

BILANCIO INTEGRATO 2015

Prepararsi alle sfide economiche future: accrescere la resilienza e il benessere

Creare e misurare Valore condiviso – ALTIS

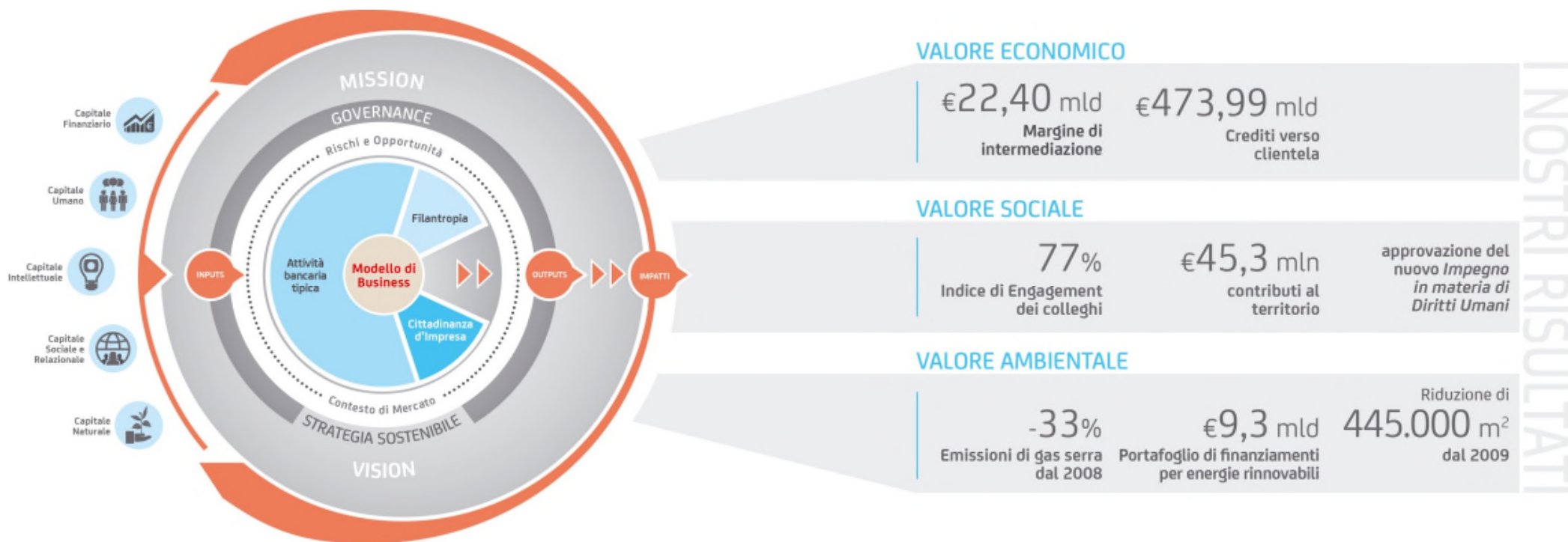
Milano, 25 Maggio 2016



L' APPROCCIO INTEGRATO GIÀ ADOTTATO NEL 2014, MIRA A SPIEGARE LA CREAZIONE DI VALORE NEL TEMPO



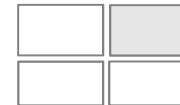
Vedi il Bilancio da pg 10



UniCredit gioca un ruolo fondamentale nello sviluppo socio economico dei paesi dove opera. Consapevoli di poter fare la differenza, **il nostro Gruppo ha una strategia sostenibile volta alla creazione di valore supportando il progresso delle comunità locali, la competitività delle aziende e il benessere degli individui.**



IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS E GLI ASSET DISTINTIVI DI UNICREDIT SONO LA RISPOSTA ALLE PRESSIONI DEL CONTESTO...



