

Rapporto Sociale 2013

GRUPPO BANCARIO
**Credito
Valtellinese** 
VALORI IN CORSO

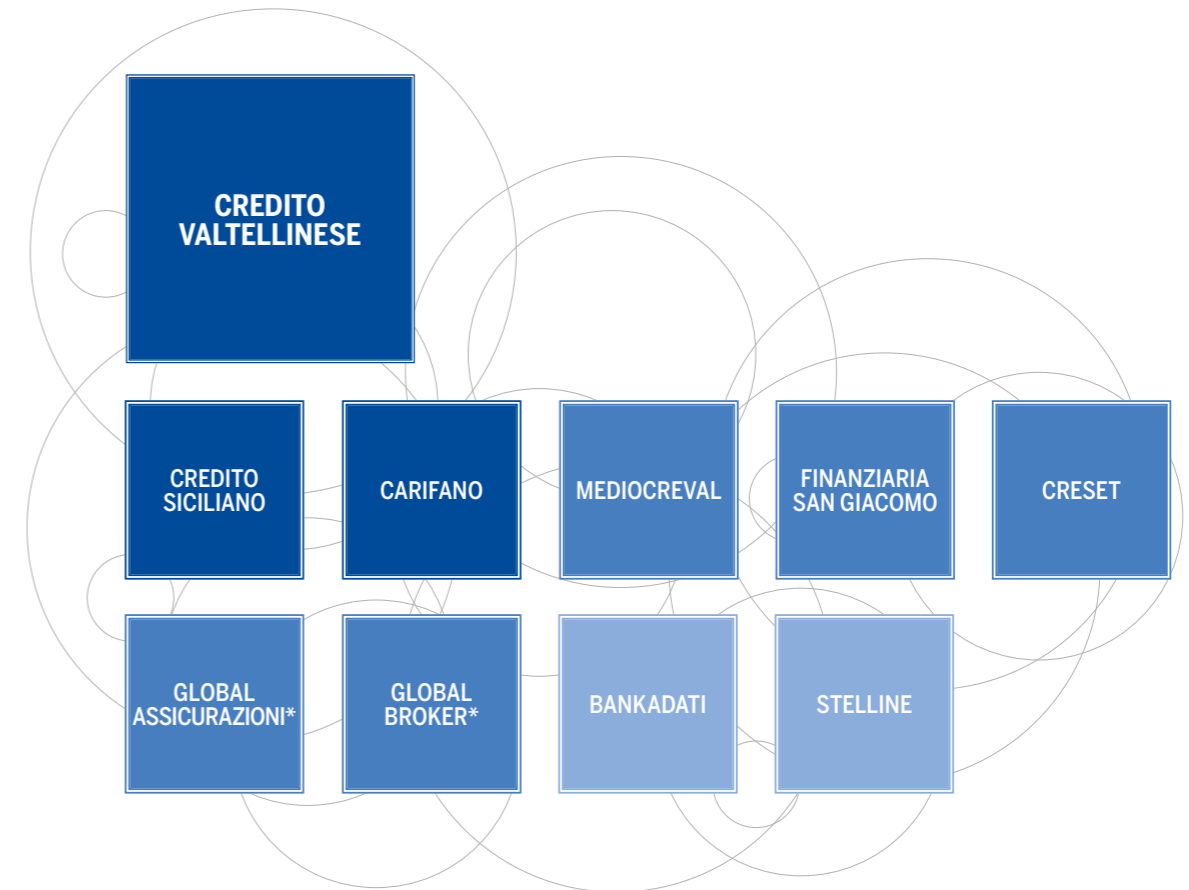


Rapporto Sociale 2013



Il Gruppo

Situazione al 31 dicembre 2013



Credito Valtellinese

Credito Siciliano

Carifano

Mediocreval

Creset

Finanziaria San Giacomo

Global Assicurazioni

Global Broker

Bankadati

Stelline

In cifre

130.300 Soci

904.986 Clienti

4.312 Dipendenti

€ 27.198.703 Totale Attivo**



Indice

<i>Lettera del Presidente</i>	6
<i>Mission, vision e valori</i>	7
<i>Piano di sostenibilità e di identità: progetti 2014</i>	8
<i>I nostri indicatori di performance</i>	9
<i>1. Identità e sostenibilità</i>	10
<i>2. Relazioni di scambio economico: il Valore Aggiunto</i>	40
<i>3. Relazioni di scambio sociale</i>	46
<i>4. Relazione ambientale</i>	104
<i>5. Linee programmatiche e obiettivi di miglioramento</i>	118
<i>6. Sistema di rilevazione. Indicatori GRI</i>	122

All'etica si guarda di solito
con un certo disprezzo beffardo.

Evangelii Gaudium, § 57

Lettera del Presidente

Territorio, innovazione, sostenibilità, banche popolari. Un circuito virtuoso.



Come sostenuto dal Cardinale salesiano Maradiaga, che cita esplicitamente la Dottrina Sociale della Chiesa e le “fondamenta dell’economia civile di mercato per il bene comune”¹, la nozione di “profitto slegato dall’economia reale”² non tiene.

“La nostra è un’era di cambiamenti senza precedenti”³ in cui occorre una nuova visione del mondo che trova anche nella sostenibilità terreno fertile, di identità e di visione - un sinonimo di qualità della vita in senso economico, sociale e ambientale basato anche sulla nozione di sviluppo a scapito dell’enfatizzazione della “crescita”. Viviamo la più grande crisi dal 1929 ai nostri giorni caratterizzata dal “venir meno di alcuni principi nonché delle certezze che cementano i valori, e dal non riuscire più a distinguere le priorità e il valore profondo delle cose”⁴. In questo ambito turbolento ci è richiesto di mantenere la barra dritta almeno da quattro punti di vista:

- 1. territorio:** Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano sono banche del e nel territorio per vocazione originaria e permanente e non per una strategia di marketing che ricerca il consenso e l’appeal episodico. Le 543 filiali del Gruppo Creval presenti in undici regioni del Paese operano sulla base del principio della cultura del servizio, della fiducia e del merito, richiamato nella nostra Carta dei Valori⁵ e declinato come vicinanza effettiva alle zone di insediamento;
- 2. innovazione:** l’orientamento necessario al futuro - un futuro complesso - richiede come prius logico l’ingrediente dell’innovazione (di processo, di prodotto e nelle capacità relazionali) sotto forma di elemento permanente che, se pure nel breve periodo richiede grande sforzo di adattamento e possibili disagi, nel medio-lungo afferma nuovi modelli di business basati sulla flessibilità e sulla capacità di reazione veloce;
- 3. sostenibilità:** non parola d’ordine retorica ma tessuto connettivo della nostra corporate identity. Più in generale, “I casi positivi ci sono e hanno come minimo comune denominatore la responsabilità sociale d’impresa: ogni azione esercitata da manager e soci dovrebbe avere come fine ultimo la creazione di valore per il tessuto sociale e produttivo circostante”⁶;
- 4. natura “popolare”:** siamo Gruppo a matrice popolare per convinzione e natura. Una matrice presente in tutto il mondo e che trova una sintesi articolata e ricca entro la Confederazione Internazionale delle Banche Popolari e che si connota per improntare la sua azione ai principi della prossimità e della relazione duratura con il Socio-cliente.

Giovanni De Censi
Giovanni De Censi
Presidente Credito Valtellinese



¹ “Senza etica niente sviluppo”, O. Maradiaga (2013), pg 7. Il maggiore esponente dell’economia civile è il Professor Stefano Zamagni.

² Op. citata, pg 14.

³ Op. citata, pg 15.

⁴ Op. citata, pg 34.

⁵ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/pdf/cartaValori.pdf>

⁶ “Capitalismo di territorio” (D. Motta) - Avvenire, 28 dicembre 2013.

Mission, vision e valori



Mission

Creare valore sostenibile nel medio-lungo periodo esaltando il ruolo preminente dei Soci nel rispetto della soddisfazione dei clienti, dello sviluppo socio-economico dei territori di insediamento, della qualità delle relazioni e della crescita professionale dei collaboratori.

Vision

Art. 2, comma 1 dello statuto del Credito Valtellinese:

“La Società ha per scopo la raccolta del risparmio e l’esercizio del credito, tanto nei confronti dei propri Soci che dei non Soci, e si ispira ai principi della mutualità; essa si propone altresì di sostenere e promuovere lo sviluppo di tutte le attività produttive con particolare riguardo a quelle minori e alle imprese cooperative e di favorire, in conformità alle intenzioni dei suoi fondatori e alla sua tradizionale ispirazione cristiana, le istituzioni tendenti a migliorare le condizioni morali, intellettuali ed economiche delle classi meno abbienti, anche con attività benefiche”.

Valori⁷

INTEGRITÀ E RESPONSABILITÀ	verso la Collettività nel suo insieme	SPIRITO COOPERATIVO	individuale e condiviso, in linea con la natura di Gruppo a matrice popolare
COMPETENZA	non solo tecnica ma anche in termini di efficienza ed efficacia	SENSO DI APPARTENENZA	inteso in primo luogo come coesione
COERENZA	di azione	ORIENTAMENTO AL CAMBIAMENTO	per comprendere velocemente il mutare del contesto e fornire risposte flessibili e personalizzate
CULTURA DEL SERVIZIO, DELLA FIDUCIA E DEL MERITO	nell’operatività quotidiana	INNOVAZIONE PER LA SOSTENIBILITÀ	al servizio del Gruppo e della Comunità



⁷ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/pdf/cartaValori.pdf>

Piano di sostenibilità e di identità: progetti 2014

- 1 **Formazione alla sostenibilità**
- 2 **Rating sociale**
- 3 **Codice di comportamento**
- 4 **Certificazioni ISO**
- 5 **Dialogo con i dipendenti (Idea 2.0⁸)**
- 6 **Dialogo con i Soci**
- 7 **Educazione finanziaria**
- 8 **Controllo di gestione (Indicatori sociali e ambientali)**
- 9 **Attività sociali**
- 10 **Mobilità sostenibile**
- 11 **Rendicontazione**

I nostri indicatori di performance*

Indicatori economici - patrimoniali - finanziari	2011	2012	2013
Valore economico generato (migliaia euro)	724.010	477.146	593.275
Crediti verso clientela (milioni euro)	22.330	22.008	20.197
Raccolta diretta da clientela (milioni euro)	22.081	22.103	20.658
Raccolta totale (milioni euro)	33.647	33.303	31.817
Raccolta gestita/raccolta indiretta	43%	44,1%	46,2%
Impieghi/raccolta diretta	101,1%	99,6%	97,8%
Risultato netto della gestione operativa (migliaia euro)	306.726	278.014	324.464
Patrimonio netto (milioni euro)	1.864	1.982	1.908
Indicatori sociali	2011	2012	2013
Clienti (n.)	900.647	926.887	904.986
Conti correnti (n.)	550.630	567.804	582.960
Dipendenti (n.)	4.462	4.362	4.312
Soci (n.)	129.948	120.517	130.300
Percentuale di presenza femminile tra i Dirigenti	8,1%	9,4%	8,6%
Ore di formazione erogate nell'anno (n.)	148.130	140.442	144.961
Attività della Fondazione - interventi (euro)	2.523.792	2.488.875	1.617.747
Trasparenza: livello di disclosure secondo il GRI	B+	B+	B+
Indicatori ambientali	2011	2012	2013
Energia per dipendente (TEP/anno)	1,53	1,56	1,51
Acqua per dipendente (mc/anno)	20,5	19	19,1
Carta per dipendente (Kg/anno)	111,3	114,8	101,2
Rifiuti di carta e cartone per dipendente (Kg/anno)	89,3	84,7	81,1
Emissioni di CO ₂ totali per dipendente (Kg/anno)	1.247	1.266	1.146

⁸ Vd. pg.30.

* Dati aggiornati in seguito a riclassificazione.



Identità e sostenibilità

<i>La sostenibilità come valore condiviso</i>	12
<i>Il territorio come valore condiviso</i>	12
<i>La cultura d'impresa come valore condiviso</i>	13
<i>La sostenibilità come visione del mondo</i>	14
<i>Unione Europea e sostenibilità</i>	16
<i>Gruppo</i>	18
» <i>Storia</i>	18
» <i>Gruppo a matrice popolare</i>	20
» <i>Presenza nei territori</i>	22
» <i>Assetto</i>	23
» <i>Dieci società</i>	24
» <i>Consigli di Amministrazione e Direzioni Generali</i>	25
» <i>Verso un sistema di rating interno avanzato</i>	26
<i>Iniziative di sistema a sostegno dei territori</i>	27
<i>Risorse intangibili</i>	29
<i>Premi e riconoscimenti</i>	32
<i>Governo d'impresa</i>	34
<i>Credito Valtellinese: struttura del capitale sociale, del Consiglio di Amministrazione e dei comitati consiliari</i>	38

L'esistenza, per sua stessa natura, non è mai isolata;
esiste solo nella comunicazione e nella consapevolezza
dell'esistenza degli altri.

H. Arendt



*Il territorio
come valore condiviso*

- 1** La nostra terra
Il localismo come identità di luogo
- 2** Capacità di ascolto, nel tempo
Etica e trasparenza
- 3** Un luogo di relazione e fiducia
- 4** Sviluppo sostenibile
Economia, società, ambiente
- 5** Ispirazione, innovazione, incontro
- 6** Un destino comune

*La cultura d'impresa
come valore condiviso*

- 1** Gruppo a matrice popolare,
banche retail al servizio di famiglie e PMI
- 2** Le nostre persone: passione e competenza,
adesione alla Carta dei Valori
- 3** Le nostre filiali
- 4** Il Gruppo Creval come
attore economico e sociale
- 5** La portata dell'ambizione necessaria
- 6** Condivisione

La sostenibilità come visione del mondo



“Infatti, quella che per la generazione dei nostri padri era la lotta per la libertà, per la Re-generation deve essere la lotta per la “sostenibilità”.”⁹

Premessa: il legame tra il sistema economico e la società

Come esplicitato anche nella Carta dei Valori¹⁰ (spirito cooperativo), la massimizzazione del profitto non può rappresentare per un intermediario popolare il fine dell'impresa; a maggior ragione se si considera come il raggiungimento degli obiettivi aziendali richiede di assicurare un sufficiente grado di consenso da parte di tutti i soggetti coinvolti - dai dipendenti ai Soci, dai clienti ai fornitori, dagli enti locali alle associazioni, alla vasta platea di stakeholder “latenti” (tra cui rilevano in particolare le generazioni future). Se l'obiettivo finale dell'impresa è creare valore per gli stakeholder in un equilibrio bilanciato, i processi sottostanti (tutti) devono essere sostenibili - o tendere ad esserlo tramite step precisi - ossia durevoli nel tempo in quanto capaci di coinvolgere e soddisfare i vari portatori di interesse, che apportano risorse funzionali e decisive per il successo duraturo dell'organizzazione; il primo sinonimo di

sostenibilità, per noi, è l'elemento “collaborazione” - verso la creazione di valore condiviso.

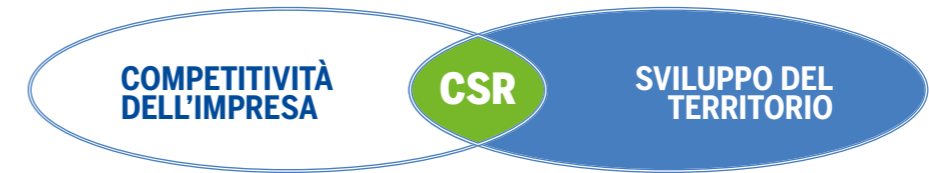
“Politiche e pratiche che aumentano la competitività di un'impresa e al tempo stesso migliorano le condizioni socio-economiche delle comunità in cui opera”¹¹: la nozione di valore condiviso pone l'enfasi sul *core business* valorizzando i molteplici patrimoni dell'impresa e sfruttando gli asset sottoutilizzati - anche di natura intangibile. Si tratta di un'evoluzione della nozione responsabilità sociale d'impresa molto attenta all'ambito reputazionale e al territorio di operatività: un contesto sociale in buona salute dipende anche dalla presenza di imprese che sono in grado di operare in modo efficace ed efficiente, offrire lavoro, contribuire al rispetto della legislazione e alla salvaguardia dell'ambiente.



⁹ Caldo, piatto e affollato, Thomas L. Friedman, pg 71 (2010).

¹⁰ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/pdf/cartaValori.pdf>

¹¹ La teoria dello shared value è un'evoluzione del concetto di responsabilità sociale d'impresa? Presentazione Avanzi dell'11/03/2014.



La sostenibilità in un'immagine e due citazioni



“...un miglioramento della qualità della vita, senza eccedere la capacità di carico degli ecosistemi di supporto, dai quali essa dipende.”¹²



“Lo sviluppo sostenibile, lungi dall'essere una definitiva condizione di armonia, è piuttosto processo di cambiamento tale per cui lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, l'orientamento dello sviluppo tecnologico e i cambiamenti istituzionali siano resi coerenti con i bisogni futuri oltre che con gli attuali. Tale progetto di crescita impone di soddisfare i bisogni fondamentali di tutti e di estendere a tutti la possibilità di attuare le proprie aspirazioni ad una vita migliore.”¹³

¹² World Conservation Union, UN Environment Programme and World Wide Fund for Nature, 1991.

¹³ Rapporto Brundtland, Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo, 1987.

Il futuro della sostenibilità

La sostenibilità ha un futuro solo nella misura in cui si riescono a coinvolgere in modo proattivo gli stakeholder in questa nuova ottica, “densa di futuro”; la sfida, ad elevata complessità, consiste nel promuovere il cambiamento nelle abitudini e nei comportamenti di tutti i portatori di interessi (in primis quelli interni).¹⁴

Il futuro della sostenibilità si intreccia con l'innovazione sociale (“innovazione per la sostenibilità” è un altro degli otto Valori della Carta omonima del Gruppo) e tiene conto tra l'altro dei seguenti aspetti:

- » l'importanza dell'innovazione sociale come risorsa strategica - in particolare per le imprese impegnate in un percorso verso la CSR e alla ricerca di soluzioni per uscire dalla crisi. Rileva al riguardo la nozione di “coinvolgimento degli stakeholder”;
- » la diffusione sistematica di pratiche di responsabilità sociale. Uno stimolo

in questo senso deriva dalla necessità di rendere la filiera di produzione più integrata e sostenibile: si aprono maggiori spazi di collaborazione e co-progettazione tra grandi e piccole imprese con l'obiettivo di creare valore condiviso per il sistema - con mutui benefici;

- » la connessione sempre più evidente tra la gestione responsabile delle risorse umane e le performance dell'impresa: la valorizzazione delle persone e delle loro diversità rappresenta un fattore importante per affrontare le sfide di un mercato globale;
- » la crescente necessità di lavorare per creare consenso e collaborazione: la ricerca di accordi-quadro e di piena sintonia con gli attori del territorio è determinante nella costruzione delle “infrastrutture immateriali dello stare insieme”¹⁵;
- » la necessità assoluta della misurazione.

Unione europea e sostenibilità

Lo sviluppo sostenibile - caratterizzato dalle dimensioni economiche, sociali e ambientali, è un obiettivo fondamentale dell'Unione europea. Competitività e sostenibilità non sono concetti contrastanti, ma si rafforzano a vicenda: creare e promuovere condizioni in cui le imprese europee possono prosperare in modo da massimizzare il proprio contributo allo sviluppo sostenibile rappresenta infatti un rafforzamento delle loro stesse capacità concorrenziali.

In quest'ottica il piano d'azione della Commissione europea, articolato nei due

capisaldi “Produzione e consumo sostenibili” e “Politica industriale sostenibile”, punta a trasformare le attuali sfide ambientali in opportunità economiche per l'UE: in particolare propone una serie di azioni concrete tese a migliorare la competitività delle industrie dell'Unione elevando nel contempo le prestazioni ambientali. In particolare, ove possibile, la Commissione incoraggia gli approcci volontari all'elaborazione di accordi in materia di ambiente tra le parti che desiderano affrontare problemi ben precisi¹⁶.

