISTI 18		P.COMM.VENEZIA	SESTIERE SANITA' CROCE 491	
			P.COMM.PADOVA	VIA DEL MONTE DI PIETA', 10	
			P.COMM.ROVERETO	VIA MAZZINI 9/13	
			P.COMM.PADOVA(IST.VIATRIESTE)	VIA TRIESTE, 57	
			P.COMM.TREVISO	VIALE VITTORIO VENETO, 5	

# Contesto di riferimento (9/9)

## Un percorso coerente



# Agenda

---

- Contesto di riferimento

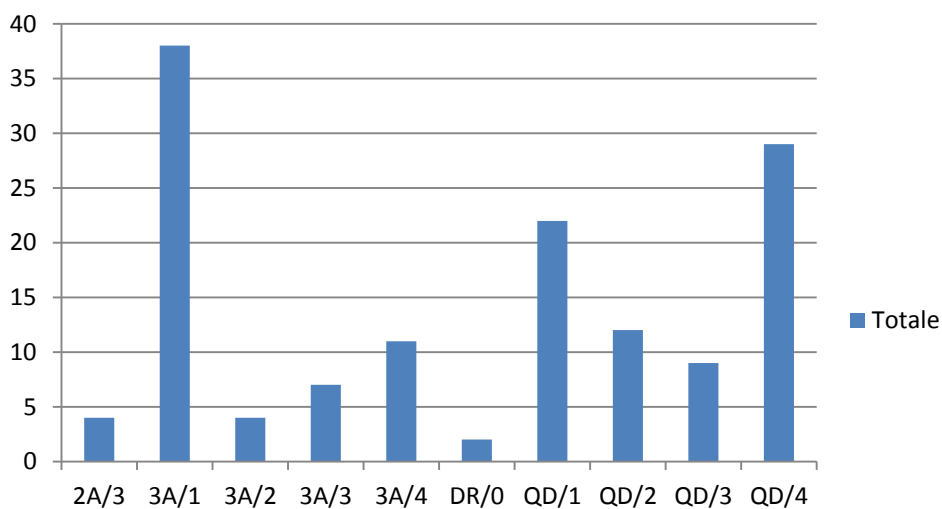
- **Organico Banca Prossima**

# Organico Banca Prossima

## Ripartizione per Inquadramento

Dati a settembre 2014

Inquadramento	Risorse BP
2A/3	4
3A/1	38
3A/2	4
3A/3	7
3A/4	11
DR/0	2
QD/1	22
QD/2	12
QD/3	9
QD/4	29
<b>Totale</b>	<b>138</b>

