



BNP Paribas

Far leva sulla tradizione Corporate

Riccardo Lupi
Responsabile Divisione Corporate BNL



Roma, 1° Dicembre 2006



Sommario

Caratteristiche del mercato e posizionamento

Nuova organizzazione e segmentazione

Miglioramento di Prodotti e Servizi

Conclusioni



Principali Caratteristiche del Mercato Corporate (1/2)



Specificità geografiche

Concentrazione
Performance
Specializzazione



Esportazioni soprattutto verso l'UE

Crescente importanza delle esportazioni verso i Paesi BRIC*



In gran parte piccole aziende familiari a media capitalizzazione

Multibancarizzazione:
6-8 banche/azienda
Ampio uso di prodotti plain vanilla

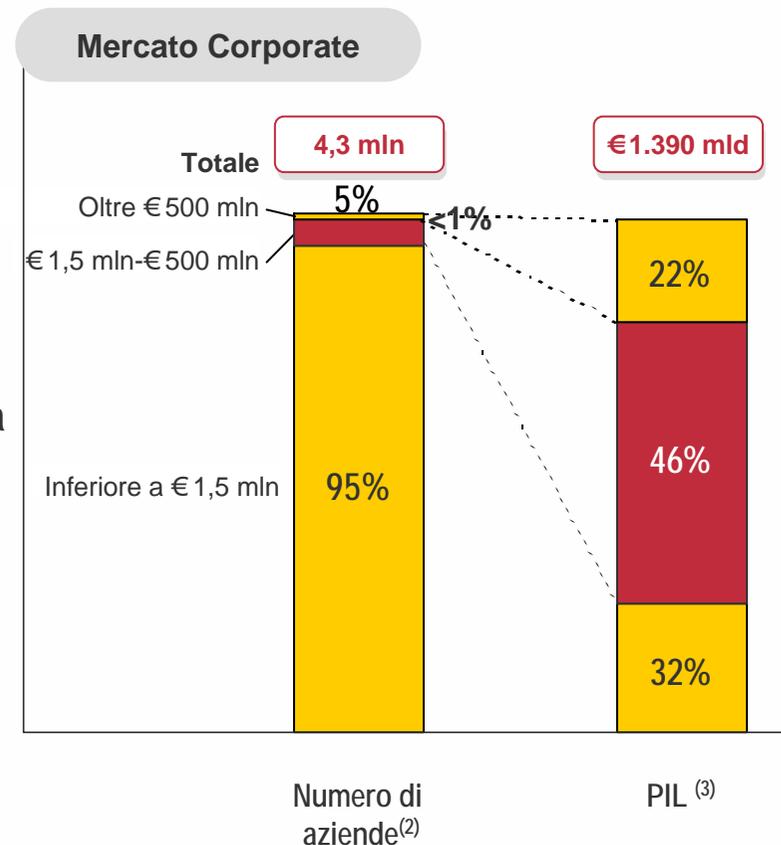


Un mercato di dimensioni rilevanti ed ancora tradizionale



Principali Caratteristiche del Mercato Corporate (2/2)

- **Predominanza di prodotti semplici**
 - 81% dei ricavi, rispetto ad una media UE del 55%
- **Margini e rischio**
 - Margini: media di 180 b.p. in Italia
 - Costo del rischio: media ⁽¹⁾ di 66 b.p. in Italia
 - Un buon rapporto tra rischio e ricavi