Il Piano d'azione della Commissione europea

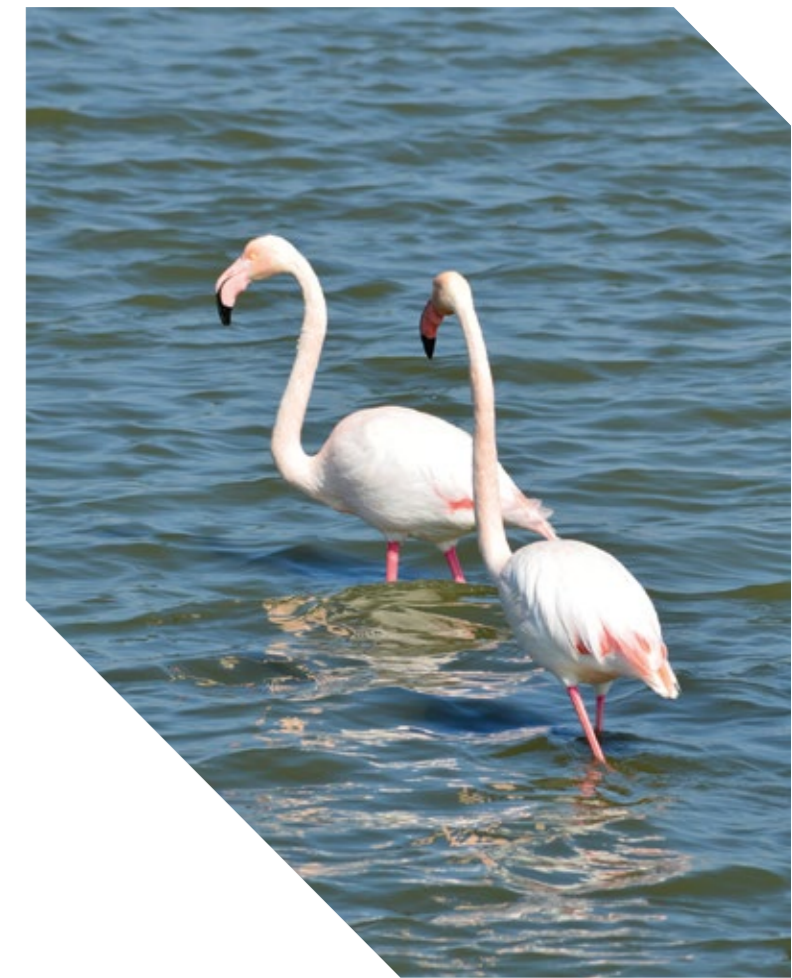
Molto può essere fatto sin d'ora per rendere il consumo e la produzione in Europa più sostenibili: è possibile raggiungere benefici sia attraverso il risparmio di energia e delle risorse naturali sia mediante l'apertura di nuove opportunità di business - come la *green economy* ad esempio - senza alcun aggravio aggiuntivo in termini di costi sulle imprese e sui consumatori.

Il Piano d'azione mira a garantire una posizione di leadership per l'UE in termini di prestazioni ambientali per:

- » creare una nuova politica di prodotto sostenibile al fine di migliorare le prestazioni ambientali dei beni sul mercato e aiutare i consumatori a comprare più prodotti eco-compatibili;
- » promuovere l'eco-innovazione in modo che le imprese dell'UE si adattino ai mercati del futuro;
- » sostenere la competitività delle eco-industrie;
- » contribuire a un'economia a basse emissioni di carbonio a livello internazionale.

Azioni per la sostenibilità inserite nel Piano

- » Eco-design standard per un'ampia gamma di prodotti;
- » miglioramento energetico ed etichettatura ambientale;
- » incentivi che premiano prodotti eco-compatibili (ad esempio gli appalti pubblici verdi);
- » lavoro con i rivenditori;
- » sostegno alle industrie ambientali;
- » promozione di un'industria sostenibile a livello internazionale¹⁷.



¹⁴ Adattato da: <http://www.eticanews.it/2013/10/unilever-sposta-la-csr-sul-cliente/>

¹⁵ www.csreinnovazionesociale.it

¹⁶ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/index_it.htm



¹⁷ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/environment-action-plan/index_en.htm

Gruppo

Storia*

1908

Nascita del Credito Valtellinese.

1908 - 1980

La banca realizza le prime acquisizioni (nel 1937 Banca della Valtellina, nel 1939 Banco Fagioli di Chiavenna) ed estende la rete territoriale in provincia di Sondrio.

1983 - 1984

È costituita Stelline Servizi Immobiliari, con il ruolo di assistenza tecnica al Gruppo per tutte le tematiche riguardanti il settore immobiliare.

Nasce Deltas, trasformata nel tempo in motore organizzativo del Gruppo.

1994

Il titolo del Credito Valtellinese è quotato al listino principale della Borsa di Milano.

1998

Entrano nel Gruppo la Banca Popolare Santa Venera e la Banca Popolare di Rho.

Nasce la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese.

2006

È costituita Finanziaria San Giacomo, avente per oggetto l'acquisto, la gestione e lo smobilizzo dei crediti non performing.

Viene creata una nuova società (Creset Servizi Territoriali), mediante atto di scissione del complesso aziendale relativo alla fiscalità locale di Rileno, con l'obiettivo di proseguire l'operatività nel settore.

2009

Il Gruppo inaugura la cinquecentesima filiale.

Il Credito Valtellinese realizza un piano di rafforzamento e ottimizzazione patrimoniale.

2011

Approvazione e diffusione al mercato del Piano Strategico 2011-2014.

Riorganizzazione societaria: fusione per incorporazione nel Credito Artigiano di Banca Cattolica e Credito del Lazio; fusione per incorporazione nel Credito Valtellinese di Bancaperta, Banca dell'Artigianato e dell'Industria e Credito Piemontese.

Oltre 100.000 i Soci del Credito Valtellinese.

2013

Piano di identità e sostenibilità: progetti 2013.

Fusione per incorporazione di Deltas nel Credito Valtellinese.

Nascita di SocioInCreval.

Creval finalista all'Oscar di Bilancio.

1982

Viene fondata Bankadati Servizi Informatici con lo scopo di assicurare al Gruppo un efficace supporto nell'area tecnologica.

1992

Il Gruppo Credito Valtellinese viene iscritto nell'Albo dei Gruppi bancari in essere presso Banca d'Italia.

1995

Il Gruppo accelera il processo di espansione territoriale attraverso l'acquisizione di banche locali: entra nel perimetro unitario il Credito Artigiano.

2002 - 2003

Si procede ad un riassetto organizzativo tramite le seguenti operazioni: costituzione del Credito Siciliano, ove è concentrata la presenza di tutti gli sportelli dell'isola; ridefinizione della mission della Cassa San Giacomo, che diventa una banca specializzata nelle aree della gestione del contenzioso, dell'amministrazione dei contratti di leasing e della consulenza legale, oltre che dell'acquisizione di crediti non performing delle banche del Gruppo.

2008

12 luglio: centenario del Credito Valtellinese.

Ingresso nel Gruppo di Carifano.

2010

Partnership nel credito al consumo con Compass.

Costituzione di Global Broker.

Apertura di 16 nuove filiali sul territorio.

2012

Aggiornamento del Piano Strategico 2011-2014.

Fusione per incorporazione del Credito Artigiano nel Credito Valtellinese.

Cessione della totalità del capitale sociale di Aperta SGR.

Progetto di fusione per incorporazione di Deltas nel Credito Valtellinese.

Piano d'Identità e di Sostenibilità 2013-2014.



*L'illustrazione completa del cammino storico del Gruppo è disponibile in rete all'indirizzo www.creval.it/responsabilitaSociale/responsabilitaSociale.html

Gruppo a matrice popolare



Luigi Lazzati nel primo scritto italiano sulla cooperazione (1864) scriveva tra l'altro: "Il credito popolare è un tema modesto, che non ha la colossale importanza d'una gran banca di sconto, ma che può giovare ai volghi poveri, ed a cui l'avvenire certamente serba uno splendido destino."¹⁸



Le banche popolari rappresentano il motore del credito alle PMI, contribuendo alla coesione sociale

Le banche popolari costituiscono una forza viva al servizio dell'economia reale. Lo stesso articolo 45 della Costituzione italiana riconosce la "funzione sociale della cooperazione" e stabilisce che "la legge ne favorisce e promuove l'incremento".

Il Parlamento europeo ha sottolineato, con riferimento al sistema economico nel suo complesso, come "la ricchezza e la stabilità di una società dipendono dalla sua diversità e l'economia sociale apporta un contributo attivo a tale diversità, migliorando e rafforzando il modello sociale europeo e offrendo un modello proprio di impresa che consente all'economia sociale di contribuire a una crescita stabile e durevole"¹⁹. Il modello di business delle popolari si traduce nella responsabilità sociale di fare impresa bancaria producendo valore e ricchezza per le comunità servite; è associato al termine "resilienza".

La natura delle banche popolari - "banche di riferimento" dei territori - è parente stretta della sostenibilità di impresa e coincide con la scelta fondante, istituzionalizzata negli statuti, di perseguire obiettivi d'impresa fondati sulla solidarietà e sulla partecipazione responsabile e di rappresentarsi sul mercato quali attori economici e sociali - al riguardo i principi della cooperazione (in primis il voto capitarario) disegnano la base di riferimento costitutiva. L'attività del credito popolare nei confronti delle economie locali non è legata a fluttuazioni congiunturali e/o a politiche di breve periodo, bensì a un patto di lungo termine con le realtà del territorio di cui è espressione (una sorta di contratto sociale implicito); non a caso negli ultimi anni, nonostante la crisi, le banche popolari hanno destinato una quota compresa tra il 5 e l'8% dell'utile netto per lo sviluppo culturale e sociale del territorio²⁰.

Il Credito Valtellinese come banca popolare - impegno sociale e culturale sin dalle origini

La continua crescita dei Soci del Gruppo mostra come un modello di impresa basato sulla prossimità e sul legame duraturo con i portatori di interesse - in primo luogo i Soci e i clienti - costituisca un fattore fondamentale per condividere valori comuni con un sempre maggior numero di interlocutori sociali.

Il sostegno al territorio costituisce per Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano un requisito imprescindibile

della politica creditizia: la migliore conoscenza dei clienti da parte del Gruppo, e viceversa, riduce l'alea dell'asimmetria informativa contribuendo a creare un circolo virtuoso che intende favorire l'allocatione delle risorse e la partecipazione alla crescita economica, sociale e culturale della propria area. Un rapporto fiduciario di lungo periodo cui il Gruppo aspira, in un'ottica di relazione *win-win* (di mutuo vantaggio) con le realtà sociali.

Le banche popolari in numeri - 2013



¹⁸ "1864-2014 Banche popolari, 150 anni al servizio delle comunità e del Paese" - MF, 21 gennaio 2014.

¹⁹ "È impegno vero quello delle popolari nel sociale" - MF, 2 agosto 2013.

²⁰ "1864-2014 Banche popolari, 150 anni al servizio delle comunità e del Paese" - MF, 21 gennaio 2014.

Presenza nei territori

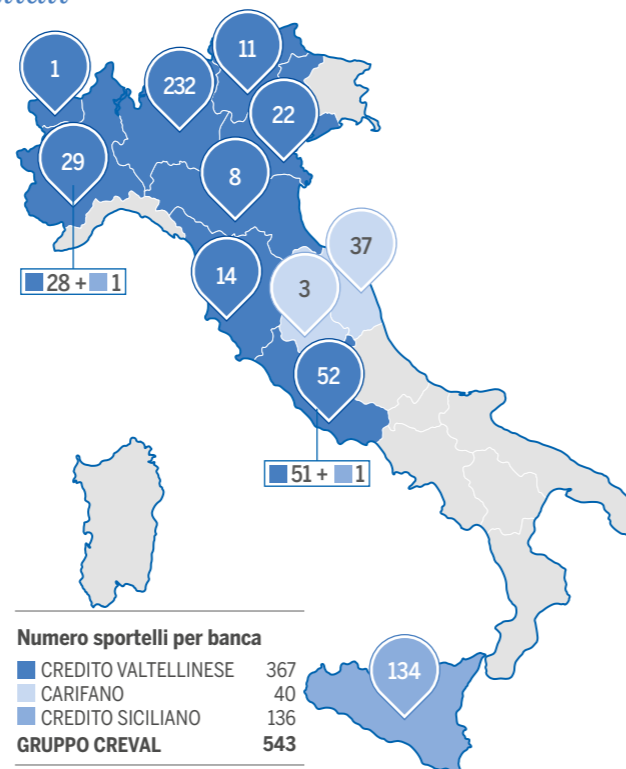
Situazione al 31 Dicembre 2013

Tre banche del territorio, 543 filiali

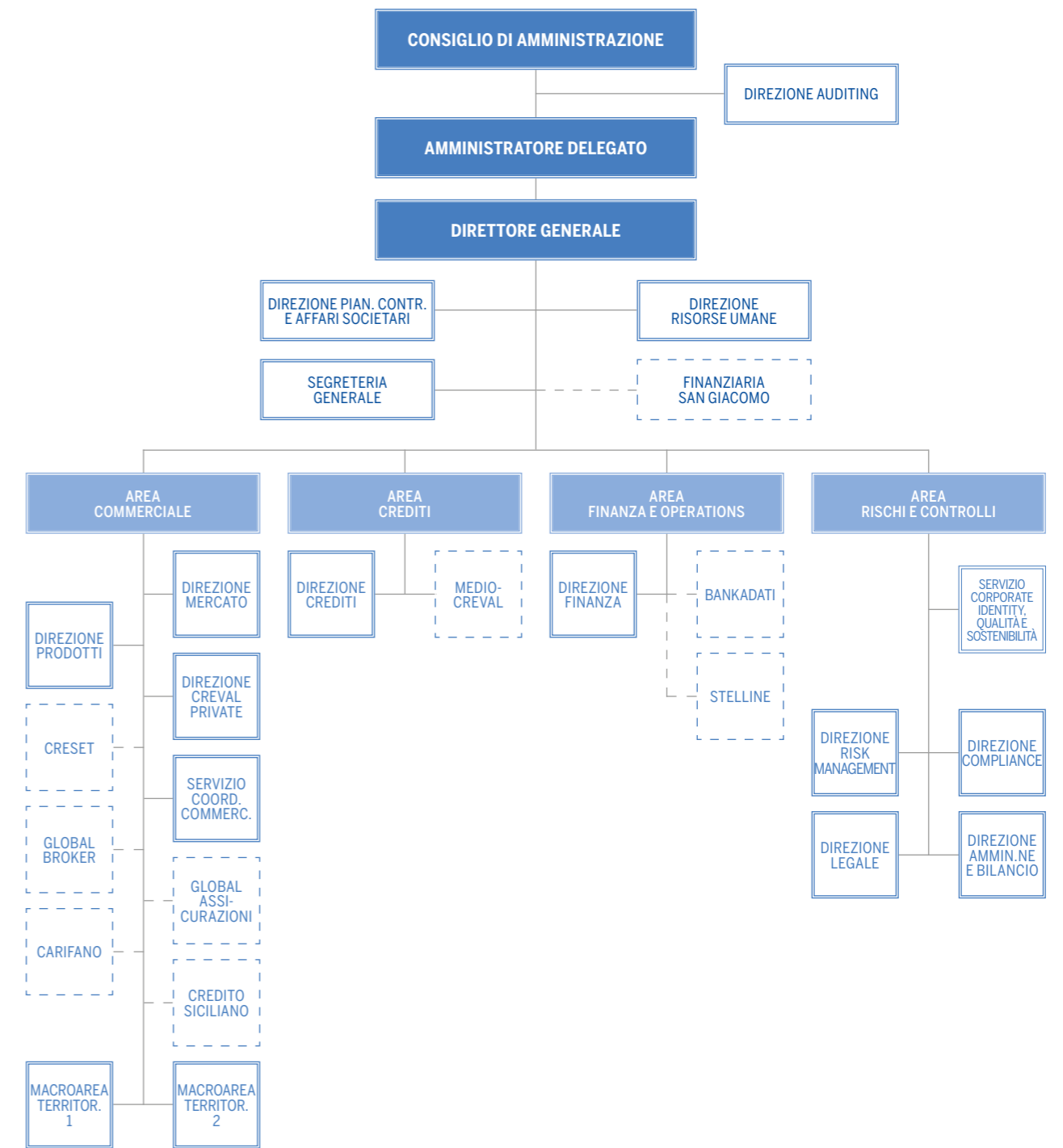
Le filiali di Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano - presenti in 11 regioni e 49 province italiane - sono disposte sul territorio sulla base del principio della densità localistica e del servizio al cliente.

In corso d'anno, anche sulla base del piano di razionalizzazione in capo alla banca Capogruppo:

- » sono state chiuse le filiali di Oppeano (Vr) e Rimini 1;
- » è stato aperto un nuovo sportello in Milano (agenzia 25).



Assetto



Banche e società partecipate

Dieci società

Credito Valtellinese

Banca Capogruppo popolare con sede a Sondrio costituita il 12 luglio 1908. Quotata alla Borsa valori italiana dal 1994, dispone di 367 sportelli in provincia di Sondrio, Lecco, Como, Milano, Bergamo, Brescia, Varese, Monza e Brianza, Lodi, Cremona, Pavia, Trento, Bolzano, Padova, Verona, Vicenza, Torino, Novara, Alessandria, Asti, Verbanio-Cusio-Ossola, Aosta, Piacenza, Parma, Rimini, Forlì-Cesena, Firenze, Prato, Pisa, Pistoia, Lucca, Frosinone, Latina, Roma e Viterbo.

Credito Siciliano

Banca con sede a Palermo, nasce nel corso del 2002 dalla fusione per incorporazione della Banca Popolare Santa Venera e di Leasingroup Sicilia nella Banca Regionale Sant'Angelo e dall'acquisizione di sportelli della Cassa San Giacomo. È attiva nell'isola tramite 136 filiali in tutte le nove province (Agrigento, Caltanissetta, Catania, Enna, Messina, Palermo, Ragusa, Siracusa e Trapani) e due sportelli pegni a Roma e Torino.

Carifano

Banca con sede a Fano (PU), dal 2008 fa parte del Gruppo; svolge la propria attività secondo i principi che sin dalla fondazione ne connotano lo sviluppo nel territorio: assistenza alle famiglie e alle imprese, con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo economico e sociale delle zone in cui opera. Dispone di 40 filiali nelle province di Ancona, Pesaro e Urbino, Macerata, Perugia e Terni.

Mediocreval

Banca specializzata nei finanziamenti a medio e lungo termine rivolti alle imprese, nel corporate finance e nel leasing. La mission comprende anche lo sviluppo di servizi di finanza straordinaria.

Global Assicurazioni

Agenzia assicurativa plurimandataria attiva nella distribuzione di polizze assicurative standardizzate tramite reti di vendita.

Global Broker

Società di brokeraggio assicurativo per la copertura dei principali rischi aziendali delle piccole medie imprese.

Finanziaria San Giacomo

Opera nell'attività di acquisto, gestione e smobilizzo dei credit non performing.

Creset

Gestisce la riscossione dei tributi locali e i servizi di tesoreria e cassa.

Bankadati

Presiede la gestione e lo sviluppo delle tecnologie informatiche del back-office e dei sistemi informativi.

Stelline

Amministra il patrimonio immobiliare del Gruppo e sviluppa progetti nel settore.