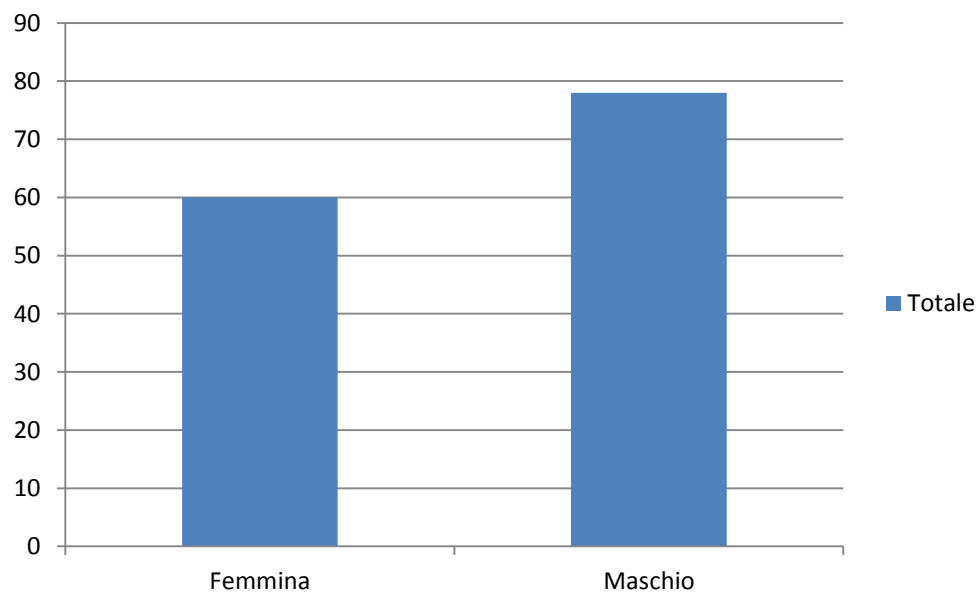


# Organico Banca Prossima

## Ripartizione per Genere

Dati a settembre 2014

Genere	Risorse BP
Femmina	60
Maschio	78
<b>Totale</b>	<b>138</b>

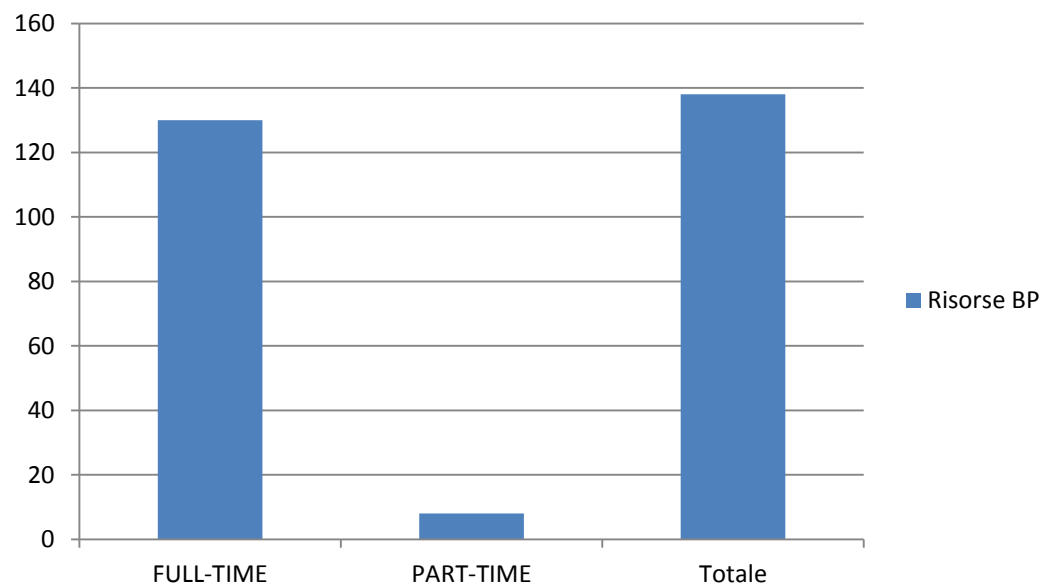


# Organico Banca Prossima

## Focus risorse Part Time

Dati a settembre 2014

Tipo rapporto di lavoro	Risorse BP
FULL-TIME	130
PART-TIME	8
<b>Totale</b>	<b>138</b>



# Organici ante operazioni societarie

## Le risorse di Banca Prossima – Focus Distacchi IN

Dati a settembre 2014

Banca di provenienza	Num. Risorse
Banca dell'Adriatico	3
Banca di Credito Sardo	3
Banca di Trento e Bolzano	2
Banco di Napoli	20
Carisbo	4
CR Firenze	4
CR Friuli Venezia Giulia	3
CR Umbria	3
CR Veneto	4
CR Venezia	7
IGS	2
Intesa Sanpaolo	108
<b>Totale</b>	<b>163</b>

Banca di provenienza	Inquadramento									Totale complessivo
	3A/1	3A/2	3A/3	3A/4	DR/0	QD/1	QD/2	QD/3	QD/4	
Banca dell'Adriatico				1			1		1	3
Banca di Credito Sardo		1		1					1	3
Banca di Trento e Bolzano						1	1			2
Banco di Napoli	1	1	1	3		5	7	2		20
Carisbo						1	2		1	4
CR Firenze		1	1	1			1			4
CR Friuli Venezia Giulia							1	1	1	3
CR Umbria						1			2	3
CR Veneto				2			1	1		4
CR Venezia				2		2	2		1	7
IGS	1			1						2
Intesa Sanpaolo	4	7	9	19	2	28	7	9	23	108
<b>Totale</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>30</b>	<b>2</b>	<b>38</b>	<b>23</b>	<b>13</b>	<b>30</b>	<b>163</b>



# Organici ante operazioni societarie

## Le risorse di Banca Prossima – Focus Distacchi IN

Dati a settembre 2014

Banca di provenienza	Femmina	Maschio	Totale complessivo
Banca dell'Adriatico		3	3
Banca di Credito Sardo	1	2	3
Banca di Trento e Bolzano		2	2
Banco di Napoli	9	11	20
Carisbo	1	3	4
CR Firenze	1	3	4
CR Friuli Venezia Giulia	2	1	3
CR Umbria		3	3
CR Veneto	2	2	4
CR Venezia	2	5	7
IGS	1	1	2
Intesa Sanpaolo	55	53	108
<b>Totale complessivo</b>	<b>74</b>	<b>89</b>	<b>163</b>