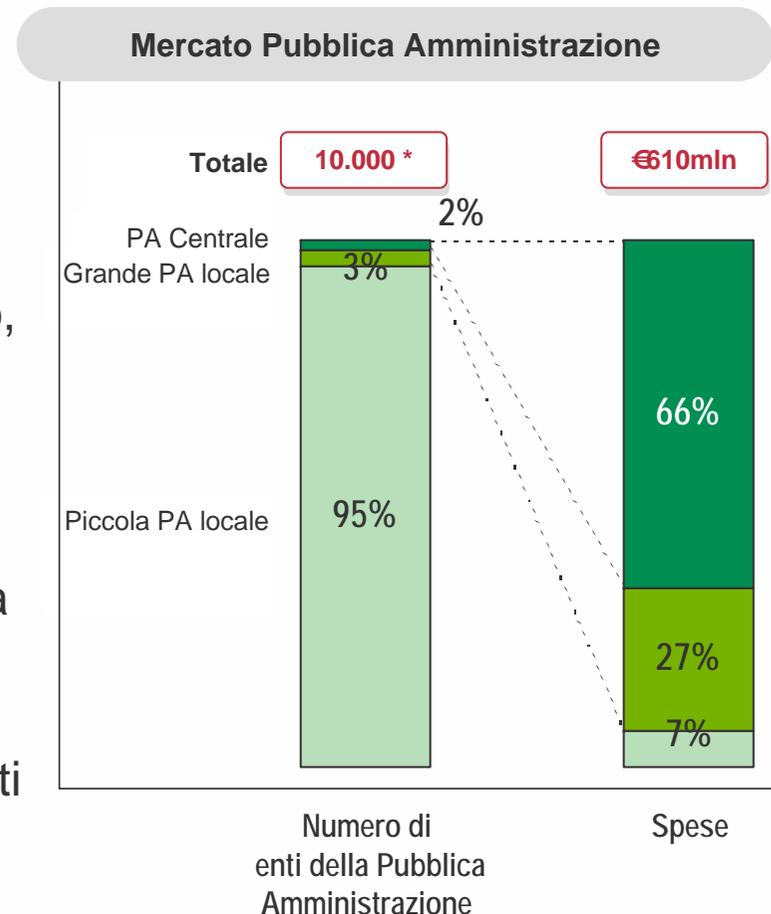
(1) 2005 estimate over total loans of DEXIA, BNP Paribas, Credit Agricole S.A., Societe Generale, Banca Intesa, Sanpaolo-IMI, Unicredito Italiano

(2) Source: ISTAT – only active companies considered ; (3) Estimated from Added Value



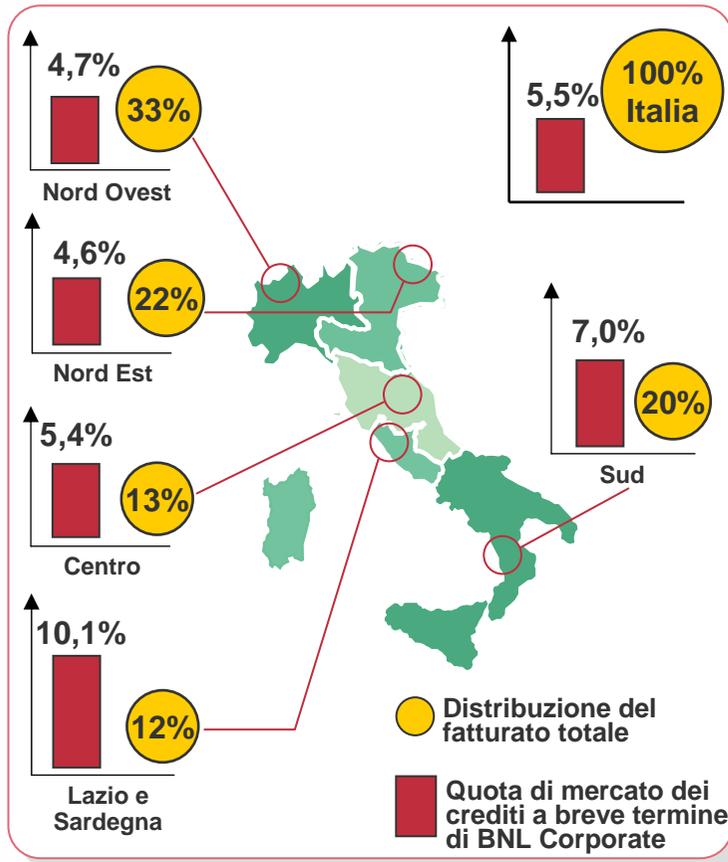
Principali caratteristiche del Mercato della Pubblica Amministrazione

- In gran parte clienti monobanca, selezione della banca tramite gare d'appalto
- Elevato ricorso al sistema bancario, principalmente per servizi di tesoreria e di gestione ALM
- Crescente trasferimento di poteri agli enti locali per maggiore autonomia decisionale e finanziaria (in particolare per la struttura del debito ed il cash management)
- Virtualmente senza accantonamenti