Consigli di Amministrazione e Direzioni Generali

Situazione al 31 marzo 2014

Credito Valtellinese

Presidente:
Giovanni De Censi*

Vice Presidente:
Aldo Fumagalli Romario*

Consiglieri:
Marianosa Borroni*
Isabella Bruno Tolomei Frigerio
Gabriele Cogliati*
Michele Colombo
Paolo De Santis*
Miro Fiordi
Gionni Gritti
Antonio Leonardi
Livia Martinelli
Francesco Naccarato
Alberto Ribolla*
Paolo Scarallo

Direttore Generale e Amministratore Delegato:
Miro Fiordi*

Condirettore Generale:
Luciano Filippo Camagni

Vice Direttori Generali:
Umberto Colli
Enzo Rocca
Franco Sala
Mauro Selvetti

Credito Siciliano

Presidente:
Paolo Scarallo*

Vice Presidente:
Francesco Maria Rosario Averna*

Consiglieri:
Mario Cotelli*
Luca Domenico De Censi
Fabrizio Loiacono
Antonio Pogliese
Carlo Saggio*

Direttore Generale:
Saverio Continella

Vice Direttore Generale:
Vittorio Pellegatta

* Comitato Esecutivo

Carifano

Presidente:
Francesco Giacobbi

Vice Presidente:
Paolo Andreani

Consiglieri:
Federico Foschi
Fernando Grattirolo
Luca Papi
Domenico Luca Scordino

Amministratore Delegato:
Maurizio Parisini

Vice Direttore Generale:
Alessandro Bergamaschi

Mediocreval

Presidente:
Alberto Ribolla

Vice Presidente:
Corrado Fabi

Consiglieri:
Luca Domenico De Censi
Renato Gnutti
Carlo Longo
Franco Moro
Alberto Sciumè

Amministratore Delegato:
Luciano Filippo Camagni

Vice Direttore Generale:
Andrea Facincani

Bankadati

Presidente:
Vito Branca

Vice Presidente:
Mauro Selvetti

Amministratore Delegato:
Umberto Colli

Consiglieri:
Gabriele Cogliati
Anna Cracco

Stelline

Presidente:
Giovanni Maria Boccardo

Vice Presidente:
Umberto Colli

Consiglieri:
Luca Domenico De Censi
Franco Moro
Guido Zanetti

Direttore Generale:
Fernando Grattirolo

Creset

Presidente:
Giovanni Paolo Monti

Vice Presidente:
Franco Sala

Consiglieri:
Luca Domenico De Censi
Francesco Lenoci
Enzo Rocca

Direttore Generale:
Maurizio Del Pra

Finanziaria San Giacomo

Presidente:
Diego Muffatti

Vice Presidente:
Oriano Mostacchi

Consiglieri:
Achille Colombo
Luca Domenico De Censi

Consigliere Delegato:
Giovanni Porcelli

Direttore Generale:
Renato Antonio Cannizzaro

Global Assicurazioni

Presidente:
Alberto Sciumè

Vice Presidente:
Matteo Rinaldi

Consiglieri:
Umberto Colli
Raffaella Cristini
Michele Rinaldi
Pietro Rinaldi
Mauro Selvetti

Direttore Generale:
Michele Rinaldi

Global Broker

Presidente:
Matteo Rinaldi

Vice Presidente:
Luigi Tavasci

Consiglieri:
Roberto Grazioli
Pietro Rinaldi
Mauro Selvetti

Direttore Generale:
Alessandra Fornaro

Verso un sistema di rating interno avanzato

Un nuovo strumento di analisi del merito creditizio*

Il sistema di rating interno sviluppato dal Gruppo rappresenta il fattore abilitante per una gestione avanzata del rischio di insolvenza in quanto consente di analizzare il merito creditizio dei clienti a cui le Banche del Gruppo hanno concesso un finanziamento. Rispetto alle agenzie di rating, che valutano il grado di solvibilità di imprese ed enti sovrani che emettono strumenti finanziari (azioni e obbligazioni), le banche hanno a disposizione - oltre ai dati reperibili dai bilanci certificati e dai mercati finanziari - informazioni aggiuntive come ad esempio le movimentazioni dei rapporti che l'impresa intrattiene con il singolo Istituto e con il sistema bancario nel suo complesso, utili per determinare un giudizio il più possibile accurato. Non esiste un sistema di valutazione

standard: i rating devono essere calibrati sulla realtà economica del Paese di riferimento e, più in particolare, sulla specifica clientela. Lo sviluppo di un sistema di rating interno richiede la segmentazione del portafoglio clienti, una serie di dati in input (che sono diversi a seconda dei gruppi di clienti a cui si fa riferimento²¹) e una scala di valutazione corretta ed efficace; può e deve rappresentare uno strumento importante per una nuova relazione banca-impresa improntata ai principi della trasparenza e dello scambio continuo di informazioni nel tempo. A sua volta, una migliore relazione banca-impresa favorisce l'afflusso di risorse per investimento alle imprese più meritevoli (efficienza allocativa), a beneficio dell'intero sistema economico.

I benefici del rating per le banche²²

1. monitoraggio dell'evoluzione del rischio creditizio;
2. pricing risk adjusted²³;
3. misurazione del rischio sia complessivo sia riferito ai vari segmenti di mercato;
4. maggiore trasparenza e minore discrezionalità verso i clienti;
5. maggiore assistenza alle imprese;
6. prevenzione dei rischi di insolvenza;
7. correlazione tra rischi assunti e dotazione patrimoniale.



*http://www.fitd.it/attivita/pubblicazioni/libri/rating_interni/parrillo.pdf

²¹ In base al tipo di cliente, possono essere utilizzati diversi indicatori predittivi di un'eventuale insolvenza.

²² Il rating permette di fornire un giudizio più obiettivo e omogeneo sulle imprese e di conseguenza si può adottare un prezzo più coerente con la posizione del debitore.

²³ Il rating consente di individuare i punti di debolezza delle imprese e offrire un eventuale supporto.

Lo "stato dell'arte" interno al Gruppo

Il Gruppo Credito Valtellinese ha adottato da diversi anni modelli di rating interni per valutare il merito creditizio della propria clientela e, nell'ambito del piano strategico complessivo, li sta ulteriormente affinando e perfezionando con l'obiettivo di ottenere - dall'Autorità di Vigilanza - l'autorizzazione all'utilizzo delle stime di rischio, fornite da tali modelli, per la determinazione del capitale da detenere a fronte dei rischi di credito.

Il rating interno del Gruppo è basato, in linea con le migliori prassi di mercato, su una struttura di tipo "modulare" che contempera diversi elementi, particolarmente utili per valorizzare la relazione e la conoscenza diretta della clientela sul territorio dove si opera, tra cui:

- » il bilancio aziendale;
- » le informazioni settoriali;
- » i dati di andamento (interni ed esterni);
- » le informazioni di carattere qualitativo.

Iniziative di sistema a sostegno dei territori

Nell'ambito delle iniziative volte a intervenire per attenuare lo stato di difficoltà generalizzato dell'economia e affrontare accadimenti tragici che hanno colpito alcune regioni italiane e che si riflettono anche nella crescita tendenziale delle posizioni debitorie, il Gruppo ha aderito a numerose iniziative proposte dal sistema. È stato così confermato un sostegno non formale alle necessità dei territori che si è articolato in nove punti:

1. Accordo per il Credito 2013. Il Gruppo ha aderito all'intesa per il credito 2013 siglata da Ministero dell'Economia e delle Finanze, ABI e Associazioni di rappresentanza delle imprese che prevede la possibilità di richiedere fino al 30 giugno 2014 la sospensione per 12 o 6 mesi del pagamento della quota capitale delle rate dei finanziamenti a medio-lungo termine o l'allungamento del piano di ammortamento dei finanziamenti del-

la stessa durata, ovvero delle scadenze del credito a breve termine o del credito agrario di conduzione. L'accordo prevede altresì la concessione di un apposito finanziamento - Creval Capitale X3 - connesso ad aumenti dei mezzi propri realizzati dall'impresa.

2. Accordo ABI - Cassa Depositi e Prestiti. Concluso il termine per l'utilizzo delle tre tranches per il finanziamento dei progetti a medio lungo termine delle piccole e medie imprese, il Gruppo ha aderito anche alla quarta convenzione che mette a disposizione a livello di sistema un plafond di 10 miliardi € destinati al finanziamento di spese di investimento e di incremento del capitale circolante del comparto imprenditoriale (PMI-Investimenti), nonché a operazioni di acquisto da parte delle banche di crediti vantati dalle PMI nei confronti della Pubblica Amministrazione.



3. Piano Famiglie. Il Gruppo ha aderito all'ultima proroga al 31 marzo 2013 del progetto omonimo che permette ai clienti di richiedere la sospensione per 12 mesi delle sole quote capitali delle rate relative ai mutui ipotecari prima casa - in presenza dei requisiti richiesti dal piano originario.
4. Fondo di solidarietà per i mutui per l'acquisto della prima casa. È ripresa l'attività di presentazione delle domande di accesso a tale Fondo - rivolto alle famiglie in difficoltà - che consente la sospensione del pagamento delle rate dei mutui ipotecari prima casa per non più di due volte nel corso del piano di ammortamento e per un periodo massimo complessivo di 18 mesi.
5. Fondo per l'accesso alla prima casa a favore delle giovani coppie. Il Gruppo ha aderito al Protocollo d'Intesa - valido in Lombardia - che prevede l'erogazione di un contributo in conto interessi a fronte di un contratto di mutuo per l'acquisto della prima abitazione.

6. Convenzione ABI Lombardia-Fondazione Welfare Ambrosiano per agevolare i dipendenti di aziende in crisi ubicate nel territorio della provincia di Milano attraverso l'anticipo delle indennità di Cassa Integrazione Guadagni Straordinaria - anche in deroga - e dei Contratti di Solidarietà.
7. Proroga degli accordi per l'Anticipazione dei contributi di Cassa Integrazione Guadagni, sottoscritti con enti pubblici e rappresentanze di aziende e lavoratori.
8. A seguito delle calamità naturali verificatesi nel 2013, possibilità di richiedere la sospensione delle rate dei mutui per i residenti nei comuni delle province italiane colpite da eventi alluvionali o sismici.
9. Accordo con IBL: intesa che consente ai clienti del Gruppo di accedere ai finanziamenti contro cessione del quinto dello stipendio e della pensione erogati da IBL Banca. L'intesa permette ai clienti, dipendenti e pensionati di Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano di richiedere un prestito personale con durata da 24 a 120 mesi e per un importo massimo finanziabile di 50.000 €.

Risorse intangibili

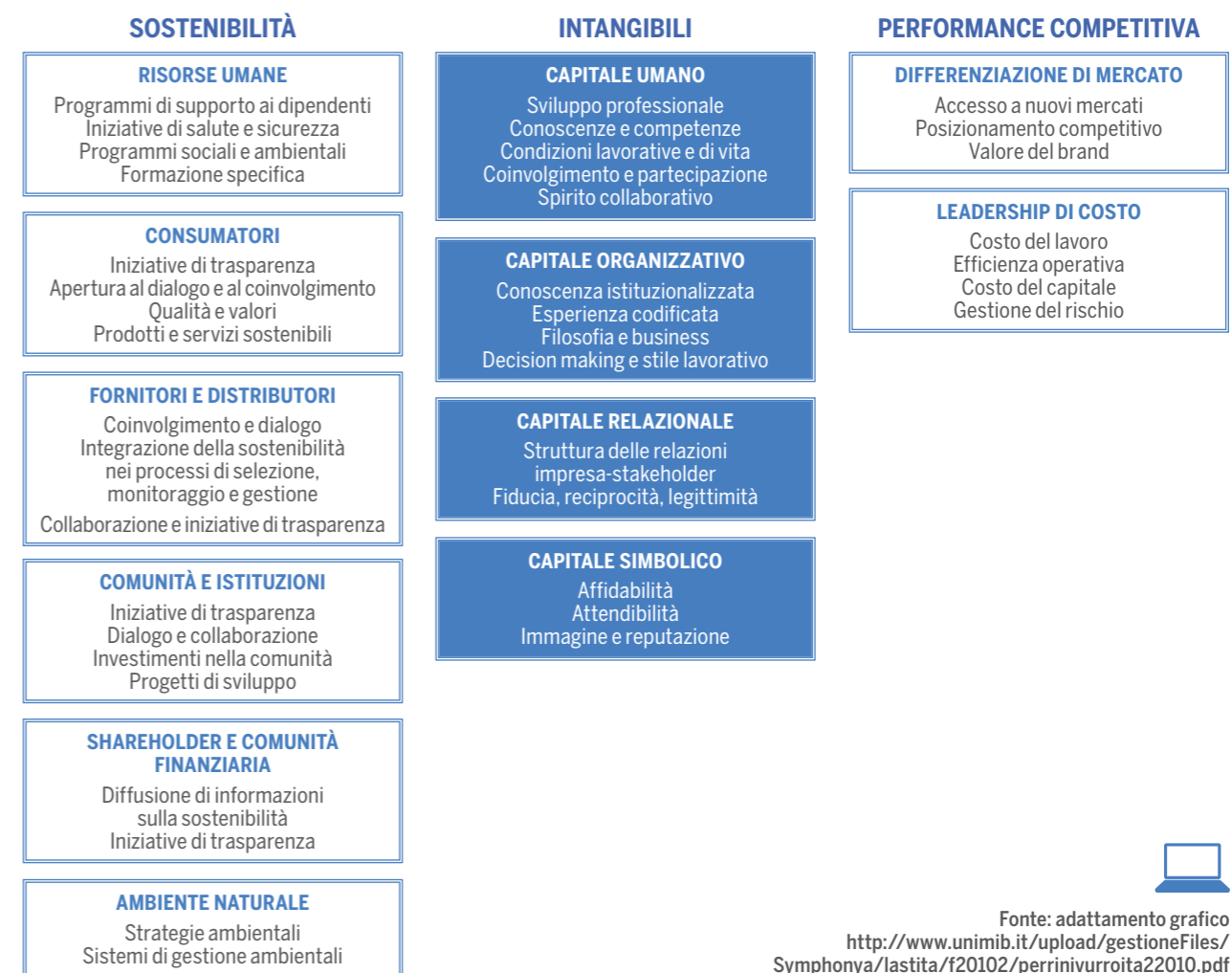


“Vi sono poi particolari categorie di valori ove la componente di materialità è ben poca cosa nei riguardi degli elementi immateriali che hanno concorso a comporli.”²⁴

La crescente complessità delle dinamiche competitive globali ha progressivamente portato il dibattito dottrinale ed empirico a convergere sul riconoscimento delle risorse intangibili quali fonti primarie di crescita e creazione di valore. Il brand²⁵, il *know-how* e la stessa fiducia dei clienti rappresentano asset difficili da quantificare ma che si qualificano come

fonti privilegiate di performance migliori e di lungo periodo. Le risorse intangibili - in dottrina e nel Gruppo - si configurano sotto forma di capitale:

- » umano;
- » organizzativo;
- » relazionale;
- » simbolico.



Fonte: adattamento grafico
<http://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/Symphonya/lastita/f20102/perrinivurroita22010.pdf>

²⁴ Sica M., Beni immateriali e costi capitalizzati nell'economia e nei bilanci delle aziende, Firenze, Le Monnier, 1983, pg 5.

²⁵Vd. in particolare Rapporto Sociale 2012, pg 32.

Il capitale umano

La relazione instaurata tra il Gruppo e i collaboratori è rappresentata anche dai dati relativi alla tipologia contrattuale delle assunzioni (oltre 99 dipendenti su 100 hanno un contratto a tempo indeterminato), dalle ore di assenza (in diminuzione di circa il 10% rispetto al 2012),

dalle ore di formazione rivolte ad incrementare il livello di competenze e capacità (in aumento a circa 145.000 unità) e dall'assenza di scioperi di natura aziendale, a rappresentare una bassa conflittualità sindacale.

Indicatori	2011	2012	2013
Composizione			
Età media	42,5	42,7	43,3
Anzianità media	14,1	14,8	16,4
Scolarizzazione (laureati)	42,0%	42,3%	43,2%
Risorse di rete / organico totale	71,2%	72,6%	71,2%
Pari opportunità			
Donne assunte	45,7%	41,5%	38%
Donne occupate	35,2%	35,6%	35,9%
Flessibilità			
Risorse part-time	7,0%	7,6%	8,1%
Valutazione			
Valutazioni concluse entro la scadenza	91%	89,5%	87%
Management			
Età media del management	54,1	53,6	53,4
Percentuale presenza femminile tra i dirigenti	8,1%	9,4%	8,6%

Il capitale organizzativo

L'adeguatezza dei profili professionali ai ruoli occupati in azienda costituisce un fattore di estrema rilevanza e delicatezza; rileva anche l'ottica di condivisione della stessa realtà aziendale e degli obiettivi organizzativi: il processo di coordinamento delle Risorse Umane, ad alto tasso di importanza e sensibilità, investe fortemente aspetti che uniscono competenza

e relazione (in quest'ultimo caso con vaste attinenze al tema della *soft economy*). Un esempio al riguardo è offerto da Idea 2.0, l'applicativo aziendale fruibile da tutti i dipendenti - ridisegnato in ottica Social Network - volto a favorire il processo di miglioramento continuo delle procedure e dei processi aziendali del Gruppo.



Il capitale relazionale

Il Gruppo imposta una relazione di reciprocità con i propri stakeholder - la collettività, i clienti, le Risorse Umane, i Soci, i pubblici operatori, i fornitori e i media. In particolare, oltre ad adoperarsi per promuovere la crescita sostenibile della comunità di riferimento, il Gruppo crede in una serie di rapporti basati:

- » sulla fiducia di lungo periodo con i propri portatori di interesse;
- » sulla creazione di valore condiviso con e per i Soci;
- » sul reciproco rispetto con i fornitori;
- » sulla trasparenza con i media, lo Stato, le autonomie locali e le altre istituzioni.

Indicatori*	2011	2012	2013
Numero dei clienti	900.647	926.887	904.986
Clienti Internet (operativi)	189.164**	208.786**	227.587
Retention rate (clientela privata)	93%	93%	94%

Il capitale simbolico

Con particolare riferimento al rapporto sulla *customer satisfaction*²⁶, si può osservare come Creval denoti risultati molto positivi per quanto riguarda la soddisfazione della clientela dal punto di vista dell'affidabilità, dell'attendibilità, dell'immagine e della reputazione: 9 clienti su 10

sono complessivamente appagati. In particolare rispetto alle altre banche del sistema il Gruppo si posiziona su un livello superiore per quanto riguarda la soddisfazione relativa al personale, l'efficienza, il servizio offerto, le informazioni fornite e la gestione degli investimenti.

* Dati riferiti al solo perimetro bancario e aggiornati in seguito a riclassificazione.

** Dato aggiornato.

²⁶ Vd. pg 70.

Premi e riconoscimenti



Oscar di bilancio

Lo scorso 2 dicembre il Credito Valtellinese è stato premiato presso la Borsa di Milano quale finalista della 49esima edizione dell'Oscar di Bilancio nella categoria "Grandi Imprese bancarie, Finanziarie Quotate" - l'attestato misura gli aspetti di comunicazione, struttura e fruibilità dei reporting da parte di tutti gli stakeholder. La motivazione del riconoscimento è la seguente: "Complessivamente il giudizio sul bilancio e sull'informativa a corredo è buono. La struttura e i contenuti dell'informativa sono coerenti con l'assetto istituzionale

della banca e con gli obiettivi di presidio delle relazioni con gli stakeholder. Molto dettagliate appaiono la trattazione dei profili organizzativi e di gestione e la presentazione del modello di governo societario, di cui si delineano anche i principali aspetti di funzionamento. Il bilancio di sostenibilità emerge per accuratezza e chiarezza, con numerosi contenuti innovativi, che testimoniano una concreta volontà di ascolto delle esigenze dei diversi portatori di interesse". Il premio è stato ritirato dall'Amministratore Delegato della banca Miro Fiordi.

E.ON Energia Awards

Il Gruppo Credito Valtellinese è stato premiato a fine anno per la realizzazione del nuovo Centro Servizi di Via Feltre 75 a Milano in occasione degli E.ON Energia Awards (sezione "efficienza negli edifici") - iniziativa volta a sostenere le aziende che hanno adottato soluzioni innovative ed ecosostenibili in grado di generare benefici sia in termini ambientali sia in termini di maggiore competitività. "L'assegnazione di questo premio ci dà grande soddisfazione in quanto testimonia come l'attenzione del Gruppo Credito Valtellinese al territorio sia a 360 gradi: non solo orientata alla clientela e agli stakeholder, ma anche alla collettività" - ha dichiarato il Presidente del Creval Giovanni De Censi.