Vedi il Bilancio da pg 22

CONTESTO DI MERCATO

RIPRESA DEL PIL PIU' LENTA, SEBBENE L'OUTLOOK SI MANTENGA POSITIVO¹

CONTESTO DI TASSI DI INTERESSE BASSI DESTINATO A PERDURARE¹

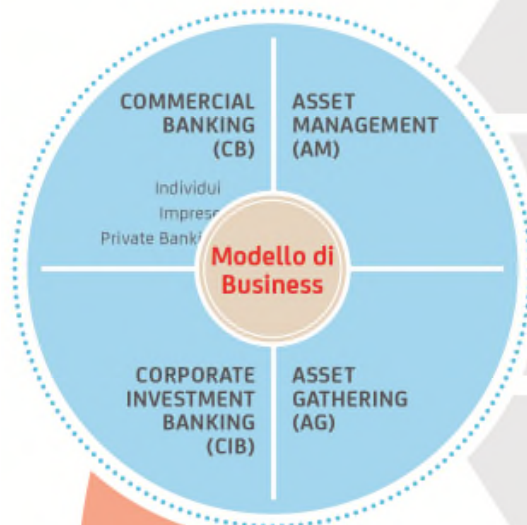
QUADRO NORMATIVO IN EVOLUZIONE

CRESCITA MAGGIORE SUI MERCATI DEL RISPARMIO

UN'EUROPA "DIGITALIZZATA" CON ULTERIORE SPAZIO DI MIGLIORAMENTO IN ITALIA

DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER CON UNA VISIONE A LUNGO TERMINE

COMPETITIVITA' E BENESSERE NEI PAESI IN CUI OPERIAMO



I NOSTRI ASSET DISTINTIVI

Un Gruppo paneuropeo con una forte impronta internazionale

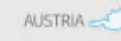
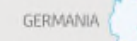
Presenza consolidata in **17 paesi**



Gruppo internazionale^a: riconosciuti come **top-tier** dai nostri clienti Corporate

Le nostre persone e competenze

Top Employer^a



Top Professionals^a



Riconosciuti come **top-tier** dai nostri clienti Corporate

Top CIB Specialists

No. **1**

Banca in EMEA

prestiti sindacati e obbligazioni denominati in euro

Soluzioni di sponsorizzazione finanziaria e obbligazioni (per # di transazioni)