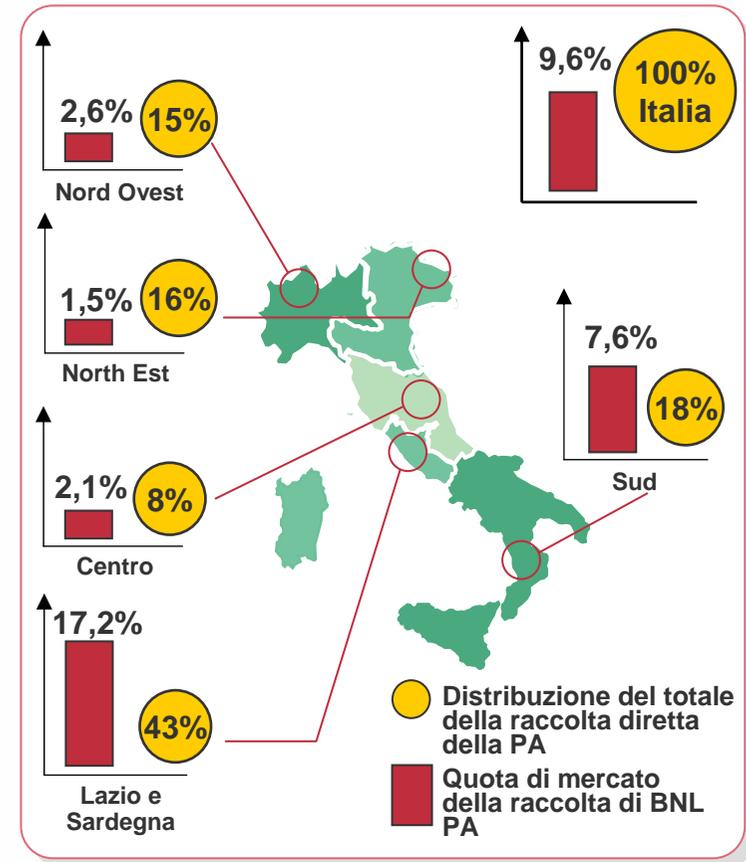


Una copertura nazionale

Mercato Corporate



Mercato Pubblica Amministrazione



Una presenza equilibrata in tutta l'Italia



Applicare una Strategia Globale Adattata ai Bisogni Regionali

Strategia Globale

- Aumentare la quota di mercato
- Incrementare la parte della raccolta
- Fare leva su una piattaforma integrata di prodotti e servizi
- Banca di relazione per la PA
- Banca di riferimento per le aziende

Nord Est & Nord Ovest

- Cash-management
- Concentrarsi su prospect
- Fare leva sull'espansione retail
- Internationalizzazione
- Offerta per i Distretti
- Enti religiosi

Centro

- Diversificare base clienti
- Offerta per i Distretti
- Public Private Partnership e acquisizione per PA

Lazio – Sardegna

- Diversificare base clienti per PA (aziende pubbliche di servizio)
- Consolidare la posizione nel mercato PA

Sud

- Consolidare posizioni di leader del mercato PA con progetti scelti
- Gestione del passivo per la PA
- Tesoreria