Sodalitas Social Awards

Il 24 maggio scorso la Giuria del Sodalitas Social Awards - presieduta dal Prof. Franco Anelli, Rettore dell'Università Cattolica del Sacro Cuore - ha premiato la Carta dei Valori²⁷ del Gruppo Creval in merito alla categoria "Valorizzazione della Persona e del Lavoro".



PREMIO AIFIn - "Banca e Territorio"

In occasione del premio AIFIn "Banca e Territorio" - riconoscimento annuale che si propone di dare notorietà alle iniziative di RSI attivate dalle banche - il Gruppo si è aggiudicato il secondo posto nella categoria Iniziative di comunicazione RSI e bilancio sociale grazie al Piano di Identità e Sostenibilità.

Premio Menichella

Ad inizio 2014 il Creval ha ottenuto il Premio Testimonianza di Nuove Proposte riservato ad Istituti precedentemente insigniti con il Premio "Donato Menichella"²⁸.



²⁷ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/pdf/cartaValori.pdf>

²⁸ La finalità del Premio consiste nell'onorare, nel ricordo e nel segno di un grande economista del passato (Donato Menichella, governatore di Banca d'Italia dal 1948 al 1960), studiosi e istituzioni finanziarie che si sono impegnati nel proporre e realizzare progetti di crescita nel nostro Paese.

Governo d'impresa

La *corporate governance* abbraccia una serie di regole - sia legislative sia interne -, relazioni, processi e sistemi aziendali tramite i quali viene esercitato il governo e controllo d'impresa: la sua struttura esprime le direttive, i processi e le responsabilità che guidano il perseguimento degli obiettivi aziendali - riassunti nella *mission* d'impresa - nonché i mezzi per il raggiungimento e la misurazione dei risultati. I principi fondamentali della *corporate governance* all'interno del Gruppo si richiamano ai termini "trasparenza" e "correttezza dei comportamenti" e sono volti a una sana e prudente gestione coerentemente con la normativa vigente riassunta nel Testo Unico Bancario.

Nel corso del 2013 è avanzata la progressiva attuazione del piano di riassetto della struttura societaria del Gruppo, previsto dal Piano Strategico 2011-2014, deliberato nel febbraio 2011 e successivamente aggiornato. Particolare rilievo hanno assunto:

- » la fusione per incorporazione di Del-tas nel Credito Valtellinese;
- » la cessione dell'intera partecipazione di Creval in Aperta Fiduciaria.

In data 18 febbraio 2014 Il Consiglio di Amministrazione del Credito Valtellinese ha deliberato un nuovo assetto della struttura organizzativa della Capogruppo costituendo quattro aree specializzate a diretto riporto dell'Amministratore Delegato e Direttore Generale Miro Fiordi.

In sintesi²⁹:

- » il Condirettore Generale Luciano Camagni è preposto alla "Area Crediti";
- » al Vicedirettore Generale Mauro Selvetti è attribuita l'"Area Commerciale"; in tale ambito, il Vicedirettore Generale Franco Sala presiede la Macroarea Territoriale "Milano, Centro Italia e Piemonte";
- » il Vicedirettore Generale Umberto Colli ha la responsabilità dell'"Area Finanza e Operations";
- » al Vicedirettore Generale Enzo Rocca è affidata l'"Area Rischi e Controlli".

Le funzioni di pianificazione e capital management, governo delle risorse umane, oltre al settore partecipazioni e affari societari e alla gestione delle sofferenze (in capo a Finanziaria San Giacomo), riportano direttamente all'Amministratore Delegato.

Il disegno imprenditoriale unitario³⁰

Il disegno imprenditoriale unitario del Gruppo è perseguito e realizzato attraverso l'identificazione di:

- » obiettivi e piani strategici comuni e delle singole Società;

- » piani operativi comuni e delle singole Società;
- » modelli previsionali e di controllo annuali comuni e delle singole Società;
- » budget annuali dei costi non finanziari

- di Gruppo e delle singole Società;
- » ordinamento organizzativo di Gruppo. Queste componenti sono approvate dai competenti organi della Capogruppo e quindi fatte proprie, per quanto di pertinenza, dagli organi delle singole Società. Alla Capogruppo competono la gestione ed il controllo delle tematiche di carattere strategico e delle politiche settoriali di Gruppo. In particolare, anche sulla base di apposite convenzioni, il Credito Valtellinese svolge in forma accentrata i seguenti servizi:
 - » la pianificazione e il controllo strategico e gestionale;
 - » l'elaborazione delle strategie delle politiche commerciali, della comunicazione e delle iniziative sul territorio;
 - » lo sviluppo ed il monitoraggio del modello imprenditoriale unitario e la realizzazione dei progetti da realizzare per l'implementazione delle linee strategiche del Gruppo;
 - » la gestione e la formazione delle risorse umane;
 - » la gestione amministrativo-contabile e la consulenza in materia fiscale;
 - » l'assistenza e la consulenza per le questioni legali;
 - » la consulenza in materia societaria e legale;
 - » il coordinamento dell'attività di auditing sui processi operativi;
 - » il monitoraggio dei rischi assunti nell'ambito dell'attività bancaria;
 - » l'indirizzo, il coordinamento e repor-

- ting nella definizione del modello di compliance del Gruppo;
 - » i sistemi di Qualità;
- mentre alla Direzione Crediti del Credito Valtellinese è affidato il presidio della qualità dell'attivo di tutto il Gruppo, attraverso:
- » la definizione delle politiche e dei criteri necessari alla valutazione e gestione dei rischi di credito;
 - » il supporto alla gestione attiva degli asset;
 - » il contributo alla creazione di una cultura del rischio condivisa a livello unitario all'interno del Gruppo.

La Capogruppo svolge la propria attività di definizione, governo e controllo del disegno imprenditoriale unitario, coordina e indirizza le fasi centrali dei processi di produzione amministrativa e gestionale, gestisce in forma unitaria e accentrata, sulla base di apposite convenzioni, determinati servizi inerenti a detti processi.

L'organizzazione del Gruppo è basata, per quanto concerne la fase realizzativa, sui seguenti principi, suddivisi nelle seguenti aree:

- » Area Mercato: formata dalle banche territoriali;
- » Area della Finanza specializzata: composta da Global Assicurazioni, Global Broker, Mediocreval, Finanziaria San Giacomo e Creset Servizi Territoriali;
- » Area della Produzione: formata dalle società Bankadati Servizi Informatici e Stelline Servizi Immobiliari.



²⁹ <http://www.creval.it/comunicatistampa/pdf/20140218.pdf>

³⁰ Relazione governo societario 2013. http://www.creval.it/investorRelations/pdf/cv_assemblea2014_relazioneGoverno.pdf

Modello di amministrazione e controllo³¹

Il Gruppo adotta il modello di amministrazione e controllo tradizionale attraverso i seguenti Organi Sociali:

- » Assemblea, organo sovrano in posizione apicale rispetto alla supervisione, gestione e controllo in cui si realizza la rappresentanza del corpo sociale e quindi dei territori di riferimento;
- » Consiglio di Amministrazione, cui compete l'amministrazione ordinaria e straordinaria del Credito Valtellinese (banca Capogruppo) e l'attuazione del disegno unitario, anche mediante le attività delegate al Comitato Esecutivo; nell'ambito del Consiglio sono istituiti comitati consultivi per la formulazione di proposte all'Organo Amministrativo (Comitato Strategico, Comitato Controllo Interno, Comitato Nomine, Comitato Remunerazione e Comitato Operazioni con Parti Correlate).
- » Collegio Sindacale, a cui spetta - secondo quanto disposto dall'art. 149 del Decreto legislativo 24 febbraio 1998, n.

58 (TUF) - il compito di vigilare:

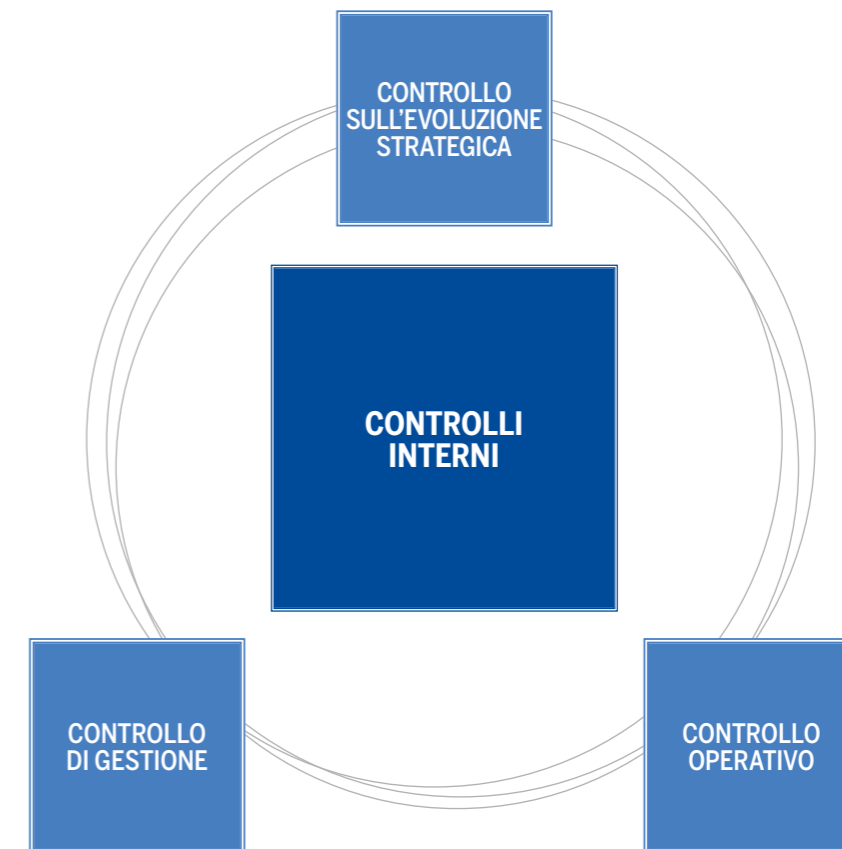
- sull'osservanza della legge e dell'atto costitutivo;
- sul rispetto dei principi di corretta amministrazione;
- sull'adeguatezza della struttura organizzativa del Gruppo per gli aspetti di competenza, del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo contabile nonché sull'affidabilità di quest'ultimo nel rappresentare correttamente i fatti di gestione;
- sulle modalità di concreta attuazione delle regole di governo societario previste da codici di comportamento redatti da società di gestione di mercati regolamentati o da associazioni di categoria cui il Gruppo, mediante informativa al pubblico, dichiara di attenersi;
- sull'adeguatezza delle disposizioni impartite alle società controllate ai sensi dell'articolo 114, comma 2.

Elementi del Sistema dei Controlli Interni del Gruppo³²

In coerenza con le disposizioni di Vigilanza, il sistema dei controlli interni è inteso come l'insieme delle regole, procedure e strutture organizzative che mirano ad assicurare il rispetto delle strategie aziendali e il conseguimento delle seguenti finalità:

- » efficacia ed efficienza dei processi aziendali;

- » salvaguardia del valore delle attività e protezione dalle perdite;
- » affidabilità e integrità delle informazioni contabili e gestionali;
- » conformità delle operazioni alla legge, alla normativa di Vigilanza alle politiche, ai piani, ai regolamenti e alle procedure interne.



Nel quadro della propria attività di direzione e coordinamento del Gruppo bancario, la Capogruppo esercita costantemente:

- » un controllo sull'evoluzione strategica delle diverse aree di business in cui opera il Gruppo;
- » un controllo di gestione volto ad assicurare il mantenimento delle condizioni di equilibrio con riguardo ai

profili tecnici gestionali di redditività, patrimonializzazione e liquidità sia delle singole società, sia del Gruppo nel suo complesso;

- » un controllo di tipo operativo finalizzato alla valutazione dei diversi profili di rischio apportati dalle singole controllate, che attiene prevalentemente alla sfera del *risk management*.



³¹ Relazione governo societario 2013. http://www.creval.it/investorRelations/pdf/cv_assemblea2014_relazioneGoverno.pdf

³² Relazione governo societario 2013. http://www.creval.it/investorRelations/pdf/cv_assemblea2014_relazioneGoverno.pdf

Credito Valtellinese: struttura del capitale sociale, del Consiglio di Amministrazione e dei comitati consiliari

Struttura del capitale sociale

Tipologia di azioni	N° azioni	% rispetto al capitale	Quotazione	Diritti e Obblighi
Azioni ordinarie	470.964.786	100%	MTA	Tutte le azioni ordinarie conferiscono i medesimi diritti, amministrativi e patrimoniali
Azioni con diritto di voto limitato	-	-	-	-
Azioni prive del diritto di voto	-	-	-	-

Altri strumenti finanziari (attribuenti il diritto di sottoscrivere azioni di nuova emissione)

	Quotato/non quotato	N° strumenti in circolazione	Categoria di azioni al servizio della conversione/ Anno di esercizio	N° azioni al servizio della conversione/ esercizio
Warrant azioni ordinarie 2014	MTA	13.542.116	Azioni ordinarie 2014	13.542.116/2014

Partecipazioni rilevanti nel capitale

Dichiarante	Azionista diretto	Quota % su capitale ordinario	Quota % su capitale votante
-	-	-	-

Identità e sostenibilità

Carica	Componenti	In carica fino a	Esec	Non esec	Indip Codice	Indip TUF	% (*)	N° altri incarichi **	C.C.R. (***) %(*)	C.R. (***) %(*)	C.N. (***) %(*)	C.E. (***) %(*)
P	Giovanni De Censi	31/12/2015		X			94,1	1				X 100
VP	Aldo Fumagalli Romario	31/12/2015		X			88,2	2				X 81,8
AD	Miro Fiordi	31/12/2015	X				100	2				X 100
A	Mario Anolli	20/01/2014		X	X	X	100	-	X	100		
A	Mariarosa Borroni	31/12/2015		X	X	X	90,9	-		X	100	X 100
A	Isabella Bruno Tolomei Frigerio	31/12/2015		X			94,1	3				
A	Gabriele Cogliati	31/12/2015		X			88,2	1				X 100
A	Michele Colombo	31/12/2015		X			70,6	-				
A	Paolo De Santis	31/12/2015		X	X	X	94,1	-			X	100
A	Gionni Gritti	31/12/2015		X	X	X	81,8	-		X	100	
A	Antonio Leonardi	31/12/2015		X		X	90,9	-				
A	Livia Martinelli	31/12/2015		X	X	X	100	-	X	100		
A	Francesco Naccarato	31/12/2015		X	X	X	100	-	X	100		
A	Alberto Ribolla	31/12/2015		X			88,2	1		X	100	X 90,9
A	Paolo Scarallo	31/12/2015		X			100	1				
VPV	Angelo Palma	27/04/2013		X			100	1	X	100		
A	Fabio Bresesti	27/04/2013		X	X	X	100	-		X	100	X 100
A	Paolo Stefano Giudici	27/04/2013		X	X	X	100	-	X	100	X	100
A	Franco Moro	27/04/2013		X	X		100	1	X	100		X 75
A	Valter Pasqua	27/04/2013		X	X		83,3	-			X	100

Quorum richiesto per la presentazione delle liste in occasione dell'ultima nomina: quota di partecipazione non inferiore allo 0,3% del capitale sociale, oppure almeno 400 Soci.

N. riunioni svolte durante l'esercizio di riferimento: CDA: 17 CCR:13 CR: 6 CN: 6 CE: 11

Legenda

Carica: P = Presidente, VP = Vice Presidente, AD= Amministratore Delegato, A = Amministratore. VPV = Vice Presidente Vicario

Esec./Non esec.: il consigliere indicato è qualificato come esecutivo ovvero non esecutivo

Indip. Codice: il consigliere indicato è qualificato come indipendente secondo i criteri stabiliti dal Codice

Indip. TUF: l'amministratore è in possesso dei requisiti di indipendenza stabiliti dall'art. 148, comma 3, del TUF (art. 144-decies, del Regolamento Emittenti Consob)

Numero Altri incarichi: numero di incarichi di amministrazione o sindaco ricoperti dal soggetto interessato in altre società quotate in mercati regolamentati, anche esteri, in società finanziarie, bancarie, assicurative o di rilevanti dimensioni

C.C.R.: Comitato Controllo e Rischi, **C.R.:** Comitato Remunerazione, **C.N.:** Comitato Nomine, **C.E.:** Comitato Esecutivo

* In questa colonna è indicata la percentuale di partecipazione degli amministratori alle riunioni rispettivamente del C.d.A. e dei comitati (n. di presenze/n. di riunioni svolte durante l'effettivo periodo di carica del soggetto interessato).

**In questa colonna è indicato il numero di incarichi di amministratore o sindaco ricoperti dal soggetto interessato in altre società quotate in mercati regolamentati, anche esteri, in società finanziarie, bancarie, assicurative o di rilevanti dimensioni.

***in questa colonna è indicata con una "X" l'appartenenza del membro del C.d.A. al comitato.



Relazioni di scambio economico: il Valore Aggiunto

<i>Valore Aggiunto</i>	42
» <i>La creazione</i>	42
» <i>La ripartizione</i>	44

Di autenticamente estetico
non c'è che la relazione.

Umberto Eco

La creazione del Valore Aggiunto

Stato patrimoniale riclassificato (IN MIGLIAIA DI EURO)	2012	2013
Attività		
Cassa e disponibilità liquide	227.330	204.947
Attività finanziarie	3.900.754	3.962.885
Crediti	23.638.581	21.074.089
Immobilizzazioni	1.070.647	995.289
Altre voci all'attivo	1.058.751	961.493
Totale attivo	29.896.063	27.198.703
Passività		
Debiti	26.648.186	24.151.642
Fondi a destinazione specifica	257.981	243.029
Altre voci del passivo	1.002.821	890.773
Patrimonio di pertinenza di terzi	5.201	5.188
Patrimonio netto	1.981.874	1.908.071
Totale passivo	29.896.063	27.198.703
Conto economico riclassificato (IN MIGLIAIA DI EURO)	2012	2013
Margine d'interesse	478.096	463.170
Commissioni e proventi netti dell'attività finanziaria	315.249	346.582
Altri proventi netti	18.245	18.440
Proventi operativi	811.590	828.192
Oneri e spese di gestione	-493.447	-466.291
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	-742.762	-321.977
Risultato lordo della gestione operativa	-424.619	39.924
Imposte sul reddito, proventi netti da investimenti e utile di pertinenza di terzi	102.180	-28.214
Utile (Perdita) d'esercizio	-322.439	11.710
Indici significativi	2012	2013
Impieghi lordi a clientela / Numero medio dipendenti (IN MIGLIAIA DI EURO)	5.441	5.198
Raccolta globale da clientela / Numero medio dipendenti (IN MIGLIAIA DI EURO)	7.790	7.624
Proventi operativi / Numero medio dipendenti (IN MIGLIAIA DI EURO)	190	198
Risultato lordo di gestione / Numero medio dipendenti	-99	10
Raccolta diretta da clientela / Numero medio dipendenti (IN MIGLIAIA DI EURO)	5.170	4.950
Impieghi a clientela / Totale attivo	73,6%	74,3%
Raccolta diretta da clientela / Totale attivo	73,9%	76,0%
Raccolta gestita / Raccolta indiretta	44,1%	46,2%
Sofferenze nette / Impieghi a clientela	2,8%	4,0%

Si rileva che il conto economico del periodo di confronto è stato riclassificato per un importo pari a 1.217 mila € dalla voce "190. Altri oneri/proventi di gestione" alla voce "130. d) Altre operazioni finanziarie" per fornire una più aderente rappresentazione degli oneri subiti per impegni assunti verso i sistemi interbancari di garanzia.



