



COMUNICATO CONGIUNTO

SECONDO INCONTRO ORDINARIO DEL 2009 DEL COMITATO AZIENDALE EUROPEO

OVERVIEW

Il 15 Ottobre 2009 si è tenuto il **Secondo Meeting Ordinario dell'anno** tra il Comitato Aziendale Europeo e il **Top Management** nella Sede Centrale di UniCredit a Milano.

Nella prima parte dell'incontro il Comitato Aziendale Europeo ha ricevuto informazioni sulla **situazione finanziaria del Gruppo**, la struttura aggiornata delle **Global Factories**, la **Riorganizzazione e la Strategia della Strategic Business Area CIB** e un aggiornamento riguardante la **Riorganizzazione della Rete Internazionale**. Nella seconda parte del meeting il Top Management ha illustrato il **Global Job Model**, la **Master Brand Strategy** e la nuova sponsorizzazione del Campionato **UEFA**.

Per la prima volta, il Comitato Esecutivo della SBA CIB nella sua totalità era presente al meeting, avendo modo di incontrare personalmente e scambiare opinioni con i Rappresentanti Europei dei lavoratori.

SESSIONE DI INFORMAZIONE E CONSULTAZIONE – PROGETTI STRATEGICI DI GRUPPO

Situazione Finanziaria di Gruppo

Marina Natale, CFO UniCredit, ha presentato ai Rappresentanti dei Lavoratori la situazione finanziaria del Gruppo nel nuovo contesto globale, evidenziando i miglioramenti dello scenario economico in confronto alla crisi del 2008. Grazie alla risposta delle autorità, si sono resi visibili miglioramenti nelle aspettative di mercato per il settore bancario già da Marzo 2009 e il Gruppo sta affrontando le nuove sfide con successo, come è evidente dai risultati del secondo Trimestre. Si profilano tuttavia ancora alcune incertezze sugli sviluppi economici futuri, che richiederanno ulteriori ottimizzazioni del bilancio in modo da poter meglio fare leva sui punti di forza del Gruppo: il focus sul capitale, la liquidità e la struttura finanziaria.

UniCredit ha mostrato solidità nella capacità di generare reddito anche grazie allo stretto controllo effettuato sui costi operativi e sul rischio; la resistenza mostrata nel corso della crisi può essere spiegata attraverso i principali vantaggi competitivi del Gruppo: diversificazione dei mercati e dei business, una rete forte e grande attenzione alla soddisfazione del Cliente nei mercati chiave.

Il CFO ha proseguito indicando come una rete solida e un rafforzamento del capitale primario anticiperanno un nuovo sistema di regolamentazione e rappresenteranno una leva per cogliere opportunità di ripresa. La centralità del cliente, la sua soddisfazione, i tempi di risposta alle richieste di credito, sono la chiave del nostro futuro successo e continueranno ad essere costantemente monitorate.

Con riferimento all'aumento di capitale, il CFO ha spiegato la decisione di non ricorrere agli aiuti statali con la volontà di raggiungere una soluzione più a lungo periodo attraverso l'aumento del capitale di rischio, per essere maggiormente in grado di anticipare i nuovi scenari normativi e per avere un chiaro capitale di riferimento per le agenzie di rating.

Rino Piazzolla ha riportato la discussione all'importanza cruciale del rifocalizzarsi sui bisogni dei clienti. Allo stesso tempo, ha accolto il commento del Presidente del CAE riguardo l'importanza del Dialogo Sociale così come la vicinanza ai clienti, confermando che uno degli obiettivi del Gruppo è la semplificazione del modello di business,

Global Factories

Paolo Cederle, Responsabile di Group ICT and Operations, Lissimahos Hatzidimoulas, CEO di UniCredit Business Partner e Massimo Milanta, CEO di UniCredit Global Information Services, hanno parlato delle Global Factories del Gruppo: UCBP, la società di back-office globale, e UGIS, la società di Information & Communication Technology.