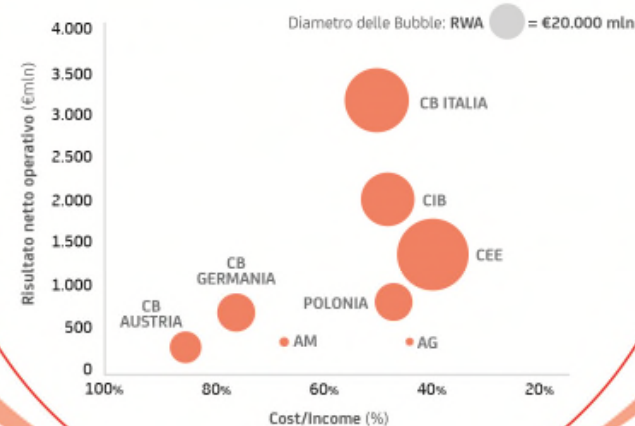
Soddisfazione della clientela^c



UniCredit vs. Competitor

RETAIL
+9
punti

CORPORATE
+7
punti



RISULTATI 2015





... ALLE TEMATICHE RILEVANTI OGGI E IN FUTURO PER I NOSTRI STAKEHOLDERS

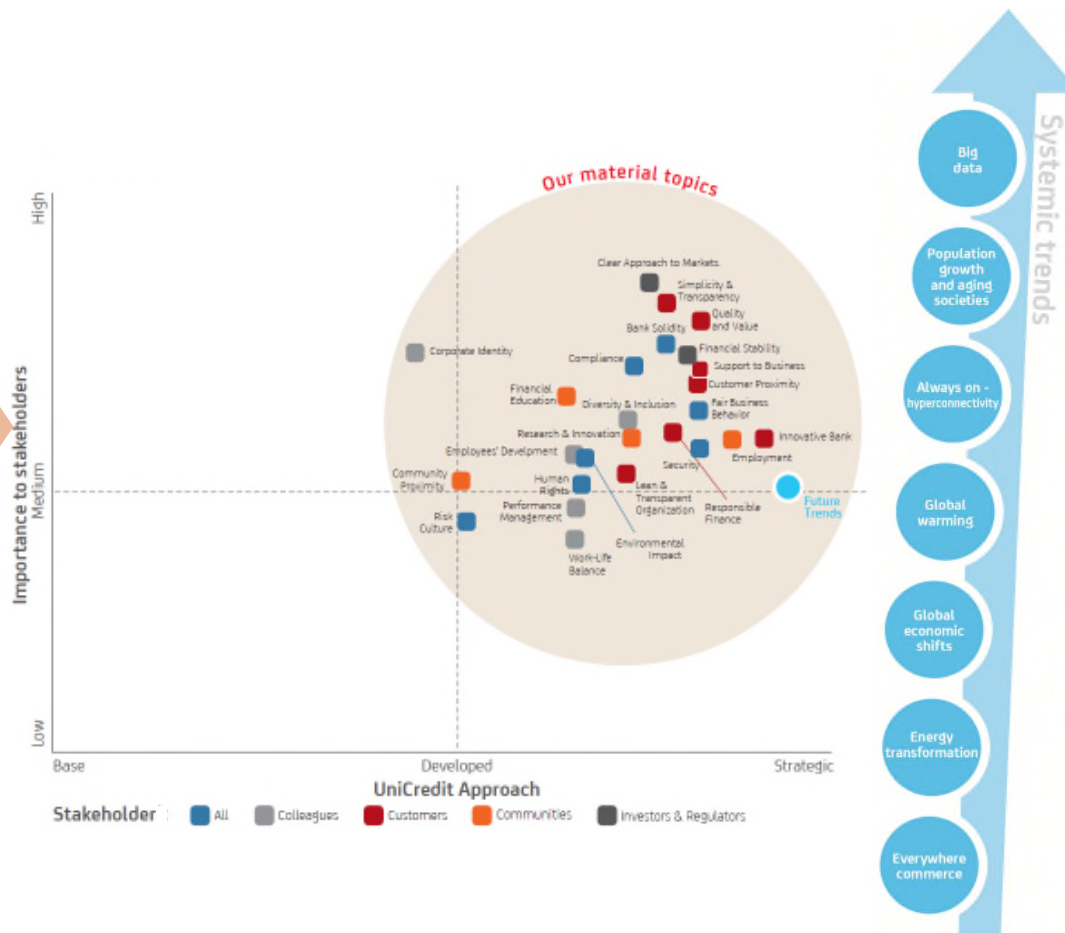


STRUMENTI DI DIALOGO

Stakeholder	Strumenti di dialogo	Funzioni responsabili
Customers	<ul style="list-style-type: none"> • Customer satisfaction • Brand reputation • Instant feedback • Mystery shopping • Focus groups... 	<ul style="list-style-type: none"> • Group & Local Stakeholder Insight • Local marketing teams
Employees	<ul style="list-style-type: none"> • People Survey • Internal clients' perceptions • Group Intranet Portal • Departmental online communities 	<ul style="list-style-type: none"> • Group Stakeholder Insight • Global & Local HR Management • Group Internal Communications
Investors/ shareholders	<ul style="list-style-type: none"> • Quarterly webcasts and conference calls • One-on-one and group meetings, calls • Shareholders' meeting 	<ul style="list-style-type: none"> • Group Investor Relations • Group Sustainability
Communities	<ul style="list-style-type: none"> • Surveys • Social media 	<ul style="list-style-type: none"> • Group Stakeholder Insight • Group & Local Identity & Communication
Advocacy groups/ NGOs	<ul style="list-style-type: none"> • Regular meetings and calls 	<ul style="list-style-type: none"> • Group Sustainability • Local sustainability



MATRICE DI MATERIALITA'