Indici di struttura	2012	2013
Numero medio dipendenti	4.275	4.173
Numero dipendenti	4.362	4.312
Numero sportelli	544	543
Indici patrimoniali	2012	2013
Patrimonio netto / Impieghi lordi a clientela	8,5%	8,8%
Patrimonio netto / Raccolta diretta da clientela	9,0%	9,2%
Patrimonio di vigilanza / Attività di rischio ponderate	11,5%	12,2%
Determinazione del valore economico generato (IN MIGLIAIA DI EURO)	2012	2013
Interessi attivi e proventi assimilati	1.008.139	940.605
Interessi passivi e oneri assimilati (-)	-530.043	-477.435
Commissioni attive	309.529	311.064
Commissioni passive (-)	-43.939	-44.261
Dividendi e proventi simili	299	737
Risultato netto dell'attività di negoziazione	5.216	6.376
Risultato netto dell'attività di copertura	-311	-666
Utili (Perdite) da cessione o riacquisto di:		
a) crediti	-	2.996
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	23.586	66.453
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-
d) passività finanziarie	3.553	-1.867
Rettifiche/riprese di valore nette per deterioramento di:		
a) crediti	-354.492	-266.453
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	-34.334	-19.810
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-
d) altre operazioni finanziarie	-3.640	-3.638
Altri oneri/proventi di gestione	67.328	70.439
Utili (perdite) delle partecipazioni (per la quota di "utili/perdite da cessione")	-104	9.149
Utili (perdite) da cessione di investimenti	-71	-414
Utile delle attività non correnti in via di dismissione al netto delle imposte	26.430	-
Totale valore economico generato	477.146	593.275

La ripartizione del Valore Aggiunto

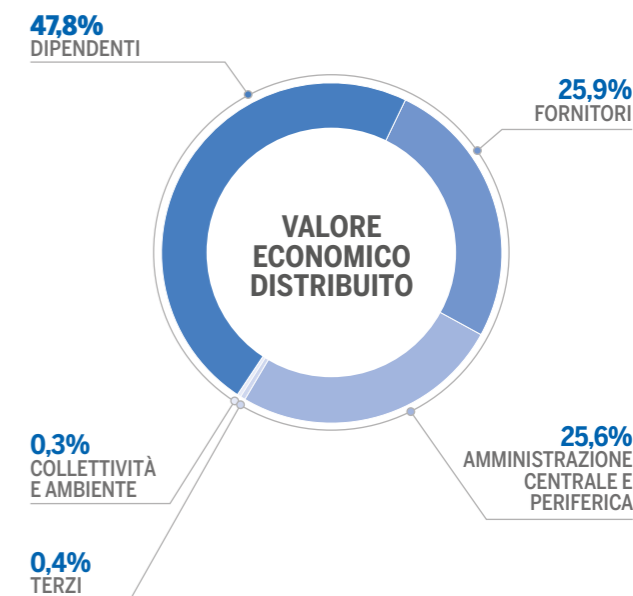
Prospetto di distribuzione del Valore Aggiunto (IN MIGLIAIA DI EURO)	2012	2013
Totale valore economico generato	477.146	593.275
Altre spese amministrative (al netto imposte indirette ed elargizioni/liberalità)	165.965	161.225
Valore economico distribuito ai fornitori	165.965	161.225
Spese per il personale	321.225	297.410
Valore economico distribuito ai dipendenti	321.225	297.410
Utile (perdita) d'esercizio di pertinenza di terzi	4.313	2.595
Valore economico distribuito a terzi	4.313	2.595
Utile attribuito agli azionisti	-	-
Valore economico distribuito agli azionisti	-	-
Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse	60.276	62.962
Imposte sul reddito dell'esercizio (per la quota relativa alle imposte correnti, alle variazioni delle imposte correnti dei precedenti esercizi e alla riduzione delle imposte correnti dell'esercizio)	93.148	96.900
Valore economico distribuito amministrazione centrale e periferica	153.424	159.862
Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità*	1.227	1.608
Utile assegnato al fondo di beneficenza	-	-
Valore economico distribuito a collettività e ambiente	1.227	1.608
Totale valore economico distribuito	646.154	622.700
Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	6.838	3.374
Rettifiche/riprese di valore nette su attività materiali	22.576	21.323
Rettifiche/riprese di valore nette su attività immateriali	11.390	11.199
Utili (Perdite) delle partecipazioni (per la quota componente valutativa: "svalutazioni/rivalutazioni", "rettifiche di valore da deterioramento/riprese di valore", "altri oneri/proventi")	-16.732	-5.750
Rettifiche di valore dell'avviamento	302.570	-
Imposte sul reddito dell'esercizio (per la quota relativa alla variazione delle imposte anticipate e alla variazione delle imposte differite)	-173.211	-71.281
Utile (perdita) d'esercizio di pertinenza della Capogruppo - Quota destinata a (prelevata da) riserve	-322.439	11.710
Totale valore economico trattenuto	-169.008	-29.425

La destinazione del Valore Aggiunto

Il Valore Economico generato e la sua distribuzione indicano quantitativamente il servizio del Gruppo ai propri stakeholder e la misura del riparto agli stessi, resa evidente dalla rappresentazione grafica in percentuale. I tre grandi "percettori" di ricchezza di cui al Valore Aggiunto risultano i 4.312 dipendenti del Gruppo, i fornitori e l'amministrazione fiscale.

In ordine decrescente di rilevanza numerica, con riferimento alla quota del valore economico distribuito:

- » ai collaboratori sono stati destinati 297,4 milioni € (in percentuale il 2% in meno che nel 2012);
- » i fornitori sono risultati "aggiudicatari" di 161,2 milioni € per i servizi resi (+0,2%);
- » imposte e tasse hanno inciso per 159,9 milioni € (esattamente 2 punti percentuali in più) sulla ripartizione;
- » ai terzi sono stati distribuiti 2,6 milioni € (-0,3%);
- » 1,6 milioni € sono risultati di pertinenza di collettività e ambiente (+0,1%).



Valore economico distribuito (IN MIGLIAIA DI EURO)	2012	2013
Totale	646.154	622.700
Ripartizione:		
Fornitori	165.965	161.225
Dipendenti	321.225	297.410
Terzi	4.313	2.595
Azionisti	-	-
Amministrazione centrale e periferica	153.424	159.862
Collettività e ambiente	1.227	1.608

* Il dato 2013 include i contributi erogati alla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese.



Relazioni di scambio sociale

Soci	49
Clienti	58
Risorse Umane	75
Media	90
Fornitori	92
Stato, autonomie locali e istituzioni. Creset	96
Collettività: Fondazione Gruppo Credito Valtellinese e sponsorizzazioni	101

(...) la “buona” reputazione appare esprimere anche il benevolo giudizio delle “parti interessate” (gli stakeholder, appunto), quindi non solo degli azionisti e dei consumatori soddisfatti della qualità dei servizi e dei prodotti, ma anche dei dipendenti, delle organizzazioni sindacali, degli enti e comunità locali, dei risparmiatori ed altro, come scrive Rayner (2003). La reputazione diviene il termometro del rapporto tra l’impresa ed il mondo circostante, compatibilmente al vantaggio concorrenziale che fornisce verso la clientela (Fombrun, 1996).

Reputazione e rischio reputazionale in economia, J. Schettini Gherardini, pg 19 (2011)

Gli Stakeholder

COLLETTIVITÀ

Il Gruppo ha l'obiettivo di rappresentare un punto di riferimento per le zone in cui opera, promuovendo attività socialmente responsabili.

CLIENTI

La reciproca fiducia è alla base del rapporto tra le banche del Gruppo e i clienti, in un'ottica di salvaguardia della relazione nel medio-lungo periodo.

RISORSE UMANE

Ricoprono un ruolo fondamentale per il Gruppo, caratterizzandone l'identità. Sono loro destinati percorsi di carriera meritocratici, trasparenti ed in linea con le singole potenzialità.

SOCI

Il Socio non rappresenta semplicemente l'azionista da remunerare, ma la prima garanzia di solidità e ricchezza. La natura di Socio-cliente enfatizza un legame di lungo periodo con le banche del Gruppo.

STATO, AUTONOMIE LOCALI E ISTITUZIONI

Il Gruppo instaura rapporti economici, operativi e relazionali trasparenti con gli enti pubblici, anche tramite le consolidate attività di gestione dei servizi di tesoreria e cassa.

FORNITORI

Il Gruppo persegue un'attenta politica di scelta al riguardo, instaurando rapporti che contribuiscono alla creazione del valore.

MEDIA

Il Gruppo intrattiene relazioni continuative con i media a livello locale e nazionale, evidenziando - in linea con la propria mission - oltre ai dati economico-finanziari di periodo le proprie iniziative sul territorio.

Gli stakeholder di riferimento sono individuati - in un'ottica di bilanciamento degli interessi - sulla base della determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto (Capitolo 2) e della loro rilevanza

intrinseca in termini di interazione con il Gruppo, di capacità di influenza nei suoi confronti e di potenzialità di esserne a loro volta influenzati.



Soci

All'interno del Gruppo la figura del Socio si posiziona in un ruolo di fondamentale importanza in quanto inserito in una relazione di fiducia di lungo periodo caratterizzata da un alto livello di qualità e trasparenza (in questo senso è da intendersi il termine, diverso dalla qualifica di Azionista puro).

Scegliere di entrare nella compagine sociale del Credito Valtellinese non significa solo essere titolare delle sue quote di capitale, ma dividerne il progetto d'impresa e farne parte - sulla base in particolare degli impegni identificati all'interno della Carta dei Valori³³ -, in una prospettiva di crescita sostenibile per tutta la comunità di riferimento.

Oltre al diritto di partecipazione alla distribuzione degli utili sotto forma di dividendi, il Socio gode di una serie di vantaggi così riassumibili:

» ha facoltà di partecipare attivamente alla vita sociale tramite l'Assemblea

annuale dei Soci, che rappresenta l'evento principale della vita aziendale;

» usufruisce di servizi e prodotti a condizione di favore - come i Conti della Linea Armonia e SocioInCreval Premium. Inoltre, a parità di garanzie offerte, ha diritto di priorità rispetto ai non Soci per quanto riguarda l'apertura di linee di credito;

» accede a una serie di sconti concordati con esercenti clienti e/o partner commerciali del Gruppo (iniziativa SocioInCreval³⁴, nata nel 2013); al riguardo può raccogliere informazioni e fornire suggerimenti attraverso il sito Internet www.socioincreval.it, il Numero Verde 800.184.919, la casella di posta elettronica socioincreval@creval.it e l'apposita pagina Facebook, all'interno della quale aderisce alle proposte e alle occasioni che i clienti esercenti del Gruppo mettono a sua esclusiva disposizione.



³³ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/pdf/cartaValori.pdf>

³⁴ Vd. pg 56.

Soci nel Gruppo

Alla fine dell'anno il numero dei Soci ha superato la soglia delle 130.000 unità (+8,2%) posizionandosi al livello storico massimo. In particolare, i detentori di quote del capitale della banca Capogruppo Credito Valtellinese dotati anche dei cosiddetti diritti amministrativi sono 9.796 in più rispetto a fine 2012.

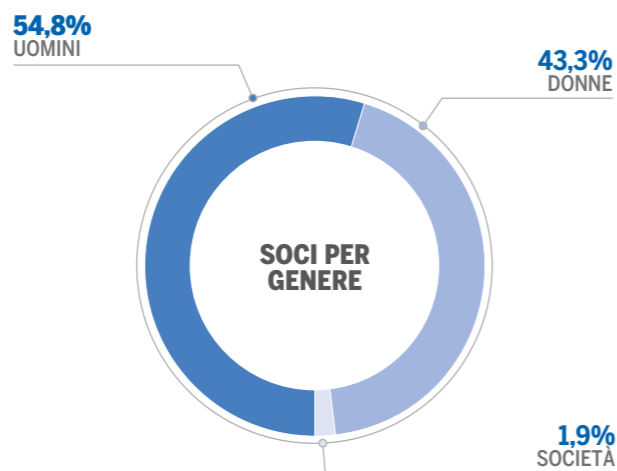
Soci Gruppo - Banca	Numero Soci 2013
Credito Valtellinese	129.591
Credito Siciliano	705
Carifano	1
Mediocreval	3
Totale	130.300

Soci sul territorio

Per quanto riguarda la distribuzione sul territorio, in ordine di presenza - segnaliamo il dato solo con riferimento alle cinque evidenze principali - la Lombardia "spesa" per il 72,6% del dato totale seguita dalla Sicilia con il 7,9%, il Lazio (5%), le Marche (3,9%) e il Piemonte (3,2%).

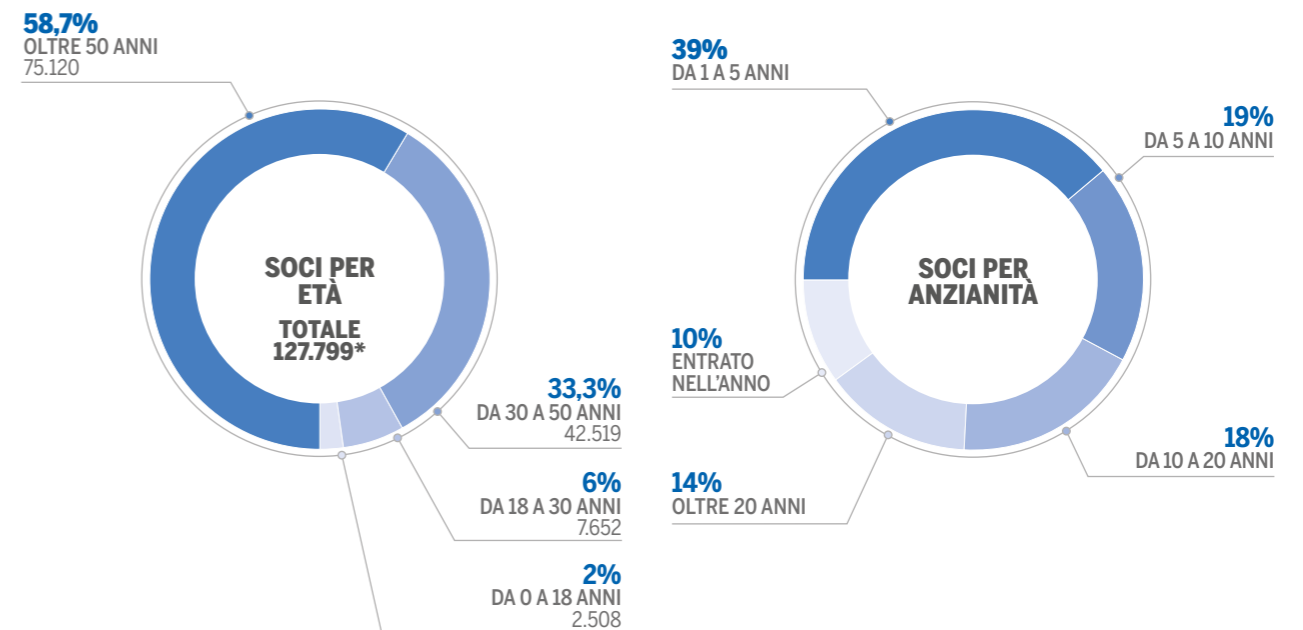
	2013	%
Italia - Nord	105.527	81,0
Italia - Centro	13.980	10,7
Italia - Sud	10.583	8,1
Estero	210	0,2
Totale	130.300	100

Soci per genere, per età e per anzianità



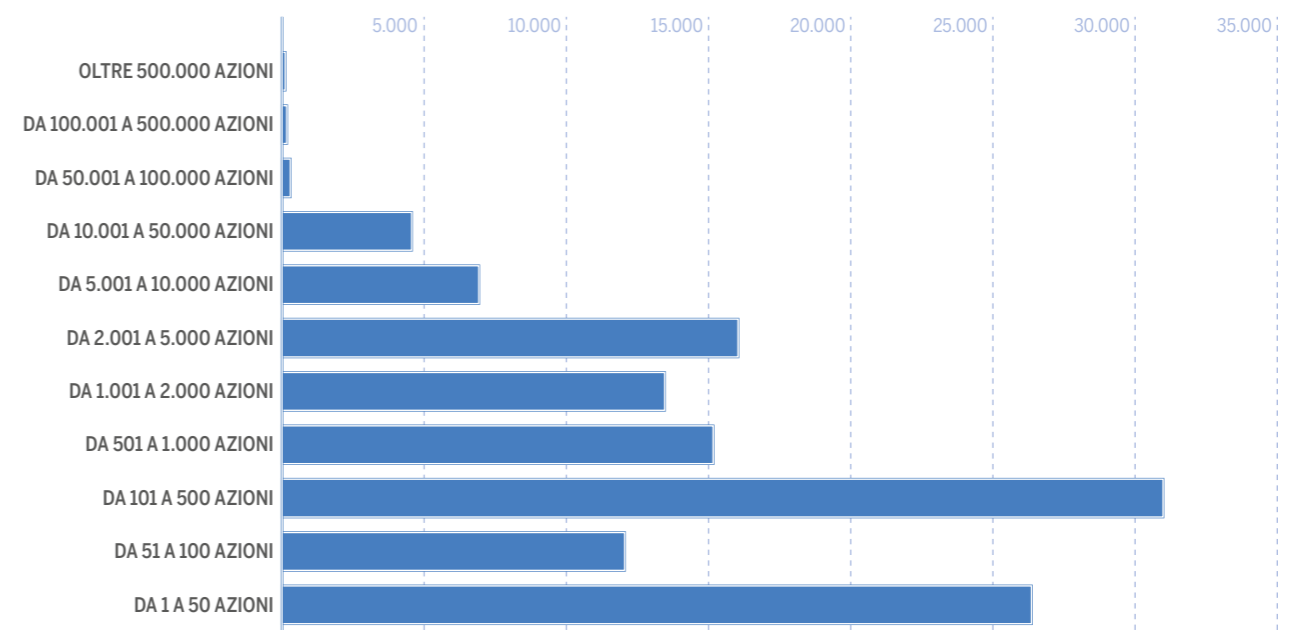
*Persone fisiche

Relazioni di scambio sociale



Rileva il dato dei Soci che detengono azioni da oltre 10 anni, pari in numero a 41.652 unità (poco meno di un terzo del novero complessivo della categoria).

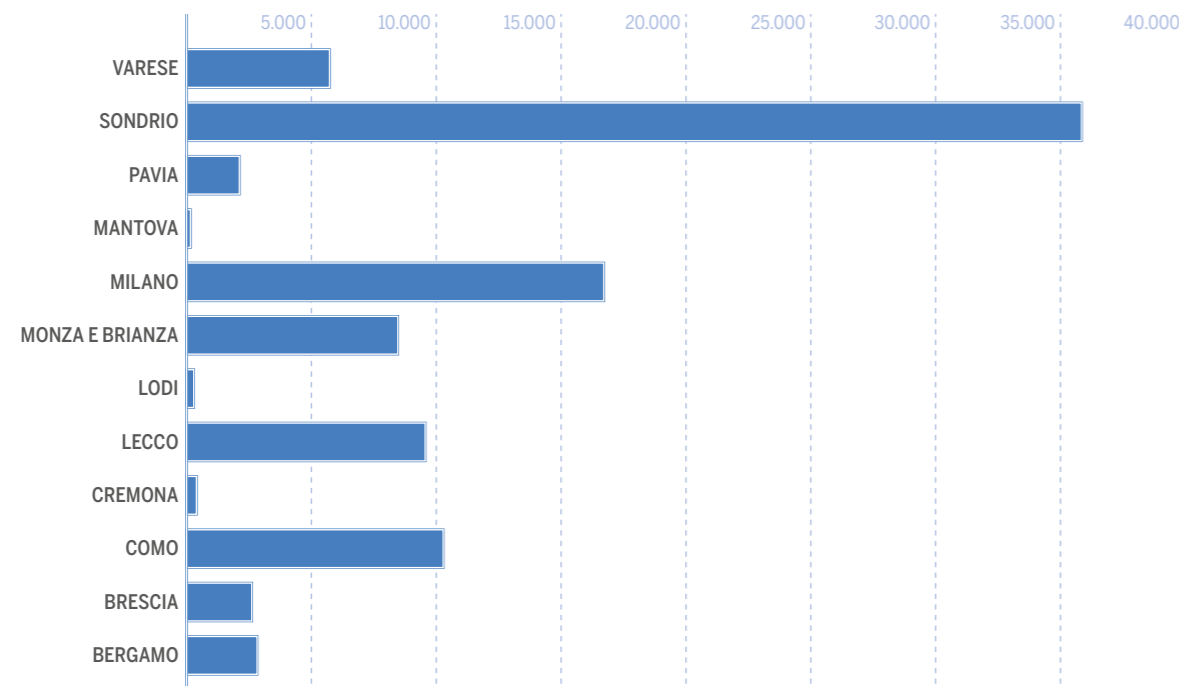
Soci Credito Valtellinese



Come si può notare dal grafico, a fine 2013 oltre 30.000 Soci del Credito Valtellinese detengono dalle 101 alle 500 azioni della banca, mentre oltre 5.000 soggetti possiedono una quota azionaria assolutamente rilevante (superiore alle 10.000

unità). Questi numeri sono di particolare significato alla luce del fatto che nell'Assemblea della Banca capogruppo, in qualità di banca popolare, vige il principio del voto capitaro.