Lissimahos Hatzidimoulas ha introdotto UCBP, che sin dal Gennaio 2009 svolge tutte le attività di back-office per le società del Gruppo in Austria, Germania, Italia, Repubblica Ceca e Romania. Mr. Cederle ha poi ricordato come UCBP, basata su un modello di global governance, abbia ora iniziato un processo di armonizzazione transnazionale al fine di creare una piattaforma operativa unica per le Aree Strategiche di Business e la Rete delle diverse banche del Gruppo a supporto del loro percorso di sviluppo internazionale.

L'obiettivo è di passare dall'essere un 'fornitore di servizi' al diventare un Business Partner, rispondendo all'idea delle "operazioni bancarie come colonna portante del Gruppo" con lo scopo di porlo in grado di fornire servizi di eccellenza raggiungendo allo stesso tempo efficienze di costo.

La prima fase è stabilire il modello organizzativo e le funzioni di global governance in modo da gestire UCBP, ora composta da 6 Paesi, 25 sedi - il sito di Stettino ha iniziato le sue attività nel luglio 2009 - 7.000 persone al servizio di 31 clienti con molti milioni di clienti finali, come entità unica.

Massimo Milanta ha illustrato la Global Factory UGIS: dopo la fusione di 3 società ICT del Gruppo (UGIS, HVB IS and Wave) completata nel Maggio 2009, UGIS è oggi presente in 8 Paesi con 19 sedi. Operando come piattaforma IT altamente specializzata per il Business Globale, la Società riveste il ruolo di appaltatore/integratore dei servizi IT, realizzando un modello di "servizio completo" il cui focus per il futuro sarà costituito dall'innovazione.

Rispondendo ad alcune domande dei Rappresentanti dei Lavoratori sulle conseguenze per i colleghi coinvolti dai cambiamenti organizzativi, anche con riferimento a possibili ulteriori delocalizzazioni pianificate dopo la creazione del sito di Stettino, il Sig. Cederle ha informato che il management sta lavorando al business plan per il prossimo anno, impegnandosi a fornire aggiornamenti sui risultati dell'intera attività e sottolineando l'attenzione posta sul Dialogo Sociale a livello locale.

CIB

Dopo la presentazione al CAE dei Membri dell'Executive Committee dell'Area CIB, la parola è passata agli speakers per la discussione di due presentazioni.

Ristrutturazione MIB e Rete Estera

Edoardo Spezzotti, Responsabile della Struttura CIB Integration Management, e Michael Hinssen, Responsabile Risorse Umane dell'Area CIB, hanno presentato un aggiornamento relativo alla riorganizzazione della Rete Estera e uno stato dell'arte dell'implementazione dei piani di ristrutturazione MIB, perseguiti allo scopo di meglio adattare l'attività ai minori ricavi e ad una ridotta propensione per la volatilità e il rischio, creando una piattaforma più piccola e più focalizzata, pronta a beneficiare dalla ripresa dei mercati.

Come conseguenza, i principi guida vengono identificati in significative riduzioni del trading non direttamente ricollegabile alla gestione del cliente, la concentrazione dei desk operativi, il focus sui "clienti core nei mercati core", un unico centro di competenza per ogni prodotto chiave e l'ulteriore miglioramento della gestione del rischio e dei processi interni.

La riorganizzazione del MIB nei paesi chiave si è svolta senza fare ricorso a licenziamenti collettivi/unilaterali, grazie all'utilità di strumenti alternativi di mobilità infra-Gruppo e, ove possibile, a congedi sabatici.

I Rappresentanti del CAE hanno ribadito la contrarietà alla chiusura delle filiali coinvolte, e auspicano vengano messe in opera soluzioni dal punto di vista sociale atte a minimizzare l'impatto per i colleghi interessati dalla riorganizzazione.

Corporate & Investment Banking: Organizzazione e Priorità

Sergio Ermotti, Deputy CEO del Gruppo e Responsabile della CIB e PB Strategic Business Area, ha fornito un'ampia descrizione della struttura del CIB e ha illustrato come si siano ottenuti solidi risultati durante la crisi grazie all'ampia diversificazione del business.

Questa ha accelerato un profondo ripensamento dei modelli di attività bancaria, con lo scopo di renderli più sostenibili e maggiore attenzione e investimenti sono divenuti necessari nelle attività di valutazione, monitoraggio e gestione del rischio. Vi è stata una rifocalizzazione sui prodotti, così come sulle aree commerciali e sulla clientela.