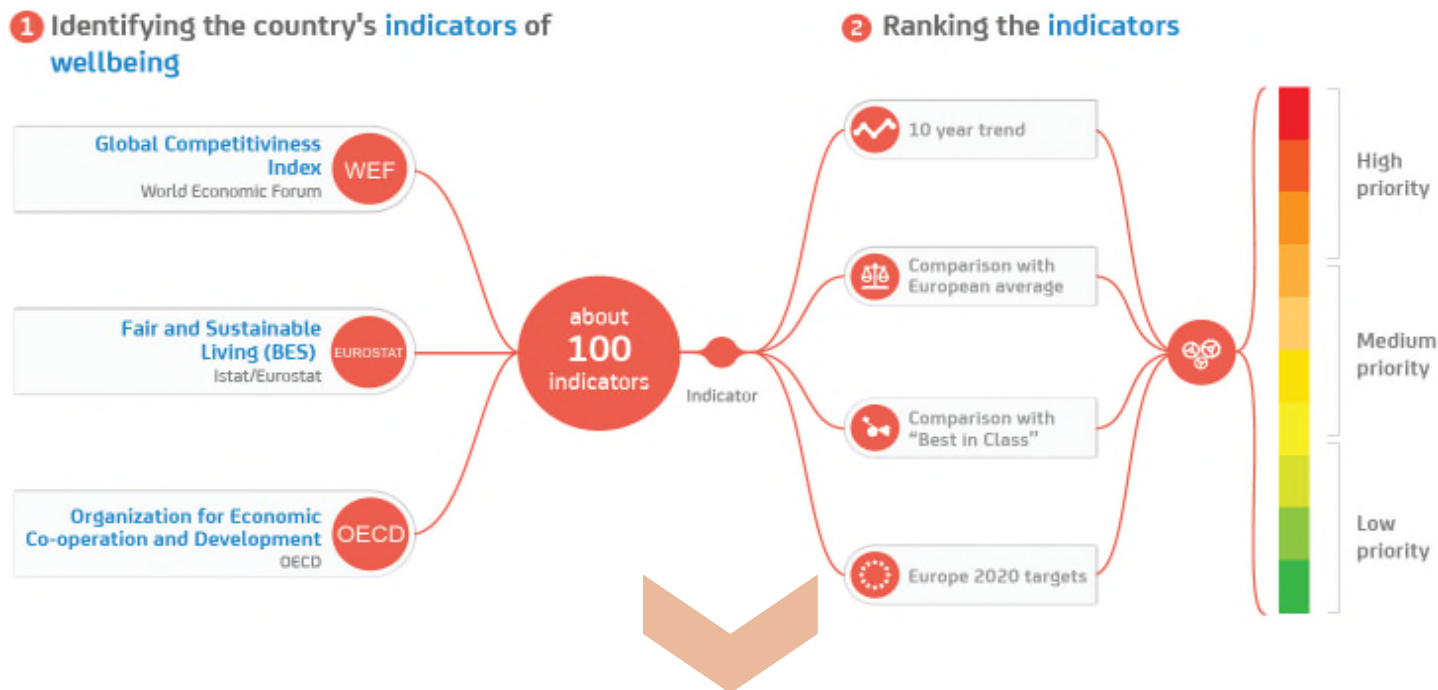




... ALLE URGENZE IN TERMINI DI COMPETITIVITA' E BENESSERE DEI NOSTRI PAESI



LA NOSTRA COMPRENSIONE DI COMPETITIVITA' E BENESSERE DEI PAESI IN CUI SIAMO PRESENTI



RICERCA E INNOVAZIONE

IL NOSTRO MODO DI CREARE IMPATTI E VALORE CONDIVISO (ILLUSTRATIVO E NON ESAUSTIVO)



Polonia: Spending in R&D

9,4

Finanziamento (€10 million) per la costruzione di 2 parchi tecnologici in Katowice e per l'acquisto di attrezzature di laboratorio specializzate



Italia: Patent propensity

10

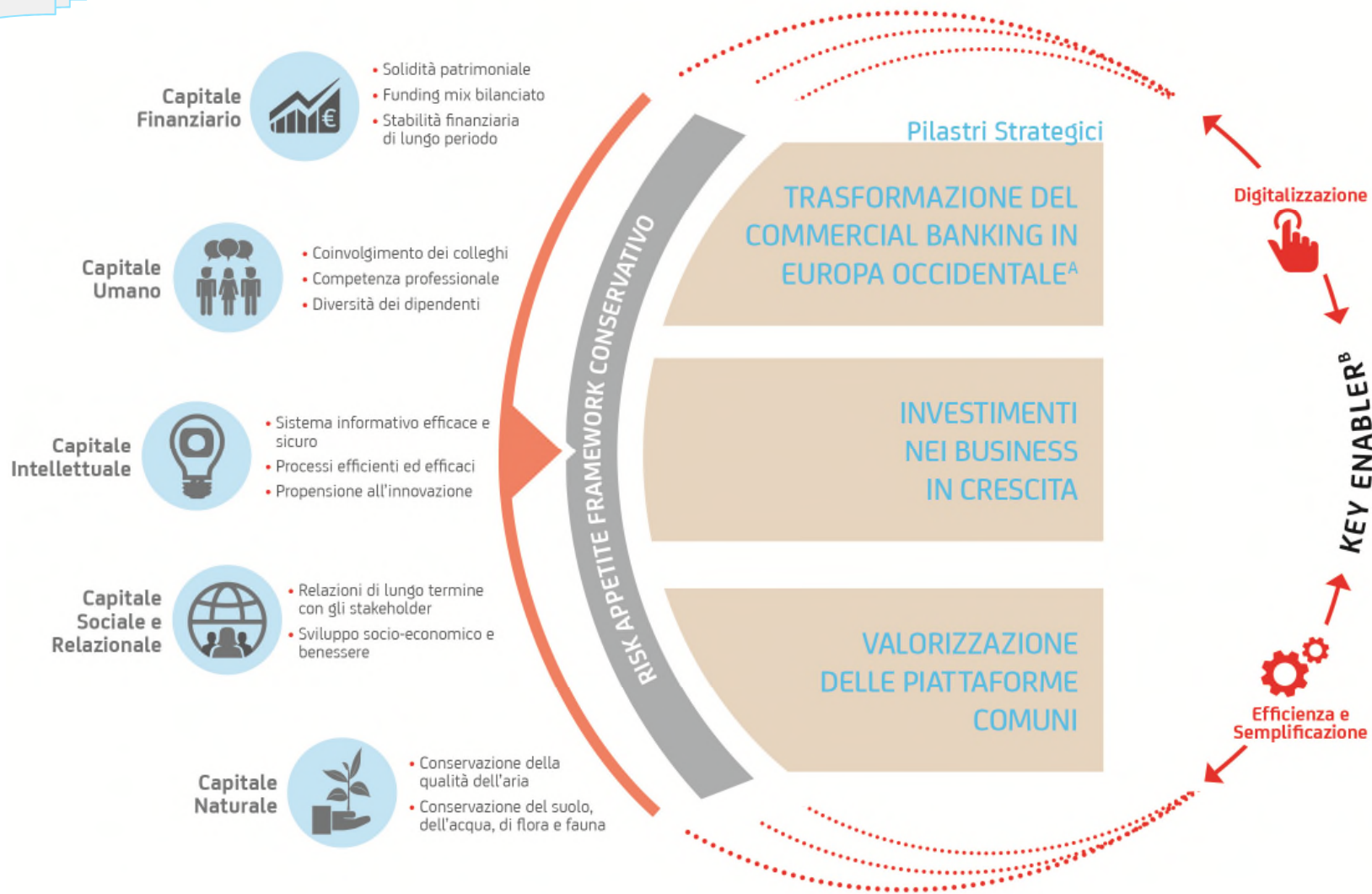
UniCredit Start Lab supporta 45 startups con oltre €10 milioni di venture capital raccolto per i progetti più promettenti