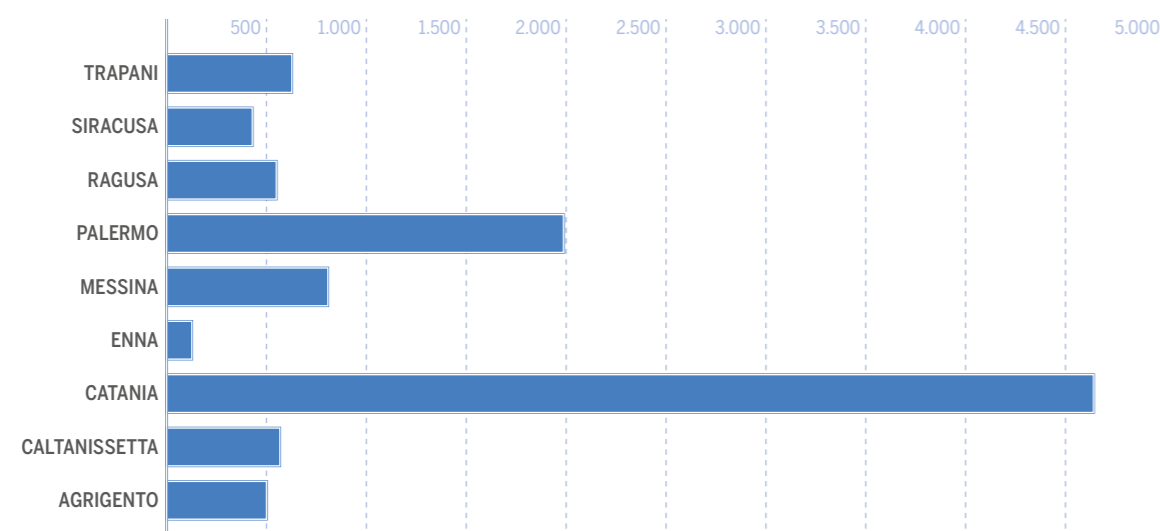
Soci per provincia - Lombardia



Per quanto riguarda la Lombardia Sondrio e Milano risultano le province più significative dal punto di vista della numerosità di Soci. In particolare il primo territorio, luogo di nascita del Gruppo, evidenzia oltre 35.000 soggetti in possesso di quote del titolo e di poteri amministrativi - un dato che enfatizza la stretta relazione tra

Creval e il territorio d'origine; il secondo ha visto accrescersi la quota-parte di pari passo con il processo di crescita, realizzatosi in particolare con l'acquisizione del Credito Artigiano nel 1995 e con l'apertura di nuovi sportelli nella maggiore provincia della regione.

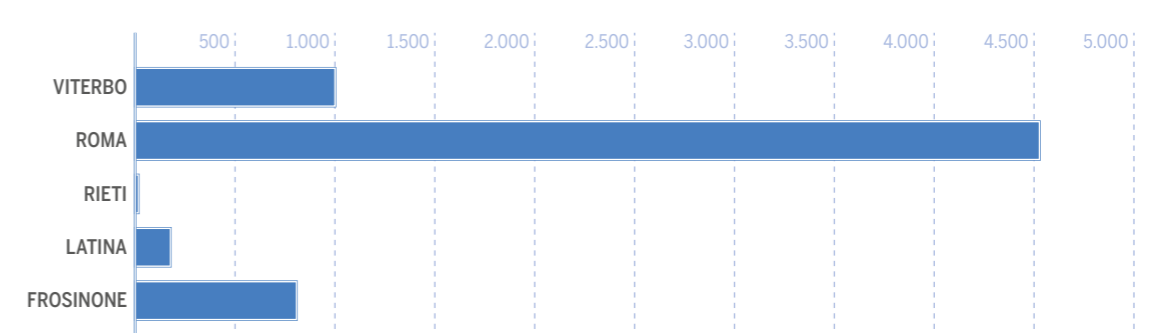
Soci per provincia - Sicilia



La provincia siciliana più corposa dal punto di vista del numero di Soci è Catania, con oltre 4.600 unità.

Seguono Palermo e Messina con rispettivamente 1.990 e 809 Soci.

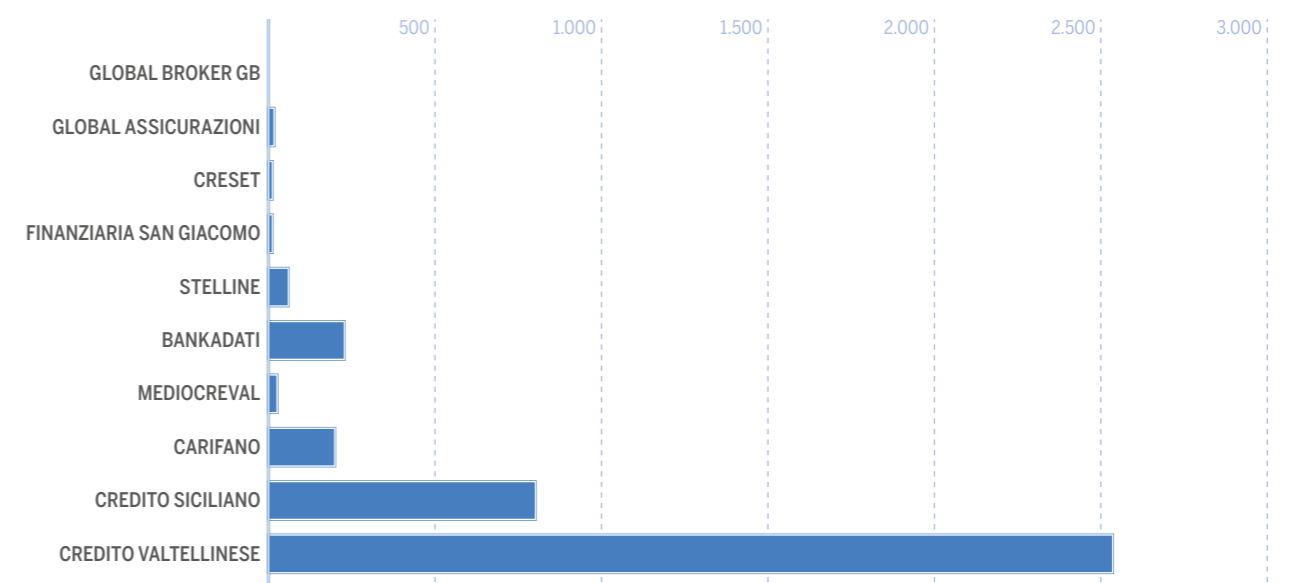
Soci per provincia - Lazio



Come riportato dal grafico, Roma e Viterbo sono le due province in cui si registra

il maggior numero di Soci nel Lazio - in particolare rispettivamente 4.534 e 1.016.

Soci Collaboratori



I Soci Collaboratori del Gruppo sono 3.898 - a fronte di un numero complessivo di dipendenti pari a 4.312, per lo più in possesso di azioni del Credito Valtellinese e del Credito Siciliano. Il loro elevato numero all'interno di questa categoria di stakeholder, che si raffigura sempre più

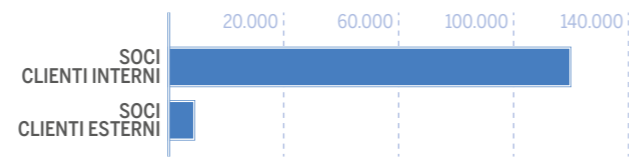
come una comunità, rappresenta un fattore di orgoglio e soddisfazione e un indice di senso di appartenenza non trascurabile (quest'ultimo elemento è compreso tra gli otto Valori dell'omonima Carta del Gruppo³⁵).



³⁵ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/pdf/cartaValori.pdf>

Soci-clienti

Quasi la totalità dei Soci viene gestita direttamente all'interno di un dossier titoli in capo a banche del Gruppo; meno del 6% di loro è titolare di rapporti in essere presso aziende di credito terze.



Evoluzione storica dei Soci. Cenni

Dal momento della propria nascita nel 1908 - i Soci erano allora 112 per 1.489 azioni complessivamente detenute - il Credito Valtellinese ha coinvolto in misura progressivamente crescente soggetti interessati ad aderire alla compagine sociale. Nel primo centenario dalla nascita del Gruppo il loro numero è "esploso" at-

standosi a 83.102 unità. In particolare, dal 2006 al 2013 il tasso di crescita è risultato pari al 79,9%, con picchi di oltre il 21% dal 2011 al 2012 grazie anche all'incorporazione di Banca Cattolica e Credito del Lazio in Credito Artigiano e di Bancaperta, Banca dell'Artigianato e dell'Industria e Credito Piemontese in Credito Valtellinese.

Andamento dei mercati e azione Creval

L'andamento dei titoli finanziari italiani è stato caratterizzato nel 2013 in primis da un ritorno di fiducia degli investitori internazionali nei confronti del nostro Paese la cui manifestazione "numerica" più conosciuta è consistita nella riduzione dello *spread* tra Italia e Germania. La compressione del rischio-Paese Italia si è riflessa anche sul comparto bancario che ne ha beneficiato scontando un quadro operativo (che permane difficile) meno problematico e meno penalizzante.

Sul fronte regolamentare il 2013 ha visto l'inizio della costruzione dell'Unione bancaria, che tra i propri pilastri vede l'accentramento della vigilanza sulle principali banche europee - tra cui anche il Credito Valtellinese - in capo alla Banca Centrale Europea. In questo modo l'Unione europea si prefigge di valutare in maniera omogenea il sistema bancario europeo sulla base di parametri di soli-

dità patrimoniale (anche a valenza prospettica). Gli impegni che il settore deve affrontare sono importanti e si riassumono schematicamente in quattro passaggi: vigilanza unica europea per gli intermediari finanziari con un Totale Attivo superiore a 30 miliardi €; Asset Quality Review della BCE; Stress Test dell'EBA; adozione delle nuove policy introdotte con il varo di Basilea 3.

Non si tratta di esercizi matematici o di resistenza fini a se stessi, ma di rappresentazioni fondamentali per garantire da un lato l'affidabilità delle banche a cui i depositanti concedono in fiducia i propri risparmi e dall'altro la capacità delle stesse di sostenere efficacemente il progresso economico del territorio di operatività. L'obiettivo che l'Unione europea si propone con queste riforme consiste nell'assicurare maggiore stabilità al sistema finan-

ziario e al contempo nel dotare il contesto economico di attori finanziari solidi.

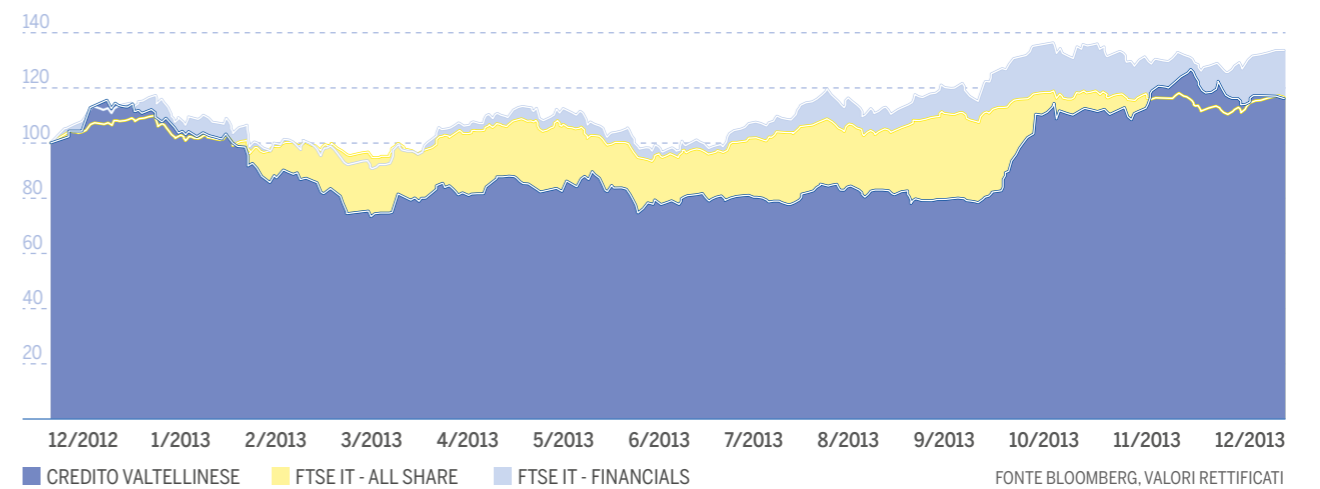
Il 2013 ha rappresentato l'anno della "grande normalizzazione" dell'economia; ne ha beneficiato anche la capitalizzazione del Credito Valtellinese che, se in media d'anno ha sfiorato un valore di 500 milioni €, negli ultimi due mesi di rilevazione si è attestata ampiamente al di sopra dei 600 milioni €.

L'azione della banca Capogruppo ha registrato andamenti relativamente con-

trastanti e non lineari rispetto ai titoli di riferimento FTSE IT-All Share e FTSE IT-Financials e in particolare con riferimento al settore finanziario. Dopo una relativa stabilità nel periodo aprile-settembre, il valore di Borsa ha evidenziato un rialzo decisivo, in linea con gli indici di riferimento soprannominati. La quotazione media del titolo si è attestata a 1,083 €, con un minimo di 0,8440 registrato il 3 aprile e un massimo di 1,496 evidenziato il 2 dicembre (a valori della chiusura giornaliera).

Andamento del titolo Credito Valtellinese confrontato con gli Indici FTSE IT-ALL SHARE e FTSE IT-FINANCIALS

(base 30 dicembre 2012 = 100)



Rating³⁶

Fitch Ratings

Long term IDR	BB+
Short Term IDR	B
Viability Rating	BB+
Support Rating	3
Support Rating Floor	BB
Outlook	Negativo

Moody's

Long Term Rating	Ba3
Short Term Rating	Not-Prime
Bank Financial Strength	E+
Outlook	Negativo

DBRS

Senior Unsecured Debt & Deposits	BBB (low)
Short Term Debt & Deposits	R-2 (low)
Intrinsic Assessment	BBB (low)
Support Assessment	SA-3
Outlook	Negativo



³⁶ http://www.creval.it/investorRelations/cv_rating.html

Il Socio al centro: l'iniziativa SocioInCreval



Concept

Il 9 aprile 2013 il Presidente Giovanni De Censi e l'Amministratore Delegato Miro Fiordi hanno presentato, nel corso di una conferenza stampa, il progetto "SocioInCreval".

L'iniziativa, studiata per incrementare il valore della relazione tra i Soci e presentata nello scorso numero del Rapporto Sociale, propone loro varie agevolazioni sui prodotti e servizi offerti dal Gruppo e una serie di sconti concordati con esercenti clienti e partner commerciali. Non si tratta di concedere unicamente vantaggi su prodotti bancari ed extra-bancari: obiettivo dell'iniziativa è valorizzare il senso di appartenenza del Socio attraverso la partecipazione ad una rete che mette in contatto il principale stakeholder del Gruppo con gli esercenti imprenditori clienti creando sinergie in termini di opportunità commerciali e di sviluppo di relazioni e vantaggi reciproci.

A fine aprile 2013 oltre 80.000 Soci hanno ricevuto direttamente a casa un kit contenente la lettera di presentazione del programma, una tessera associativa personalizzata e un catalogo che illustra i prodotti e le convenzioni dedicate. A questo primo invio si sono poi aggiunti altri 5.000 Soci.

La tessera è lo strumento che permette al Socio di usufruire in modo semplice e veloce degli sconti previsti dai partner commerciali SocioInCreval.



Scelta dei partner

Gli "associati" sono stati selezionati seguendo due criteri alternativi:

1. eccellenza dei servizi e prodotti offerti;
2. riconoscibilità del brand a livello nazionale o locale.

I settori merceologici proposti nel catalogo sono stati raggruppati in 9 aree:

Shopping Vacanze Auto e moto
Ristoranti Cultura Salute Tempo libero
Benessere Servizi esclusivi

Canali di comunicazione

Tutte le comunicazioni relative al programma vengono gestite tramite diversi canali:

Il web

- » Il sito www.socioincreval.it è stato visto da più di 48.000 utenti per oltre 450.000 pagine visitate; questi possono trovarvi il riepilogo degli sconti e dei vantaggi offerti (sia nel mondo bancario, sia extra-bancario), l'indicazione dei punti vendita degli esercenti convenzionati (identificabili immediatamente sulla mappa grazie alla geolocalizzazione), i contatti (numero verde e casella email) e il Form dedicato agli esercenti per richiedere la partecipazione alla convenzione;
- » la **pagina Facebook**, che ha superato i 3.100 fan, è uno strumento importante in quanto utilizzato per aggiornare in tempo reale i Soci sulle nuove convenzioni, pubblicizzare le offerte speciali last minute (valide per periodi limitati, con sconti consistenti rispetto ai normali prezzi di listino), raccogliere proposte e suggerimenti;
- » la **App gratuita**, scaricata da oltre 950 Soci, permette di rintracciare direttamente dal proprio smartphone o tablet l'indirizzo dei punti vendita che aderiscono al programma. Con pochi "click" è possibile scoprire le offerte presenti nelle vicinanze del luogo in cui il Socio si trova in quel momento o in una diversa località selezionata. Inoltre, il programma fornisce una scheda che descrive l'attività dei partner, i dettagli dell'offerta esclusiva e il percorso da seguire per raggiungere l'esercizio selezionato.

La filiale

- » Rappresenta il veicolo di comunicazione per eccellenza: nelle 543 agenzie del Gruppo sono stati esposti oltre 5.000 manifesti e consegnati gadget personalizzati "SocioInCreval" a tutti i clienti. È stata inoltre distribuita l'Agenda 2014 (consegnata a oltre 64.000 clienti) contenente un inserto che illustra il programma.

La carta stampata

- » Sono state realizzate diverse pagine pubblicitarie con le offerte speciali dei partner su alcune testate del circuito Neetweek in provincia di Sondrio (Centro Valle), Monza e Brianza (Giornale di Monza, Carate, Vimercate, Seregno e Desio), Lecco (Giornale di Lecco e Merate) e Como (Giornale di Olgiate, Erba, Cantù);
- » l'iniziativa è stata inserita nel semestrale **Pleiadi** - il Magazine di Creval (tiratura 130.000 copie) - sia nel numero di aprile sia in quello di ottobre;
- » ogni settimana il giornale Centro Valle, diffuso in provincia di Sondrio, ospita un editoriale che illustra le novità del progetto;
- » l'importo impiegato in investimenti pubblicitari è stato pari a 119.001 € (vd. pg 91).