Il Sig. Ermotti ha descritto i punti fondamentali per creare un valore sostenibile per tutti gli azionisti: la centralità del cliente, l'approccio europeo, la qualità e la fiducia. Ha continuato descrivendo le priorità chiave di un approccio a 360 gradi: eccellenza nella qualità, diminuzione della leva finanziaria e del rischio, nuove politiche di retribuzione ed incentivazione, una più chiara ed efficace gestione della comunicazione.

Con riferimento ad alcune domande poste dai Rappresentanti del CAE sulle previsioni per l'anno 2010 e sul futuro del segmento di business 'Corporate Banking' nei diversi paesi, Sergio Ermotti ha risposto che il 2010 continuerà ad essere molto impegnativo sia per fattori esterni, come la caduta dei tassi di interesse, che per fattori interni, come l'attuale livello di passività a livello di Gruppo.

Guardando alla situazione da una prospettiva più ottimista, il Gruppo è conscio dei problemi che deve fronteggiare e preparato ad affrontare le sfide. Una ripresa sulle perdite su debiti è prevista nel periodo 2010-2011, e c'è fiducia sulla capacità del Gruppo di generare redditi sostenibili nel futuro. A questo riguardo il Sig. Ermotti ha sottolineato quanto Unicredit sia diverso da molti concorrenti, con una base di circa 400.000 clienti corporate che permettono al Gruppo di produrre una significativa base reddituale senza il necessario ricorso a rischi troppo alti e non necessari. Sul tema della riorganizzazione del business bancario ha indicato quanto la segmentazione abbia l'obiettivo di meglio servire i clienti e aumentare l'efficienza e la profittabilità, sottolineando la necessità di rafforzare le attività bancarie principali e sviluppare una nuova e unita cultura comune.

Sono stati infine forniti ai Rappresentanti dei Lavoratori approfonditi chiarimenti sulla situazione dei bonus nella Divisione MIB all'interno del Gruppo, con un impegno verso una più chiara comunicazione per il futuro.

Global Job Model

Luigi Luciani, Responsabile della Struttura Executive Development and Compensation, ha brevemente introdotto il Global Job Model, riaffermandone i principi chiave già presentati al CAE lo scorso febbraio.

Continuando la presentazione, **Alexander Loy, Project Manager**, ha sottolineato il ruolo del progetto all'interno del nostro Gruppo, globale e complesso; un progetto, in grado di realizzare un modello di classificazione delle attività uniforme e trasparente, capace di rispettare gli specifici bisogni dei vari business e i vincoli delle legislazioni locali, allo stesso tempo capace di garantire una struttura più coerente e confrontabile tra le varie nazioni.

I dipendenti beneficeranno di una più chiara e omogenea definizione della propria attività e la maggiore trasparenza li supporterà nel gestire la propria crescita e i futuri sviluppi di carriera; da parte aziendale, tutti i processi gestionali saranno collegati in modo più efficace ad una struttura di riferimento più semplice.

In risposta ad alcune domande tese a conoscere eventuali esperienze simili in altre multinazionali, Alexander Loy ha risposto che la metodologia del Global Job Model è stata disegnata internamente e adattata per meglio rispondere alle esigenze e ai tratti specifici del Gruppo Unicredit, ricordando a questo riguardo il progetto pilota già realizzato con successo in Bank Austria.

Il Sig. Luciani ha aggiunto che modelli simili sono già best practice in quasi tutte le multinazionali del settore bancario.

A seguito poi di una richiesta di approfondimento sul collegamento tra Global Job Model e politiche retributive, il Sig. Piazzolla ha rassicurato il CAE che l'argomento sarà affrontato in un prossimo incontro, dove sarà presentata e discussa una panoramica dettagliata delle politiche di retribuzione ed incentivazione ad ogni livello.

I Rappresentanti dei Lavoratori hanno ricordato che tale progetto non deve vanificare norme contrattuali e di legge relativi agli inquadramenti presenti in ogni paese. Il Sig. Piazzolla ha fornito rassicurazioni in tal senso.

Masterbrand Strategy

Silvio Santini, Responsabile del Brand Management, ha iniziato la sua presentazione relativa alla Group Brand Strategy sottolineando la coerenza tra l'Architettura del Brand UniCredit e la sponsorizzazione del campionato UEFA.