Sommario

Caratteristiche del mercato e posizionamento

Nuova organizzazione e segmentazione

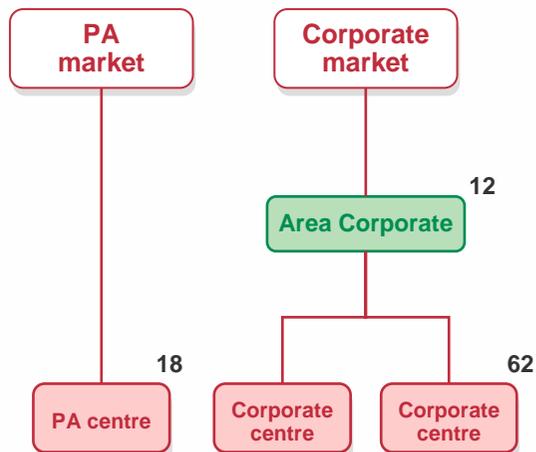
Miglioramento di Prodotti e Servizi

Conclusioni

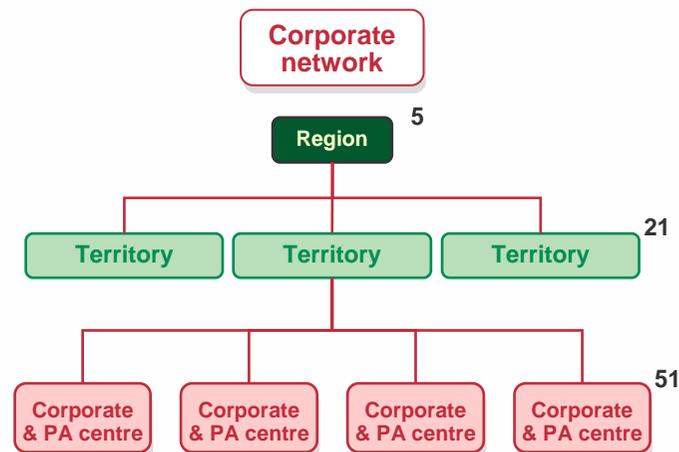


Riorganizzare la Rete per dare più potere alle Regioni

Modello attuale BNL 12 Aree Territoriali



Modello Target 5 Regioni



- Delegare maggiore potere di credito alla rete per una rapida risposta ai clienti
- Aumentare la forza di vendita di 123 FTE su 608 risorse *

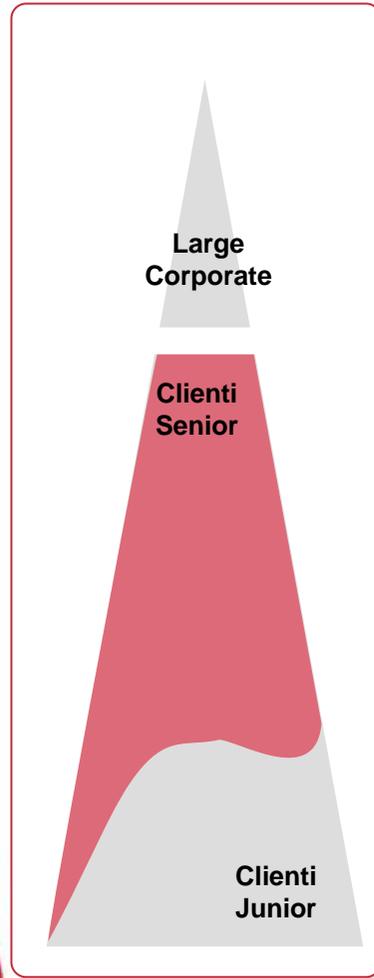
Focalizzare strategie di crescita su base regionale

* Include specialisti nel coverage e di prodotto

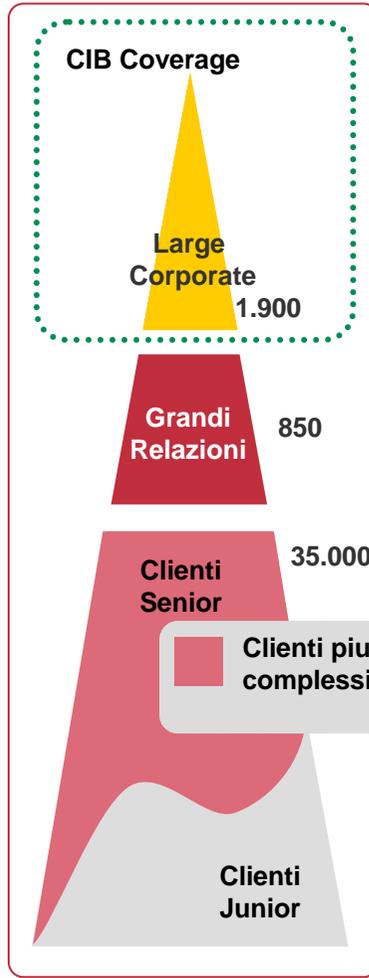


Nuova Segmentazione Mirata ad Aumentare il Livello del Servizio per i Clienti Corporate

Modello attuale BNL



Modello Target



Bisogni dei Clienti

- Servizi e prodotti di alta qualità
- Risposta veloce
- Occasionali alte qualifiche e prodotti su misura

Risposta BNL

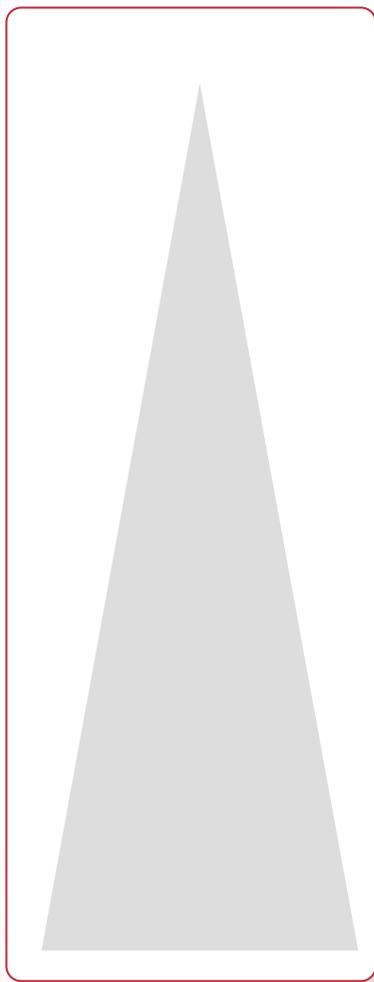
- Struttura orientata sul cross selling
- RM altamente qualificati
- Forte presenza e forte delega di potere a livello locale
- Nuova rete di specialisti esterni per specifici bisogni complessi