Un primo bilancio

A pochi mesi dal lancio, l'iniziativa ha registrato un alto grado di successo:

- » tutti gli oltre 130.000 Soci possono usufruire dell'iscrizione al programma;
- » oltre 80.000 di loro usufruiscono degli sconti sui prodotti bancari;
- » oltre 50.000 beneficiano del conto gratuito;
- » oltre 180 esercenti hanno aderito al programma;
- » in tutto il territorio nazionale offrono sconti oltre 1.000 punti vendita;
- » in costante crescita il numero di Soci che utilizzano gli sconti offerti dai partner commerciali.

In Italia nessun altro Gruppo bancario ha sviluppato per i Soci un programma così "personalizzato", completo e dinamico, promosso su tutti i canali di comunicazione al fine di raggiungere tutta la clientela - dal Socio giovane al Socio anziano, dal Socio tecnologico a quello "tradizionale".

Clienti

La politica commerciale del Gruppo

Anche il 2013 è risultato, a seguito della perdurante crisi economica e finanziaria mondiale, un anno molto difficile a livello di redditività per tutto il sistema bancario e per il Gruppo Credito Valtellinese, “operatore tra gli operatori”. Ciò nonostante l’attività commerciale svolta dalla rete territoriale ha fornito risultati positivi e incoraggianti per il futuro: a fine anno Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano hanno incrementato del 2,7% il numero di conti correnti aperti arrivando a superare i 582.000 rapporti in essere - anche grazie al proseguimento del progetto Crescita, iniziato nel 2011 con la

finalità di riorganizzare la struttura della rete delle filiali, razionalizzandola in termini di costi e produttività. In particolare il nuovo modello “filiali leggere” (*Hub & Spoke*³⁷) ha portato a definire la figura del responsabile di filiale e delle figure consulenziali specialistiche solo negli sportelli *Hub*, riducendo in tal modo i costi operativi nelle *Spoke* senza comprometterne la proposizione commerciale. Inoltre a gennaio 2013 è partito il “Progetto Eccellenza” che ha coinvolto in attività di coaching e tutoring i responsabili delle filiali *non performing* che operano in piazze ad alto potenziale.

Raccolta, impieghi e patrimonio³⁸

Raccolta

La raccolta diretta, con una consistenza di 20,7 miliardi €, risulta in diminuzione del 6,5% su base annua - principalmente per effetto della riduzione della componente obbligazionaria “wholesale”.

La raccolta indiretta ammonta a 11,2 miliardi €, in linea con il dato di fine 2012. La componente riferita al “risparmio gestito” si rappresenta in 5,2 miliardi € (+4,5%), la parte amministrata è pari a 6 miliardi € (-5%).



³⁷ Modello a raggiera. Hub (filiale di riferimento) e Spoke (filiale periferica).

³⁸ Vd. http://www.creval.it/comunicatistampa/pdf/20140304_rev.pdf

Impieghi

I crediti verso la clientela si attestano a 20,2 miliardi € (-8,2%) - la flessione è coerente con la dinamica evidenziata a livello di sistema e risente sia della persistente debolezza della domanda (soprattutto in termini di investimenti da parte delle imprese), sia dei fattori restrittivi dal lato dell’offerta per via del crescente, sensibile peggioramento del rischio di credito. Pur nelle severe condizioni operative di

riferimento, il Gruppo ha assicurato nuove erogazioni di credito a supporto dell’economia reale delle aree di insediamento per circa 1,5 miliardi €, destinati alle famiglie e - per oltre 1 miliardo € - alle PMI. La qualità del credito risente del prolungarsi della recessione economica in atto. Alla chiusura del periodo i crediti deteriorati - al netto delle rettifiche di valore - assommano a 2,7 miliardi € rispetto a 2,1 miliardi € a fine esercizio 2012.

Patrimonio

A fine anno il patrimonio netto di pertinenza del Gruppo registra una consistenza di 1,9 miliardi €. Il patrimonio di base si attesta a 1,5 miliardi € a fronte di attività di rischio ponderate (RWA) pari a 17,5 miliardi €.

Il *core capital ratio* risulta pari a 8,6% rispetto a 8,1% a dicembre 2012, mentre il *total capital ratio* si attesta a 12,2% (11,5% a fine 2012).

Raccolta e impieghi del Gruppo per regione e provincia

Raccolta e impieghi del Gruppo per regione - ripartizione	Impieghi	Raccolta diretta
Emilia Romagna	1%	0,8%
Lazio	7,6%	8,2%
Lombardia	57,4%	56,4%
Marche	7,5%	7,5%
Piemonte	3,7%	4,1%
Sicilia	15,6%	17,5%
Toscana	2,1%	1,5%
Trentino Alto Adige	1,7%	1,3%
Umbria	0,7%	0,4%
Valle D'Aosta	0,1%	0,1%
Veneto	2,6%	2,2%
Totale	100%	100%

Raccolta e impieghi del Gruppo per provincia - ripartizione	Impieghi	Raccolta diretta
Agrigento	0,3%	0,2%
Alessandria	0,7%	1,0%
Ancona	2,0%	1,2%
Aosta	0,1%	0,1%
Asti	0,1%	0,1%
Bergamo	3,3%	1,6%
Bolzano	-	0,1%
Brescia	2,4%	1,8%
Caltanissetta	0,4%	0,8%
Catania	7,0%	8,1%
Como	5,9%	4,6%
Cremona	0,4%	0,3%
Enna	0,2%	0,2%
Firenze	1,0%	1,0%
Forlì - Cesena	0,1%	-
Frosinone	0,4%	1,1%
Latina	-	-
Lecco	5,5%	3,8%
Lodi	0,4%	0,2%
Lucca	0,2%	0,1%
Macerata	0,2%	0,1%
Messina	1,7%	1,7%
Milano	17,7%	19,2%
Monza e Brianza	5,9%	6,5%
Novara	0,3%	0,1%
Padova	0,4%	0,5%
Palermo	3,2%	3,8%
Parma	-	0,1%
Pavia	1,7%	2,4%
Perugia	0,6%	0,4%
Pesaro - Urbino	5,2%	6,2%
Piacenza	0,2%	0,3%
Pisa	0,2%	0,1%
Pistoia	0,1%	0,1%
Prato	0,5%	0,2%
Ragusa	1,3%	0,7%
Rimini	0,7%	0,4%
Roma	6,2%	6,0%
Siracusa	0,7%	1,2%
Sondrio	10,2%	11,5%
Terni	0,1%	-
Torino	2,3%	2,8%
Trapani	0,9%	0,8%
Trento	1,6%	1,2%
Varese	4,1%	4,5%
Verbano - Cusio - Ossola	0,3%	0,1%
Verona	0,7%	0,5%
Vicenza	1,5%	1,2%
Viterbo	1,1%	1,1%
Totale	100%	100%

Nuovi strumenti commerciali

Il Gruppo ha proseguito il rilevante investimento nello sviluppo di nuove procedure per favorire una conoscenza approfondita e puntuale da parte dei colleghi della rete commerciale dei bisogni della clientela in modo da poterli intercettare tempestivamente offrendo le risposte più adeguate e le soluzioni più specifiche; dall'ascolto delle esigenze dei collaboratori è emersa infatti la necessità di disporre di strumenti di vendita più evoluti e maggiormente focalizzati sulla trattativa commerciale.

Questo progetto di modernizzazione delle procedure commerciali è iniziato quattro anni orsono e ha portato al rilascio per tutte le filiali del Gruppo - in collaborazione con Microsoft - della nuova infrastruttura per le applicazioni di sportello ABC (acronimo di *Active Bank Creval*) e successivamente della Piattaforma Commerciale, permettendo di disporre di un nuovo approccio alla clientela basato su strumenti completi, moderni, semplici e intuitivi.

Dalla piattaforma alla programmazione commerciale

Dall'ascolto delle esigenze dei colleghi e dai feedback ricevuti nelle analisi della *customer satisfaction* è emersa la necessità di disporre di strumenti di vendita più evoluti e maggiormente focalizzati alla comprensione dei bisogni commerciali del cliente.

Al rilascio della nuova infrastruttura ABC sopra richiamato è seguita la definizione operativa della Piattaforma Commerciale³⁹. In questo modo tutti i dipendenti della rete possono sviluppare un nuovo approccio alla clientela attraverso la coerenza complessiva del sistema e il supporto nella pratica operativa di strumen-

ti completi, moderni, semplici e intuitivi che permettono di ottimizzare la relazione con il cliente. La loro efficacia è comprovata anche dagli ottimi risultati sulla *customer satisfaction* rilevati dall'ultimo Osservatorio ABI⁴⁰ che evidenzia per il Gruppo Creval un punteggio complessivo pari a 62 (9 punti al di sopra della media di sistema). Viene espressa in particolare una valutazione positiva nei confronti del personale di filiale e del servizio offerto alla clientela.

Il "progetto Piattaforma Commerciale" si è concluso l'8 ottobre 2013 e tutte le filiali del Credito Valtellinese, Carifano e Cre-

³⁹ Rapporto Sociale 2012, pg 56.

⁴⁰ Vd. pg 54.

dito Siciliano hanno ora a disposizione le seguenti componenti:

- » il catalogo prodotti interattivo in grado di fornire all'operatore di filiale elementi utili nella comprensione commerciale del cliente;
- » la proposta commerciale - asse portante del progetto che intercetta i bisogni della clientela e propone conseguentemente un'offerta coerente e su misura;
- » il processo di vendita che integra tutti i passi operativi e di controllo.

Il Gruppo ha deciso di proseguire nel 2014 in questa direzione inaugurando un nuovo progetto - denominato "Programmazione Commerciale" - che intende proseguire nella politica di innovazione delle procedure di consulenza e vendita. In particolare il piano non solo renderà disponibili in un unico spazio tutte le informazioni ora "disperse" tra le diverse procedure, ma le integrerà con ulteriori nozioni commerciali in modo da supportare l'attività di analisi delle caratteristiche del cliente, evidenziando le interconnessioni esistenti.

"Programmazione commerciale" si compone di cinque aree integrate tra loro:

1. scheda cliente: ha l'obiettivo di presentare brevemente tutte le informazioni relative alla sua posizione, differenziando i contenuti presentati a seconda del segmento di appartenenza. In particolar modo la prima pagina - *dashboard* - contiene una sintesi significativa dei dati anagrafici, economici, patrimoniali e personali (novità assoluta) dei clienti, che vengono poi ripresi e approfonditi in menù laterali che aprono specifiche pagine diversificate a seconda dell'argomento trattato. Questo nuovo strumento si pone come obiettivo principale la fornitura ai collaboratori di informazioni utili all'attività commerciale in modo semplice e

immediato;

2. agenda commerciale: rappresenta la componente più innovativa del progetto in quanto permetterà ai gestori di rete di scadenziare, tramite appuntamenti con i clienti, tutte le attività che riguardano la clientela - ottimizzando la gestione dei tempi di lavoro in filiale e i contatti con la clientela e permettendo anche il monitoraggio dei risultati conseguiti.
3. portafogliazione: gli strumenti di portafoglio management della clientela verranno trasferiti integrandoli in ABC così da offrire un supporto tecnologico più evoluto e performante;
4. strumenti di monitoraggio: permetteranno agli uffici interni una maggior precisione nelle attività di monitoraggio e controllo dei risultati;
5. cruscotto delle attività: tutti i collaboratori della rete di vendita del Gruppo all'apertura del terminale di lavoro visualizzeranno l'elenco di scadenze e attività da completare nei diversi ambiti (commerciale, normativo, ecc.).

Il progetto ha una fortissima componente innovativa in quanto, al suo completamento, il Gruppo Creval sarà il primo operatore bancario italiano a disporre di un sistema integrato e totalmente informatizzato per svolgere l'attività di programmazione commerciale e consulenza al cliente.

È inoltre previsto che tutti i colleghi con qualifica di "Responsabile" ricevano uno smartphone aziendale con cui accedere, anche fuorisede, a "Programmazione commerciale" sia in modalità consultativa sia dispositiva, operando così anche in mobilità.

Il progetto ha prodotto nel corso del mese di gennaio 2014 una prima versione della scheda-cliente su alcune filiali "pilota". Questa è stata estesa a livello definitivo a tutta la rete commerciale alla data di pubblicazione di questo Documento (12 aprile

2014, in coincidenza con l'Assemblea dei Soci del Credito Valtellinese), mentre il completamento del rilascio per tutte le filiali del Gruppo è previsto entro la fine del primo semestre dell'anno in corso.

L'uso proattivo della tecnologia dell'informazione (IT) gioca un ruolo fondamentale all'interno della cultura aziendale del Gruppo Creval non solo con riguardo all'ottimizzazione dei processi volti alla riduzione dei costi, ma anche nella defi-

nizione di procedure mirate alla creazione di un effettivo valore aggiunto per il cliente.

La componente di Project Management è affidata alla Direzione Mercato di Creval con il supporto tecnico di Bankadati, la società del Gruppo Creval che si occupa di IT. L'impianto tecnico generale è sviluppato da Microsoft in collaborazione con Lynx e Fullsix.



PLEIADI

Da oltre dieci anni il Gruppo pubblica l'House Organ "Pleiadi", la rivista semestrale di economia, cultura, solidarietà, territorio e sport; rappresenta un fondamentale strumento per comunicare con Soci, clienti e stakeholder nel loro insieme offrendo, oltre a importanti aggiornamenti sull'attività ordinaria, informazioni economiche e contenuti di interesse sociale in linea con la nostra cultura d'impresa.

È inviata per posta a Soci e clienti ed è distribuita gratuitamente in tutte le filiali di Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano per un totale di 130mila copie.

Prodotti

Clientela Family

È stata rinnovata l'offerta di Conto Inviato 2%, riservato alla clientela privata di nuova acquisizione, per consentire alle famiglie di usufruire di eccellenti strumenti di gestione ad un costo equo e tra i migliori di mercato.

Nel mese di luglio è stata siglata con IBL Banca una collaborazione per la collocazione di finanziamenti contro cessione

del quinto dello stipendio o della pensione.

A completamento della gamma mutui offerta dal Gruppo è stato lanciato il nuovo prodotto "Doppia Scelta", caratterizzato da un'opzione di cambio di tasso esercitabile ogni due anni, per consentire al cliente di adeguare la rata all'andamento del mercato.

Clientela Imprese

Durante l'anno sono stati ideati ed offerti alla clientela il "mutuo FEI", finanziamento chirografario ed ipotecario con garanzia FEI (Fondo Europeo per gli Investimenti, organismo del Gruppo BEI il cui

Mutuo FEI

Grazie all'accordo sottoscritto nel mese di luglio con il FEI Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano hanno messo a disposizione delle imprese orientate all'innovazione finanziamenti a condizioni particolarmente favorevoli, con il supporto della garanzia del Fondo a valere sul 50% dell'importo erogato.

Prodotti di trasferimento

Il 2013 ha visto l'avvio di SocioInCrevall, l'iniziativa nata con l'obiettivo di rinnovare lo spirito mutualistico su cui si fonda il Gruppo e ribadire il ruolo centrale dei Soci⁴¹. Il prodotto bancario di punta su cui si fonda il programma è SocioInCrevall Premium, nuova offerta di conto corrente a pacchetto *all inclusive*: oltre a una buona remunerazione delle giacenze in conto, include prodotti e servizi complementari - come ad esempio carte di debito e di credito e dossier titoli - al fine di soddisfare le principali esigenze di risparmio e di finanziamento.

Sono previste inoltre proposte opzionali - gratuite o a condizioni agevolate - per cassette di sicurezza, mutui ipotecari e finanziamenti rateali, linee di gestione patrimoniale e conti di deposito. Per i Soci possessori di almeno 5.000 azioni il canone del servizio è azzerato.

La gamma dei conti di deposito Crevall Time Deposit, Crevall Crescendo e Crevall Deposito Protetto è stata ulteriormente ampliata con nuove versioni di prodotto

scopo principale consiste nel facilitare l'accesso al credito delle piccole e medie imprese) ed il "multifido cash"¹, a supporto dei pagamenti di fine anno.

Possono usufruire di questa nuova opportunità le PMI e le Small Mid-Caps (secondo la definizione dei regolamenti comunitari) che realizzano investimenti in immobilizzazioni materiali ed immateriali connessi a progetti di ricerca, innovazione e sviluppo aziendale.



caratterizzate da particolari offerte rivolte ai Soci.

Nel corso del 2013, inoltre, è stata completamente rinnovata la linea di conti correnti a pacchetto per consumatori denominata Armonia 2.0 - nuova nella veste e nei contenuti, ha mantenuto i tratti distintivi che hanno decretato la diffusione della versione precedente: trasparenza, convenienza, semplicità e comodità. Armonia 2.0 è composta da

cinque pacchetti di conto corrente denominati Giovane, Zero, Leggero, Argento, Oro, destinati ad altrettante tipologie di clientela. La formula "tutto compreso" permette di risparmiare rispetto all'acquisto dei singoli prodotti e servizi opzionali che compongono ciascun pacchetto (tra i quali, a titolo di esempio, le carte di debito e di credito, le cassette di sicurezza, il dossier titoli, i mutui ipote-

cari e i finanziamenti rateali). Sono inoltre riservati sconti o esenzioni sul canone annuo ai Soci del Credito Valtellinese, agli ultra-sessantacinquenni e a chi ha depositato presso le banche del Gruppo una somma pari o superiore a 100.000 € in Fondi, Sicav, Polizze Vita, Gestioni Patrimoniali e Private Banking collocati e/o distribuiti da Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano.

Prodotti di finanziamento

Pur nel difficile contesto congiunturale resta costante l'impegno, socialmente responsabile, a favore dell'economia reale delle aree di insediamento, attraverso l'adesione a diverse iniziative promosse anche a livello di sistema⁴².

A novembre 2013, in conseguenza del perdurare della congiuntura economica negativa e dell'approssimarsi delle scadenze fiscali e gestionali che si sommano ai normali adempimenti mensili, il Gruppo ha messo a disposizione - in particolare per le PMI - un nuovo finanziamento rateale, denominato Multifido Cash, che prevede l'erogazione di importi fino al 100% del programma di pagamenti da effettuare per operazioni finanziabili al massimo per 100.000 €, durate da 3 a 12

mesi (con un preammortamento massimo di 3 mesi) e tassi/spread agevolati rispetto al prodotto "base" Multifido Rapido.

Negli ultimi mesi dell'anno la gamma si è ulteriormente arricchita con il nuovo "Multifido Cash", un finanziamento rateale destinato alle imprese per far fronte ai pagamenti in scadenza a fine anno quali ad esempio le tredicesime, la TARES, l'IMU e la liquidazione dei fornitori. Con un plafond complessivo di 50 milioni €, Multifido Cash è stato reso disponibile per la concessione di finanziamenti a tasso fisso o variabile della durata compresa tra 3 e 12 mesi, a coprire fino al 100% del programma di pagamenti di fine anno effettuati tramite le banche del Gruppo Crevall.

Prodotti di investimento

In seguito all'accordo sottoscritto con Asset Management Holding le banche del Gruppo offrono alla clientela le gestioni patrimoniali di Aperta SGR - già gestore delegato delle stesse - che, nel mese di novembre, è stata incorporata in Anima SGR. Tra i primi risultati di questa partnership si segnala l'ampliamento dell'offerta di prodotti di risparmio gestito concretizzatosi con l'introduzione di otto

nuove linee di gestione patrimoniale dedicate alla clientela del segmento private. Per garantire un costante adeguamento della proposta commerciale alle esigenze della clientela, nel corso dell'anno è stata inoltre aggiornata l'offerta della linea "Crevall Multimanager - Fondi&Sicav" attraverso l'introduzione di nuovi prodotti proposti dalle società con cui collabora il Gruppo (Anima SGR, Aletti Gestielle SGR,

⁴¹ Vd. pg 65.

⁴² Vd. pg 27.