Banca di provenienza	FULL-TIME	PART-TIME	Totale complessivo
Banca dell'Adriatico	3		3
Banca di Credito Sardo	3		3
Banca di Trento e Bolzano	2		2
Banco di Napoli	19	1	20
Carisbo	4		4
CR Firenze	3	1	4
CR Friuli Venezia Giulia	3		3
CR Umbria	3		3
CR Veneto	4		4
CR Venezia	7		7
IGS	2		2
Intesa Sanpaolo	93	15	108
<b>Totale complessivo</b>	<b>146</b>	<b>17</b>	<b>163</b>

# Organici

## Le risorse di Banca Prossima – Focus colloqui

---

RISORSE COLLOQUIATE	
Regioni	Colloqui effettuati
Basilicata	10
Calabria	24
Campania	132
Lazio	71
Liguria	33
Lombardia	336
Piemonte	232
Puglia	89
Sicilia	68
Valle D'Aosta	5
<b>Totale complessivo</b>	<b>1.000</b>

ESITO POSITIVO COLLOQUI AGGIORNAMENTO AL 7/10/2014	
Regioni	Totale
Basilicata	2
Calabria	3
Campania	15
Lazio	10
Liguria	9
Lombardia	57
Piemonte	27
Puglia	7
Sicilia	8
Valle D'Aosta	
<b>Totale complessivo</b>	<b>138</b>

# Accoglienza dei nuovi colleghi e loro formazione

Inserimento progressivo dei nuovi colleghi all'interno dell'unità di progetto

*Percorso formativo*



## ✓ **Modalità:**

autoistruzione (pillole formative/lezioni e\_c@mpus); lezioni in aula; affiancamento al Tutor e ai colleghi per esercitazioni e conoscenza dei nuovi clienti

## ✓ **Argomenti in autoistruzione**

- La relazione commerciale con il cliente nonprofit e la segmentazione della clientela
- Come lavoriamo e chi ci aiuta nel nostro quotidiano
- La relazione commerciale distintiva: *gli enti religiosi; i grandi clienti; i micro clienti*
- Accertamento dei poteri delle ONP e fiscalità nel mondo nonprofit
- Il dizionario del Terzo Settore
- Il rating
- Deroghe tassi e condizioni
- Prodotti vocazionali
- ABC – PUSP – Portale Più PID

## ✓ **Formazione in aula:**

- Benvenuti in Prossima
- Crediti
- Investimenti
- Formazione manageriale: le dinamiche di gruppo
- Il progetto come aspetto distintivo nella relazione con il cliente
- La progettazione semplice e complessa

# Accoglienza dei nuovi colleghi e loro formazione

## Benvenuti in Prossima

- ✓ **Dove:** Assisi- La Cittadella
- ✓ **Quando:** 27- 28 – 29 ottobre 2014

**28/10 giornata Intera**

**29/10 solo mattina**

**27/10 solo pomeriggio**

**Accoglienza dei nuovi colleghi**

**Intervento A.D. Banca Prossima:**

- La storia
- La missione
- Lo statuto

**Testimonianza di un cliente di Banca Prossima**

**Contenuti tecnici:**

- Il modello di rating
- Terzo Valore
- FITS!
- Le obbligazioni sociali
- Il territorio

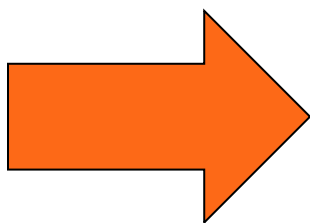
**Intervento a cura di un relatore esterno sul tema: Economia Sociale**

**Intervento a cura di BdT**

**Interazione con i nuovi colleghi e illustrazione delle loro attese, impressioni**

# Conseguenze delle operazioni societarie

---



- ai sensi dell'art. 2112 c.c., al personale conferito a Banca prossima S.p.A. continueranno ad essere applicate la contrattazione collettiva nazionale per i dipendenti delle aziende di Credito
- saranno mantenuti i trattamenti aziendali tempo per tempo vigenti, ivi compresi gli attuali regimi di previdenza complementare e l'assistenza sanitaria in essere
- necessità di focalizzare l'esame congiunto sulla definizione di regole coerenti con le esigenze commerciali di prossimità alla clientela