Clienti Corporate con fatturato tra €1,5mln e €500mln

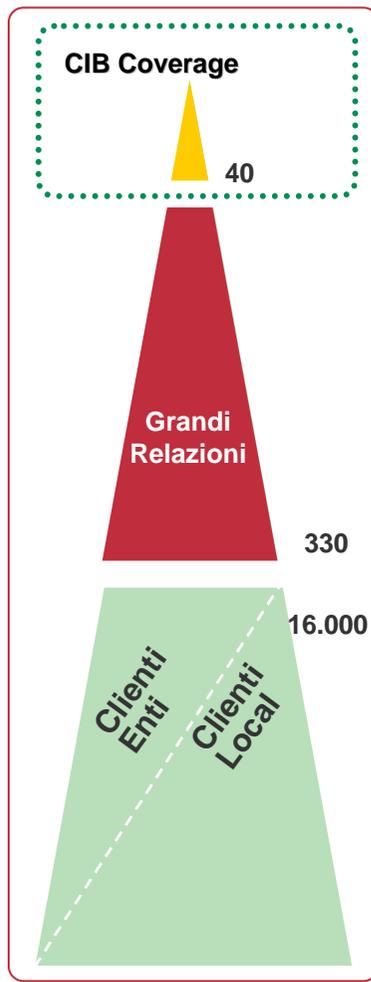


Nuova Segmentazione Mirata ad Aumentare il Livello del Servizio per la Pubblica Amministrazione *

Attuale modello BNL



Nuova Segmentazione



Bisogni dei Clienti

- Servizi e prodotti di alta qualità
- Abbastanza simili ai bisogni di piccole e medie aziende

Risposta BNL

- Struttura orientata al cross selling
- Selezionati RM, altamente qualificati
- Relationship Managers di PA inclusi in una struttura comune con Corporate
- Link funzionale mantenuto con la gestione di PA

* Enti Religiosi, Agenzie Locali, Agenzie Centrali, Istituzioni previdenziali, Welfare, Uffici Esteri, Società non-profit, Enti militari, Uffici Giudiziari, Scuole e Sindacati





Sommario

Caratteristiche del mercato e posizionamento

Nuova organizzazione e segmentazione

Miglioramento di Prodotti e Servizi

Conclusioni



Potenziamento di Prodotti e Servizi

- Trarre vantaggio da una rete mondiale con una forte presenza nel Mediterraneo
- Espandere l'offerta di cash management con standard di alto livello
- Aumentare la gamma di prodotti specializzati nei servizi finanziari
- Fare leva sul supporto di nuovi specialisti

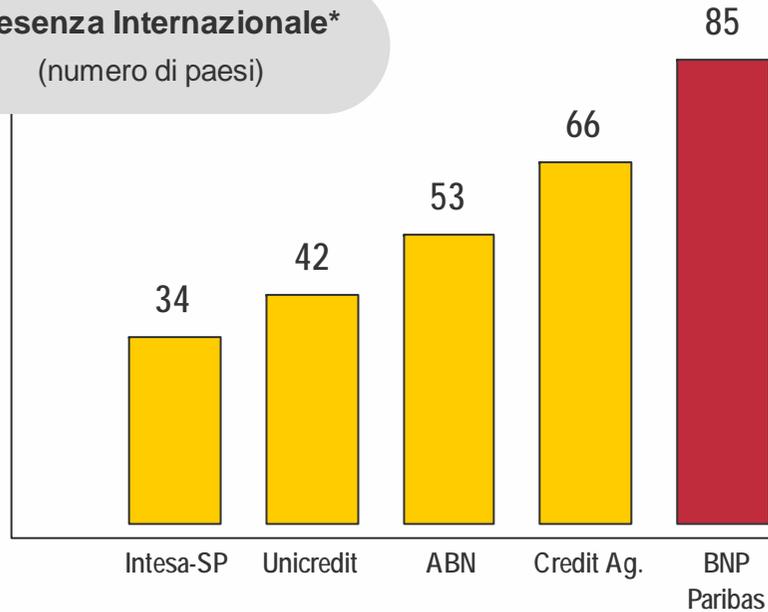
**Diventare la banca di riferimento
per le aziende italiane**