La sponsorizzazione, ha spiegato, metterà in grado UniCredit di costruire un potente brand internazionale e faciliterà l'identificazione del Gruppo in ogni mercato dove questo opera. Dal momento che il campionato UEFA è un evento che accomuna tutti i paesi dell'area CEE, il la potenziale maggior conoscenza del brand in questi Paesi è di fatto enorme.

Tutte le strategie di comunicazione sono state indirizzate a promuovere la UEFA Champions League, e si è creata una piattaforma di comunicazione unificata e più efficace, che aiuta il Gruppo a raggiungere un nuovo posizionamento e a competere con altre grandi banche, attraverso un'immagine consolidata che fa leva sia sulle radici locali che sul potere globale.

Santini ha affermato che il calcio, oltre a convogliare passione, porta anche opportunità di business attraverso nuovi potenziali clienti attratti dalla visibilità e dal sentimento di orgoglio legato all'iniziativa; inoltre la sponsorizzazione dà a Unicredit l'opportunità di essere vicina alle comunità locali attraverso attività di Corporate Social Responsibility, come già realizzato ad esempio in Romania e in Croazia.

Al riguardo, il Sig. Piazzolla ha riaffermato il forte impegno di Unicredit a continuare a supportare progetti di solidarietà e iniziative simili coerenti con l'identità di Gruppo.

Per quanto riguarda le sponsorizzazioni a livello locale diverse dal campionato UEFA, Santini ha rassicurato il Presidente del CAE che Unicredit continuerà a sostenere queste attività, chiarendo ancora una volta che gli investimenti per le sponsorizzazioni sono il risultato di una più efficace ed efficiente gestione dei budget locali già esistenti.

Concludendo, Rino Piazzolla ha sottolineato che la campagna UEFA è un esercizio di costruzione del marchio, che porterà benefici al Gruppo nel lungo periodo incrementando l'impegno verso Unicredit di persone di diverse nazionalità e paesi.

Il meeting ha mostrato ancora una volta il grande valore del Dialogo Sociale tra il Central Management e i Rappresentanti dei Lavoratori e l'importanza della condivisione delle informazioni e dei diversi punti di vista, permettendo una libera discussione su temi molto attuali, mantenendo un forte legame con il mercato e lo scenario generale.



JOINT RELEASE

SECOND 2009 ORDINARY MEETING OF THE EUROPEAN WORKS COUNCIL

OVERVIEW

On October 15th 2009 the **Second Ordinary Meeting of the year** between the **European Works Council** and the **Top Management** took place at the UniCredit Headquarters in Milan.

During the first part of the meeting, the European Works Council was given highlights on the **Group financial Situation**, the **Global Factories current and future structure**, the **Reorganization and Strategy of the CIB Strategic Business Area** and an **updating** regarding the **International Network**. In the second part of the meeting the Top Management illustrated the **Global Job Model**, the **Master Brand Strategy** and the new **UEFA Sponsorship**.

For the first time, all the Executive Committee Members of CIB SBA were present at the meeting, having the chance of personally meeting and exchanging opinions with the European representatives.

INFORMATION AND CONSULTATION SESSION – GROUP STRATEGIC PROJECTS

Group Financial Situation

Marina Natale, UniCredit CFO, presented to the Employee Representatives the Group financial situation in the new global context. She indicated the improvement of the global economic environment in comparison to the crisis of 2008. Thanks to the response of the authorities to the crisis, improvement in market expectations for the Banking Sector have been visible since March 2009 and the Group has been successfully facing the new challenges, as evident from 2Q 2009 results.

Some uncertainties are still looming on future economic development, which will call for further balance-sheet streamlining in order to better leverage on the Group strengths: the focus on capital, liquidity and funding structure.

UniCredit has shown solidity in revenues generation capability also thanks to the strict control on both operating and risk cost; the resilience shown throughout the crisis can be explained by the Group main competitive advantages: diversification of markets and businesses, a strong franchise, the focus on Customer Satisfaction in the core markets. The CFO went on indicating how a solid franchise and a core Capital strengthening will anticipate a new regulatory environment and will represent a lever to capture opportunities from recovery.