NEL 2015 UNICREDIT HA CONTINUATO IL PERCORSO VERSO UNA PROFITABILITÀ SOSTENIBILE, OFFRENDO UN'ESPERIENZA EVOLUTA



Vedi il Bilancio da pg 30



In risposta alle persistenti difficoltà dello scenario economico, nel **2015 UniCredit** ha messo in atto una trasformazione che mira a garantire ai nostri clienti **un'esperienza unica**, soddisfacendo le loro esigenze in continua evoluzione e offrendo prodotti ad elevato valore.



LA CONNETTIVITÀ È ESEMPLIFICATIVA DI COME UN' INIZIATIVA STRATEGICA UTILIZZA E RINFORZA AL TEMPO STESSO I CAPITALI



Vedi il Bilancio da pg 52-53

1. Prodotti e servizi dedicati

2. Educazione e networking

3. Consulenza per lo sviluppo del business

Fabbriche di prodotto



UniCredit International Center

Oltre 8.000 clienti appartenenti a oltre 2.700 gruppi



2012 - 2014

↓ PIL italiano
-1,1% CAGR

vs.

↑ Turnover della clientela internazionale
+1,1% CAGR

PRINCIPALI INVESTIMENTI 2015 IN ITALIA



Capitale Intellettuale

- Sviluppo insieme all'Università Bocconi di un nuovo database per facilitare la mappatura dei clienti internazionali
- Nuovi sistemi e piattaforme
- Documenti di credito standardizzati & conti bancari trans-nazionali unificati

↑ Miglioramenti di processo

↓ Riduzione costi e tempi



Capitale Umano

- Formazione
- Eventi per la diffusione di conoscenze su pratiche commerciali a favore della clientela

>150 colleghi
>27 ore

58

>3.000 clienti coinvolti

PRINCIPALI RISULTATI 2015 IN ITALIA



Capitale Finanziario

- Crescita a due cifre nei volumi di crediti che hanno origine in Italia e terminano all'estero

↑ Ricavi



Capitale Sociale e Relazionale

- Soddisfazione del cliente
- Impatto Paese

+3 punti vs segmento Corporate

SETTORI CHIAVE DELL'ECONOMIA ITALIANA¹



25% di crediti tradizionali ai clienti internazionali

PIL POSTI DI LAVORO

CONTRIBUTO DI UNICREDIT² (% totale)

4%

CLIENTI INTERNAZIONALI (% di tutti i clienti)

3%

CONTRIBUTO DEI CLIENTI INTERNAZIONALI (% del tot contributi UC dei crediti tradizionali)

15%

¹ In base al Trade Performance Index 2014 dell'Organizzazione Mondiale del Commercio e ai codici Ateco.

² Contributo complessivo di UniCredit in base al modello di Leontief e le matrici input-output ISTAT elaborate in collaborazione con KPMG e l'Università Bocconi; I crediti tradizionali generano il 2,3% e il 2,6% del PIL totale e dei posti di lavoro.



Inside
real life.
A 360°
view.

2015 Integrated Report

Welcome to
UniCredit