**Confermare la posizione di leadership
verso la pubblica amministrazione in Italia**



Trarre vantaggio da una Rete Mondiale (1/2)

Presenza Internazionale*
(numero di paesi)



La rete internazionale più ampia offerta ai clienti italiani

* Inclusi gli uffici di rappresentanza;
Fonte: Bilanci aziendali, Presentazioni agli Analisti, Piani Industriali, Siti Internet



Trarre vantaggio da una Rete Mondiale (2/2)

- Mediterraneo e Regione del Golfo
 - 448 Agenzie al 30.06.06, e 200 altre da aprire entro la fine del 2007
- Europa orientale
 - Più di 1.000 agenzie in Ucraina (UkrSibbank) entro il 2007
 - 150 agenzie da aprire in Russia entro 4 anni



Italian Desks in corso di apertura in Francia, Turchia, Tunisia, Regione del Golfo

French Desks in corso di apertura in Italia (Esportazioni italiane verso la Francia : 12%)

Portare l'Offerta di Cash Management a livelli di Best in Class



- BNP Paribas è leader europeo nei servizi transazionali per le grandi aziende*, con una quota di mercato pari al 14,2%
- 56% delle richieste di cash management internazionale ricevute da BNP Paribas nel 2006 includevano l'Italia
- L'attività di cash management di BNL verrà integrata nell'offerta globale,
 - Accesso a prodotti e servizi ad alta tecnologia per le grandi aziende
 - Nuova Offerta "Transalpina" per le medie aziende da lanciare all'inizio del 2007
- Mandati di cash management già vinti comprensivi di un'offerta in Italia
 - Roullier, Seb, CMA-CGM

**Migliorare significativamente
l'offerta di Cash Management di BNL**

* Fatturato > €1mld

Far leva sulla tradizione Corporate



Aggiungere i Nuovi Prodotti di Fleet Management alla Forte Offerta di Factoring e Leasing

Factoring



Ifitalia 2°
16% quota di mercato

- Integrato nella Divisione Corporate
- Sinergie con BNPP-Factor
- Lancio dei prodotti "Easy factoring"

Leasing



BPLG - Locafit 3°
nel Leasing di
Attrezzature
10% quota di mercato

- Offrire una gamma completa di prodotti
- Fare leva su canali distributivi altamente complementari
- Sviluppare sia il leasing immobiliare che l'equipment leasing