Customer centricity, customer satisfaction, 'credit response time' are keys to our future success and will continue to be constantly monitored.

With reference to the Capital increase, the CFO motivates the decision not to receive the Government aid by the will to reach a more permanent solution, to be able to anticipate the new regulatory environment and to have a core capital fully accountable for the rating agencies.

Rino Piazzolla brought the crucial importance of refocusing on client needs back to the discussion. At the same time he welcomed the EWC Chairman remark about the importance of

Social Dialogue as well as closeness to the customers, confirming that one of the Group's objectives is to simplify the business model.

Global Factories

Paolo Cederle, Head of Group ICT and Operations, Lissimahos Hatzidimoulas, CEO of UniCredit Business Partner, and Massimo Milanta, CEO of UniCredit Global Information Services, talked about the Group Global Factories: UCBP, the Global Back Office Company, and UGIS, the Global ICT Company.

Mr. Hatzidimoulas introduced UCBP, which since January 2009 has performed all back-office activities for the Group's Companies in Austria, Germany, Italy, Romania and the Czech Republic.

Based on a global governance model, Mr. Cederle added, UCBP has now initiated a cross-country harmonization process in order to create a unique operations platform to support the Group Business Divisions and Network Banks on their international development path.

The goal is to move from being a 'service provider' to becoming a Business Partner, fulfilling the idea of "banking operations as the backbone for the Group" with the aim to enable it to provide excellent service while reaching cost efficiency.

The first phase is establishing the organizational model and global governance functions in order to manage UCBP as one company, entity now composed of 6 Countries, 25 locations -the Szczecin site started production in July 2009 - 7,000 people serving 31 clients with many millions of end-customers.

Mr. Milanta illustrated then the UGIS Global Factory: after the merger of the 3 ICT Companies of the Group (UGIS, HVB IS and Wave) completed in May 2009, UGIS is now present in 8 countries and 19 locations. Serving as a highly specialized IT platform for Global Businesses, the Company acts as a contractor/integrator of IT services, establishing a "full service" model with a clear future focus on innovation.

Answering questions from the Employee Representatives on the consequences for those Employees included in the organizational changes, also with reference to possible ulterior dislocations planned after the creation of the Szczecin site, Mr. Cederle stated that the management is working on the business plan for the next year, promising to provide updates on the results of the overall activity and underlying the attention to Social Dialogue at the local level.

CIB

After a self-introduction of the Executive Committee Members to the EWC, the floor was given to the speakers for the discussion of two presentations.

Restructuring of former MIB and International Network

Edoardo Spezzotti, Head of CIB Integration Management and Michael Hinssen, Head of CIB Human Resources, presented a status updating about the International Network re-organization and the implementation of the restructuring plans of former MIB, with the aim to adjust the business model to lower revenue pools and lower appetite for volatility and risk, building a smaller, more focused platform ready to benefit from the market recovery.

As a consequence, the drivers are recognized in a significant reduction of 'non-client driven' trading, the concentration of risk-taking desks, a stronger focus on core clients in core countries and in one competence center for each key product, with a further upgrade of risk management and internal processes. The reorganization of former MIB in core countries has proceeded with no collective / unilateral redundancies thanks to the helpfulness of alternative instruments such as Group redeployment tools and where possible sabbatical leaves.

Further details have been then given in relation to the on-going International Network restructuring process.

The Employee Representatives have repeated their disappointment for the closing of the branches involved, and hope all necessary measures are taken to minimize the consequences for the Employees concerned by the reorganization.

Corporate & Investment Banking: Organizational Set-up, Mission and Key priorities

Sergio Ermotti, Deputy CEO - Head of CIB And PB Strategic Business Area, provided a broad description of the CIB structure and illustrated how CIB has obtained solid results through the crisis thanks to the wide business diversification. The crisis sped up a deep re-thinking of Banking models, with the aim of making them more sustainable. Stronger attention and investments have become necessary in Risk Assessment and Monitoring & Management capabilities with a re-focusing on products, as well as on regions and clients.