Fleet Management



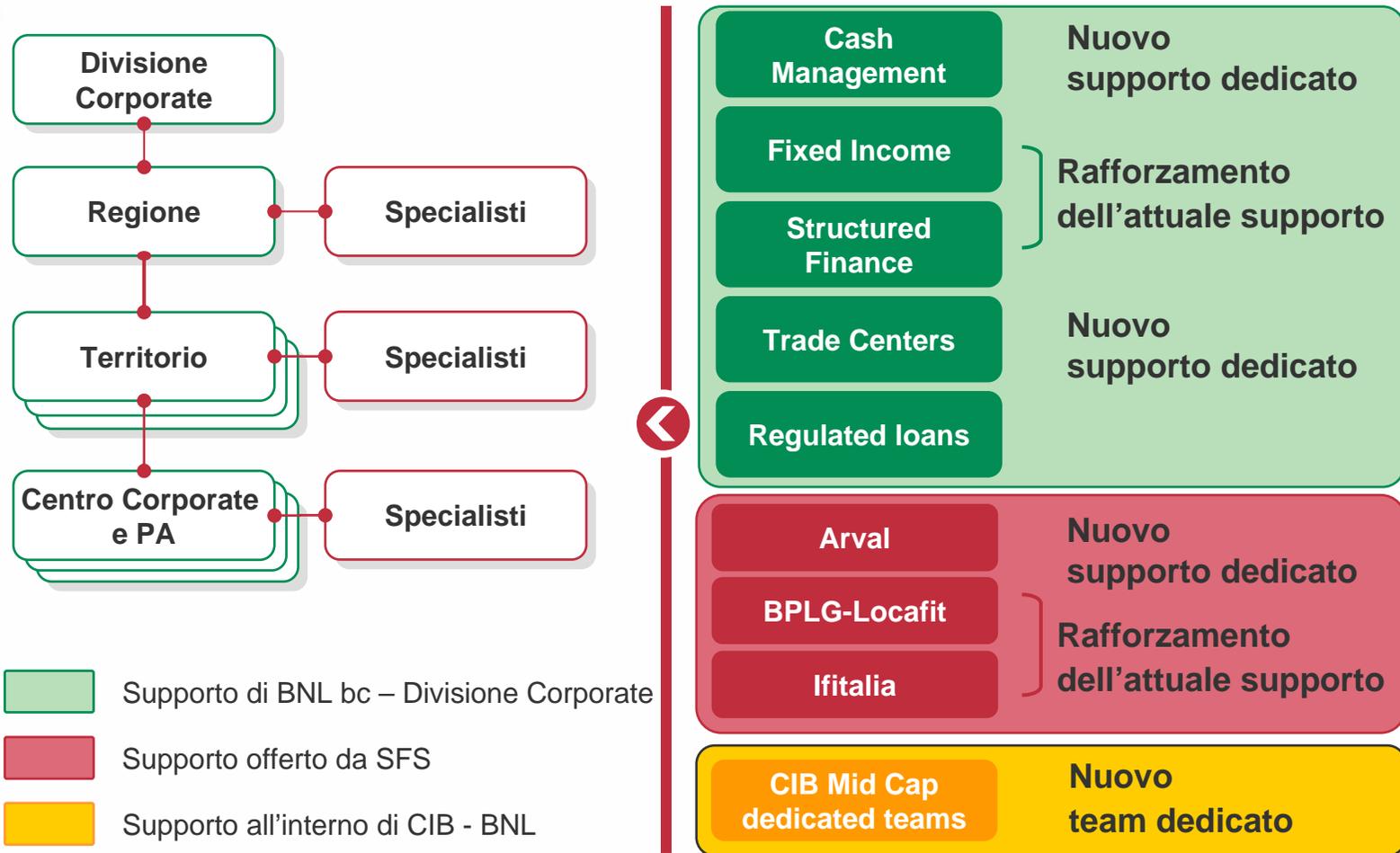
Arval 1°
20% quota di mercato

- Indirizzare clienti Corporate & Small Business ad Arval
- Creare una forza vendite dedicata a BNL
- Stabilire interazioni permanenti

**Un'offerta più ampia e competitiva
è adesso disponibile per i clienti BNL**



Offrire il Supporto di Specialisti a Livello Regionale e Locale



Competenza e cross-selling sono al centro dell'organizzazione





Sommario

Caratteristiche del mercato e posizionamento

Nuova organizzazione e segmentazione

Miglioramento di Prodotti e Servizi

Conclusioni



L'Evoluzione della Divisione Corporate di BNL bc è già cominciata

- Una nuova struttura è in corso di realizzazione
 - Un progetto pilota è iniziato nel Nord Est
 - I principali Regional Managers and Relationship Managers sono già stati identificati

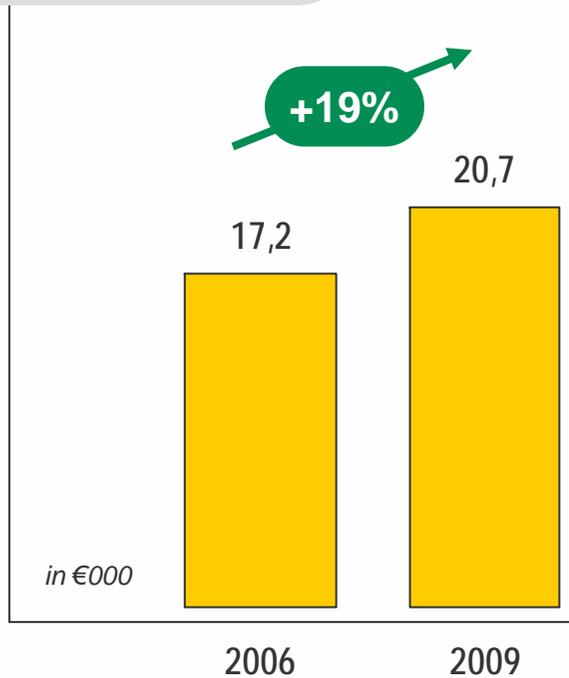
- Iniziative commerciali speciali sono già state lanciate
 - Identificazione di clienti cross-border per il cash management
 - Monitoraggio sistematico delle aziende con bisogni internazionali

- Italian desk in via di apertura
 - Italian desk in Francia, Turchia, Tunisia e Regione del Golfo
 - Ulteriori aperture sono in programma in Russia, India, Cina, Polonia
...

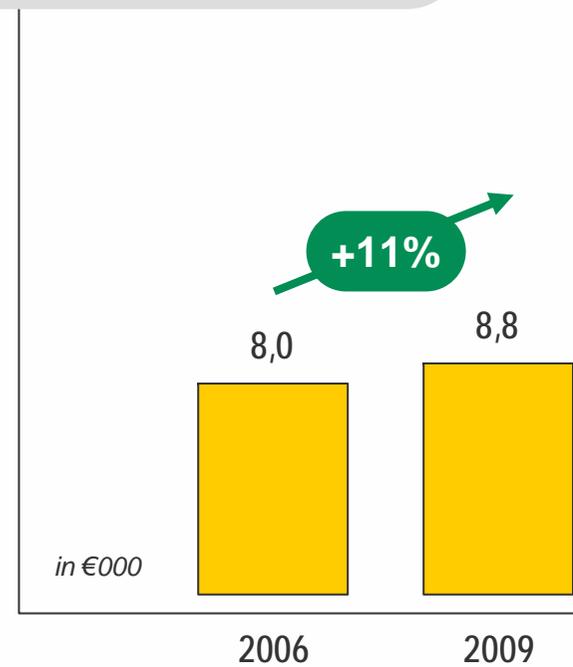


Target Ambiziosi per il 2009

Ricavi per Cliente Corporate



Ricavi per Cliente PA

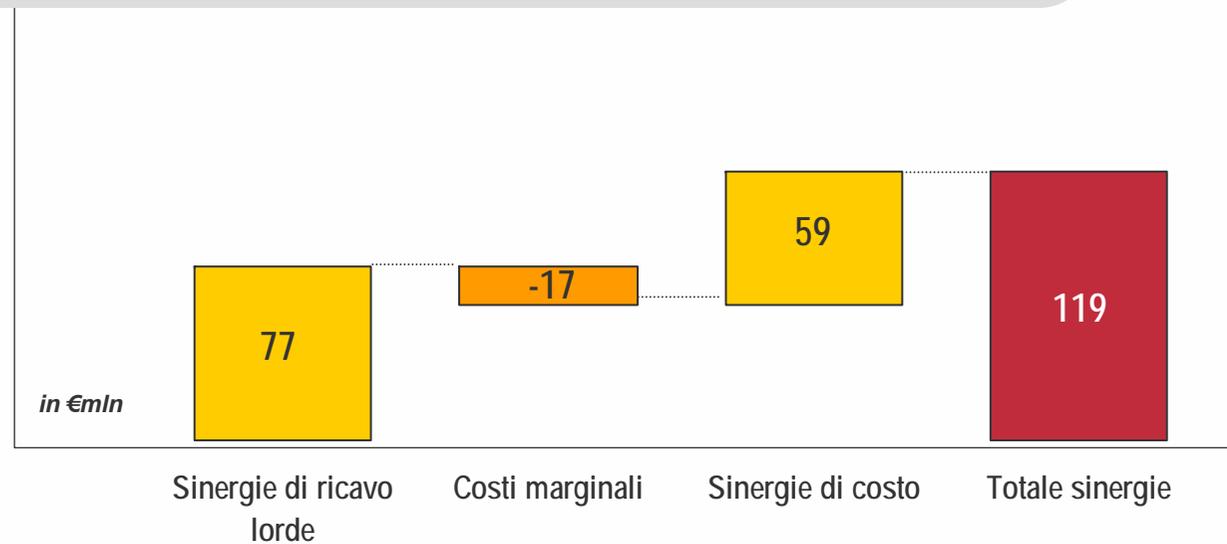


Aumentare in modo significativo i ricavi per cliente



Impegnati a Conseguire Sinergie

Totale Sinergie di BNL bc Divisione Corporate al 2009



**50 progetti miranti a conseguire
€119 mln di sinergie**

Una strategia ben definita

Un'offerta eccezionale

Un'azione immediata!