He described the main pillars of CIB to create a sustainable value for all Stakeholders: customer centricity, European approach, quality and trust. Sergio Ermotti continued describing the key priorities of a 360° approach: excellence in quality, de-leveraging & de-risking, compensation policy, a clearer and more effective communication management.

With reference to questions on the forecasts for the year 2010 and on the future of business segments in Corporate Banking in the various countries, Sergio Ermotti replied that 2010 will continue to be a very challenging year due to both external factors like the fall of interest rates, and internal ones like the current level of Group liabilities. On the bright side, the Group is aware and prepared to face the challenges. A recovery on losses on loans is expected in 2010-2011, and there is confidence about the Group's capability to generate sustainable revenues in the future. In this respect Mr. Ermotti underlined how much Unicredit is different from many competitors, with a basis of ca. 400.000 corporate customers allowing the Group to produce a significant revenue base without taking on too high and unnecessary risks. On the issue of reorganization of the banking businesses, he indicated how segmentation has the purpose to better serve the customers and increase efficiency and profitability. He remarked how crucial it is to strengthen the core banking activities, and to develop a common and new joint culture.

In-depth clarifications on the bonus situation in MIB Division across the Group was provided to the Employee representatives, and a commitment towards a clearer communication regarding such themes was taken for the future.

Global Job Model

Luigi Luciani, Head of Executive Development and Compensation, briefly introduced the Global Job Model, reaffirming the main principles already presented to the EWC in February.

Taking over the presentation, **Alexander Loy, Project Manager**, underlined the role of the project within our global and complex Group, realizing a uniformed and transparent job classification model, that respecting specific business needs and local law constraints, guarantees a more consistent and comparable structure, cross country calibrated.

The employees will benefit from clearer and homogenous job descriptions and the increase in transparency will support them in managing their growth and future career development; on the other side all the managerial processes will be in a more effective way supported by a simpler backbone structure.

Inquired about similar experiences in other multinationals, Alexander Loy replied that the Global Job Model methodology was designed internally and customized to better fit UniCredit Group needs and specific traits, remembering also the successful pilot already realized in Bank Austria. In addition Mr. Luciani underlined that similar models are already best practices in almost all multinational banks.

Answering the request of some clarifications related to the link between the Global Job Model and compensation, Mr. Piazzolla reassured the EWC that the subject will be addressed in one of the next meetings, when a detailed compensation framework at every level will be presented and discussed.

The Employee Representatives have recalled that the project mustn't neutralize laws and collective agreements present in every Country. Mr. Piazzolla provided reassurances on the matter.

Masterbrand Strategy

Silvio Santini, Head of Brand Management, began his presentation about the Group Brand Strategy stressing out the coherence between Unicredit Brand Architecture and the sponsoring of UEFA Champions League. The sponsorship, he illustrated, will enable Unicredit to build a powerful international brand and facilitate image-transfer from the Group to all the markets where it operates. UEFA Being an event that gathers all CEE Countries, the potential of increasing Unicredit brand awareness in those countries is in fact terrific.

All the communication strategies have been conveyed to promote UEFA Champions League, creating a more effective and unified communication platform, that helps the Group to set a new positioning and compete with other large Banks, through a consolidated visual appearance that leverages on both local roots and global power.

Santini affirmed that football not only brings passion, but also business, through potential new customers attracted by the related visibility and feeling of pride; moreover the sponsorship gives Unicredit the opportunity to be close to local communities through Corporate Social Responsibility activities as already realized in Romania and Croatia.

On the subject, Mr. Piazzolla reaffirmed Unicredit's strong commitment and continuity in supporting philanthropic projects and similar initiatives consistent with the Group Identity.

As far as local sponsorships besides UEFA are concerned, Santini reassured the EWC Chairman that Unicredit will continue sponsoring those activities, clarifying once again that the investment for the sponsorship is the result of a more effective and efficient management of the existing local budgets.

Concluding on the subject, Rino Piazzolla underlined that the UEFA campaign is a brand building exercise, that will bring benefits to the Group in the long-run by increasing the commitment towards Unicredit from people of multiple nationalities and countries.

The meeting has shown again the great value of Social Dialogue between the Central Management and the Employee Representatives and the importance of sharing information and points of view having a free discussion about very current subjects with a strong link to the concrete market and general scenario.