Arca SGR, Eurizon Capital SGR, Anima Sicav, Eurizon Capital s.a., J.P. Morgan Asset Management, Julius Bär Funds) e l'ampliamento dell'operatività tramite Internet banking. La gamma dei servizi fruibili direttamente on line dal cliente è stata ampliata anche attraverso lo sviluppo di funzionalità di trading on line che ora consente di negoziare titoli obbligazionari anche su sedi di esecuzione diverse dal Mercato Telematico delle Obbligazioni (MOT) - quali Hi-MTF, EuroTLX ed ExtraMOT - nonché titoli azionari quotati anche su mercati diversi da quelli italiani. Nell'ambito dei prodotti di raccolta diretta si segnala la revisione dell'offerta di certificati di deposito e la nuova emissione di un "Titolo di Risparmio per l'Economia Meridionale" (c.d. Trem bond) - titolo obbligazionario introdotto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze con la finalità di consentire alle banche italiane di emettere titoli di risparmio per favorire il riequilibrio territoriale dei flussi di credito per gli investimenti a medio e lungo termine delle PMI e per sostenere progetti etici nel Mezzogiorno.

Prodotti di monetica e sistemi di pagamento

Le principali novità del 2013 hanno riguardato gli interventi volti a completare l'importante passaggio ai servizi di pagamento in ambito SEPA⁴³, il lancio delle

Servizi SEPA

L'entrata in vigore del Regolamento UE n. 260/2012 - avente per oggetto i requisiti per la migrazione dei servizi di pagamento nazionali in euro secondo i nuovi standard SEPA - ha stabilito, entro il 1°



Durante l'anno, infine, la procedura Personal Financial Planning (PFTPro) - adottata dal Gruppo per la prestazione del servizio di consulenza - è stata arricchita di nuove funzionalità e di un motore di ricerca automatico ancor più rispondente alle esigenze dei clienti ed in grado di allocare al meglio tutti i diversi prodotti di investimento oggetto di consulenza.

carte di credito CartaSi aziendali e l'ampliamento della gamma dei servizi Quimultibanca fruibili tramite ATM e Internet Banking.

febbraio 2014 (con un periodo transitorio fino al 1° agosto 2014), l'adeguamento dei bonifici ordinari e degli addebiti diretti RID ai corrispondenti Sepa Ccredit Transfer (SCT) e Sepa Direct Debit (SDD). Si

tratta di un passaggio fondamentale per la realizzazione della SEPA, area in cui consumatori, imprese e pubbliche amministrazioni potranno effettuare e ricevere pagamenti in euro, secondo condizioni di base, diritti ed obblighi uniformi, indipendentemente dalla loro ubicazione all'interno dell'area. Nell'ottica SEPA, tutti i pagamenti al dettaglio in euro sono considerati domestici venendo meno la distinzione fra pagamenti nazionali e transfrontalieri all'interno dell'area. Durante l'anno sono proseguite le attività volte a completare il progetto di migrazione ed adeguamento delle funzionalità di rete e per la clientela. Dopo l'adeguamento dei bonifici ordinari sostituiti dal SCT, è stato sviluppato il nuovo SDD in

sostituzione degli addebiti diretti RID - uno strumento di incasso, preautorizzato tramite mandato, per disporre pagamenti in euro fra clienti i cui conti sono situati all'interno dell'area SEPA. Il nuovo servizio è stato comunicato alla clientela anche tramite diverse iniziative sul territorio, tra cui il workshop "SEPA - il nuovo sistema europeo di incassi e pagamenti. Le risposte Creval per le Imprese" organizzato a Sondrio in ottobre. È stata inoltre creata su www.creval.it un'apposita area informativa dedicata alla *Single European Payment Area*, costantemente aggiornata con le Guide ABI e comprensiva anche di alcuni documenti di approfondimento, di una sezione Faq⁴⁴ e di una Guida pratica per le imprese clienti.

CartaSi

È stata completata la gamma di carte di credito a marchio CartaSi con l'introduzione delle carte aziendali: in particolare sono state aggiunte le carte Business Plus nella versione Base ed Oro, CartaSi Confindustria e CartaSi Black Aziendale

che prevedono funzionalità esclusive in termini di spendibilità e di servizi accessori, offrendo prodotti su misura a seconda della tipologia di azienda e dell'attività svolta.

Servizi Quimultibanca

È stata ampliata la gamma dei servizi Quimultibanca fruibili tramite ATM e Internet Banking: i clienti possono ora effettuare, tramite ATM e banc@perta, ricariche delle carte telefoniche prepagate

degli operatori Poste Mobile e COOP-VOCE e disporre, tramite ATM, ricariche automatiche dell'operatore telefonico Wind.

⁴³ Single Euro Payments Area - Area Unica dei Pagamenti in Euro.

⁴⁴ Frequently Asked Questions - Domande richieste frequentemente.

Prodotti Estero

Nel corso dell'anno è stato rilasciato il prodotto Forfaiting in euro - sconto pro soluto di credito documentario con pagamento differito - pensato per incentivare l'attività export delle PMI: consente infatti alle aziende di offrire agli acquirenti esteri dilazioni di pagamento a breve/medio periodo e di incassare contemporaneamente i relativi importi a vista, ottimizzando i propri flussi di tesoreria. È stato inoltre perfezionato il rilascio del prodotto "Emissione di Garanzia Internazionale con Polizza Fidejussioni SACE"

che integra ulteriormente la gamma a sostegno delle attività di internazionalizzazione delle imprese clienti in risposta alle esigenze di prevedere il rilascio di garanzie internazionali per i contratti stipulati con i committenti esteri.

Il Gruppo ha presenziato anche quest'anno, con un proprio stand dedicato ai prodotti estero, alle specifiche fiere di settore (ad esempio al "IX CH Matching 2013") per promuovere la propria linea di prodotti e offrire una consulenza mirata alle aziende esportatrici.

Prodotti assicurativi

Nel corso del 2013 il catalogo di prodotti assicurativi del ramo Vita è stato aggiornato attraverso la revisione di alcuni prodotti in collocamento. In particolare è stata rilasciata una nuova versione della polizza vita a premi ricorrenti di Genertellife "Progetto Risparmio", prodotto dedicato all'accantonamento e all'investimento dei risparmi.

Con riferimento al ramo danni e con particolare riguardo al prodotto auto, il Gruppo ha avviato l'offerta di Easy Motor

Quality Driver, la polizza auto realizzata da Genertel, Gruppo Generali, tramite Global Assicurazioni, che integra la gamma di offerta combinando la copertura assicurativa RC Auto con i vantaggi di un servizio di assistenza satellitare.

Questo prodotto risponde alle esigenze dei clienti interessati ad un prodotto ad alto contenuto tecnologico, che premia lo stile di guida responsabile e offre un pacchetto completo di servizi di assistenza in caso di incidente o furto dell'auto.



MULTICANALITÀ

In ottica di continuo miglioramento dei servizi offerti alla clientela nell'ambito dei diversi canali è stata introdotta in banc@perta la funzione "Contatta il tuo consulente" che persegue la logica di mantenere attivo il dialogo tra cliente e consulente in filiale e di incrementare i livelli di customer satisfaction consentendo una maggiore fidelizzazione.

In termini di multicanalità sono stati eseguiti tre sviluppi applicativi:

- » CrevalAPP è stata estesa anche a Windows Phone coprendo così tutte le piattaforme mobili principali;
- » è stata sviluppata la funzione di geolocalizzazione di ATM che aiuta i clienti in mobilità a trovare i bancomat del Gruppo più vicini;
- » è stata prodotta l'App SociInCreval - <http://www.socioincreval.it/essereSoci/Pagine/appSociInCreval.aspx> - dando concretezza anche tecnologica al progetto illustrato in precedenza⁴⁵.



⁴⁵ Vd. pg 56.

Reclami

I reclami ed esposti a Banca d'Italia, in numero di 495, risultano in crescita del 4,6% - gli ordinari passano da 435 a 450 e quelli relativi all'area finanza da 38 a 45.

Società del Gruppo Credito Valtellinese	Area Banca	Area Finanza	Totale
Credito Valtellinese	333	35	368
Credito Siciliano	84	8	92
Carifano	29	2	31
Finanziaria San Giacomo	3	-	3
Mediocreval	1	-	1
Totale	450	45	495

L'esborso complessivo sostenuto a seguito dell'accoglimento di una loro parte si assesta a 409.000 € (278.000 € nel 2012) ma è inficiato da un onere superiore alla metà della somma complessiva - 294.000 € - riferito ad alcuni reclami che traevano origine da un'unica vicenda.

Le zone geografiche con una maggiore concentrazione di reclami sono quelle di Montefiascone e Roma. In generale permane alto il numero di lamentele inerenti al settore crediti, in particolar modo sotto il profilo del diniego o riduzione di

affidamenti (circostanza da ricondursi in particolare all'attuale fase di congiuntura economica); in forte aumento risultano anche i reclami in tema di anatocismo e usura.

Nell'anno di riferimento 14 clienti del Gruppo, in seguito al non accoglimento dei loro reclami, hanno adito l'Arbitro Bancario Finanziario - organismo promosso dalla Banca d'Italia per la risoluzione stragiudiziale delle controversie insorte tra clienti ed intermediari divenuto operativo a fine 2009.

Arbitro bancario finanziario	Ricevuti	Accolti	Respinti	In sospeso
Credito Valtellinese	10	3	1	6
Credito Siciliano	4	2	-	2
Totale	14	5	1	8

Dalle attività svolte in fase di istruzione dei reclami non sono emersi aspetti significativi in ordine ad eventuali carenze

strutturali, né particolari criticità e/o disfunzioni nelle procedure⁴⁶.



⁴⁶ Per approfondimenti vd. http://www.creval.it/gr/gr_reclami11.htm

Il nostro rapporto con i clienti

Indagine ABI Customer satisfaction: relazione “stretta” tra i clienti e il Gruppo sulla base della dimensione fiduciaria.

Premessa

Nel febbraio 2013 è stata presentata la quarta edizione del report “Analisi Customer Satisfaction - Clientela Privata” da parte di GfK Eurisko, società specializzata nelle ricerche sui consumatori, per conto dell'Osservatorio dell'Associazione Bancaria Italiana (ABI). Rispetto alle passate edizioni, in cui sono stati intervistati solo i clienti residenti in Lombardia, il campione utilizzato per l'indagine (compiuta tramite interviste telefoniche basate su un questionario composto da domande aperte e chiuse) ha riguardato i clienti del Nord e Centro Italia - fascia di età dai 18 ai 74 anni. In particolare i soggetti intervistati sono stati 900, di cui 782 dell'area Nord-Ovest, 24 dell'area Nord-Est e 94 del Centro Italia.

Tra i risultati più importanti evidenziati dall'indagine meritano di essere segnalati i seguenti:

- » il 93% del campione è soddisfatto - 7 clienti su 10 esprimono un giudizio di piena soddisfazione;
- » i due aspetti maggiormente caratterizzanti il Credito Valtellinese sono la capacità di ispirare fiducia e di mantenere gli impegni presi;

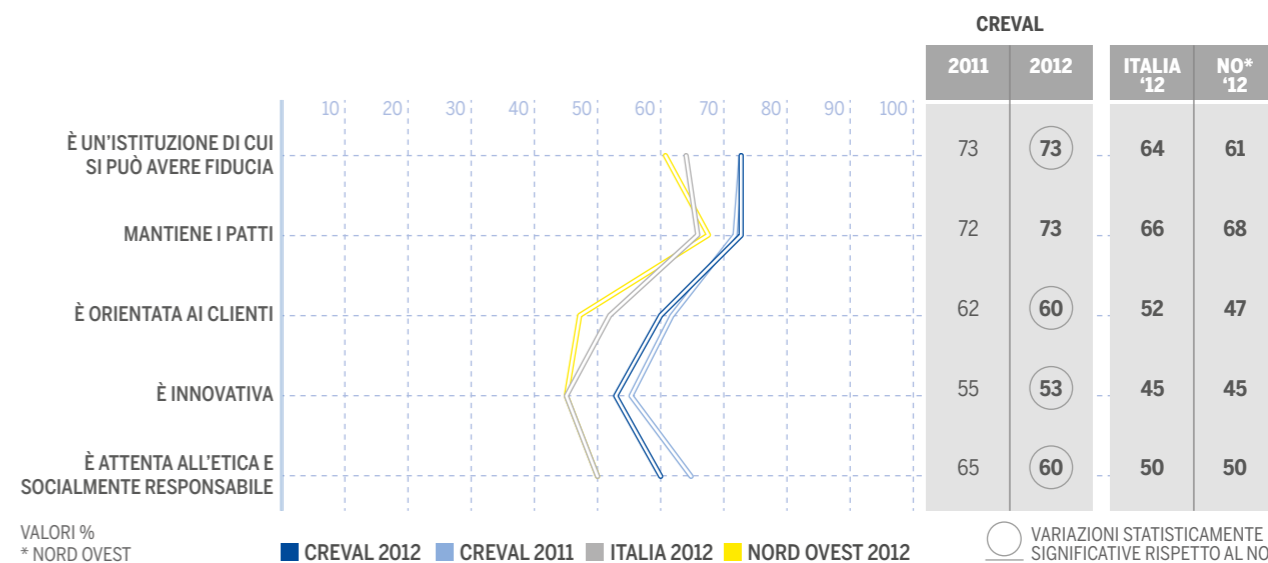
I contenuti del rapporto

La capacità di ispirare fiducia e di mantenere gli impegni presi con il cliente rappresentano “attributi di immagine” che si distaccano sensibilmente dagli altri riferimenti sottoposti alla valutazione e

- » l'84% dei clienti ha un rapporto esclusivo con la banca;
- » la clientela preferisce recarsi in filiale per instaurare un rapporto *face to face* con persone fidate e capaci di consigliarla e supportarla in ogni esigenza;
- » il personale, di cui vengono molto ben valutate sia la disponibilità e comprensione delle esigenze del cliente sia la competenza, flessibilità ed efficienza, spicca per valutazioni positive;
- » Il giudizio espresso nei riguardi del servizio offerto è positivo e superiore al *benchmark* di riferimento.

Il posizionamento di Creval disegna un quadro interessante della relazione tra la banca e la clientela coinvolta nell'indagine. Il Credito Valtellinese, infatti, è riuscito a costruire con i propri clienti un rapporto in cui la dimensione relazionale svolge un ruolo importante - si tratta di un elemento distintivo che contraddistingue da tempo il legame con la clientela e che acquisisce un particolare rilievo oggi, nella congiuntura della crisi che si riverbera talora anche nel rapporto di fiducia con le banche.

che differenziano positivamente il Creval rispetto ai *benchmark* di riferimento - totale Italia e Nord Ovest -, come emerge dal grafico.



A questa considerazione si aggiunge che i clienti “monobancarizzati” - che quindi intrattengono con la banca una relazione esclusiva - rappresentano l'84% del campione esaminato, a sottolineare il ruolo-chiave assunto dal Credito Valtellinese come punto di riferimento. Questa evidenza si nota anche dal portafoglio prodotti offerto: mettendo a confron-

La dimensione relazionale

Altri segnali confermano l'importanza della dimensione relazionale nel legame tra clienti e banca - in particolare con riferimento ai canali di contatto, la scelta si orienta più sulla “modalità” fisica tradizionale (filiale in primis) che a distanza; la diffusione dell'Internet banking ha comunque raggiunto la metà della clientela (una quota più alta rispetto ai *benchmark* di riferimento). In secondo luogo, se si guarda alla “forma” di utilizzo dei canali a disposizione si nota come l'agenzia - sia in esclusiva sia in combinazione con gli altri canali - acquisisce un proprio valore aggiunto in virtù dell'interazione diretta, mentre l'uso dei canali a distanza - Internet in primo luogo - viene «relegato» ad attività di routine e di controllo della propria posizione o del proprio c/c.

Se si considerano i motivi della scelta di utilizzare esclusivamente l'agenzia (è il

to la proposta commerciale con quella di altre aziende di credito, si evidenzia come la banca manifesti un'ampia capacità di soddisfare le necessità del proprio mercato servito sia per i prodotti di base (conti corrente, carte conto/carte prepagate, carte di credito e di debito) sia per i prodotti di investimento.

caso del 40% dei clienti) emerge come, al netto delle motivazioni logistiche, tra le ragioni più citate - e in misura più accentuata che presso i riferimenti di indagine di Italia e Nord Ovest - vi è la sicurezza di trovare in filiale persone fidate e capaci di consigliare e supportare il cliente per tutte le sue necessità; se invece si considerano coloro che scelgono di utilizzare l'agenzia insieme agli altri canali (il 49% del campione), il confronto con il Nord Ovest mostra come tra i clienti della banca Capogruppo sia molto più spiccata l'abitudine di recarsi in agenzia per moltissime esigenze, utilizzando gli altri canali di relazione soprattutto per il controllo della propria situazione reddituale-patrimoniale in essere presso la banca di riferimento.

Come anticipato in premessa la quasi totalità dei clienti esprime un giudizio

positivo sul Credito Valtellinese: la valutazione complessiva è molto favorevole e migliore dell'evidenza disponibile sia con riguardo al territorio di riferimento (Nord Ovest) sia alla media dei clienti di altre banche: i soggetti che intrattengono relazioni bancarie con Creval esprimendo piena soddisfazione rappresentano il

69% del totale, coloro che assegnano alla banca il voto di sufficienza rappresentano il 23% dei rispondenti mentre i giudizi di insoddisfazione si attestano sul 7%. Nel complesso emerge come la banca Capogruppo abbia saputo mantenere anche in un periodo di crisi gli ottimi risultati raggiunti nel corso del tempo.

Personale e agenzie

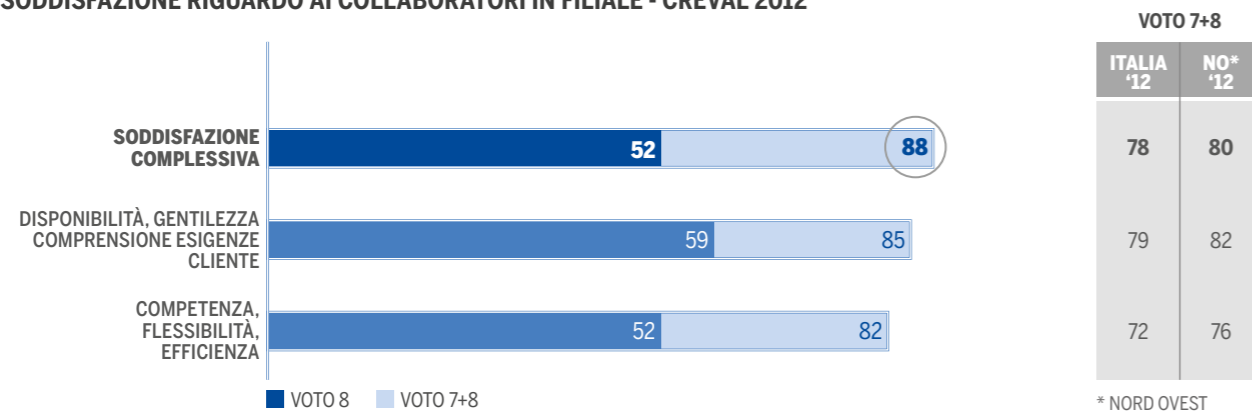
A conferma del fatto che la dimensione relazionale rappresenta un elemento fondante il legame tra Creval e la propria clientela si nota come i dipendenti, attivi sia a livello operativo sia in operazioni di consulenza, "spicchino" per valutazioni positive; in merito al giudizio espresso nei riguardi del servizio offerto emergono valutazioni positive e superiori ai benchmark di riferimento (sono ben valutate sia la precisione/efficienza sia l'attenzione/rispondenza alle esigenze del cliente).

Un altro punto di forza è rappresentato dall'agenzia con riferimento all'accoglienza e all'organizzazione funzionale. Il personale di filiale e il servizio offerto rappresentano i due elementi più importanti della relazione e connotano l'attenzione alla sua cura. In particolare la figura del referente - interlocutore per le necessità più "articolate" del cliente rispetto all'operatività ordinaria - viene percepita come un vero e proprio prerequisito fondamentale.

Performance

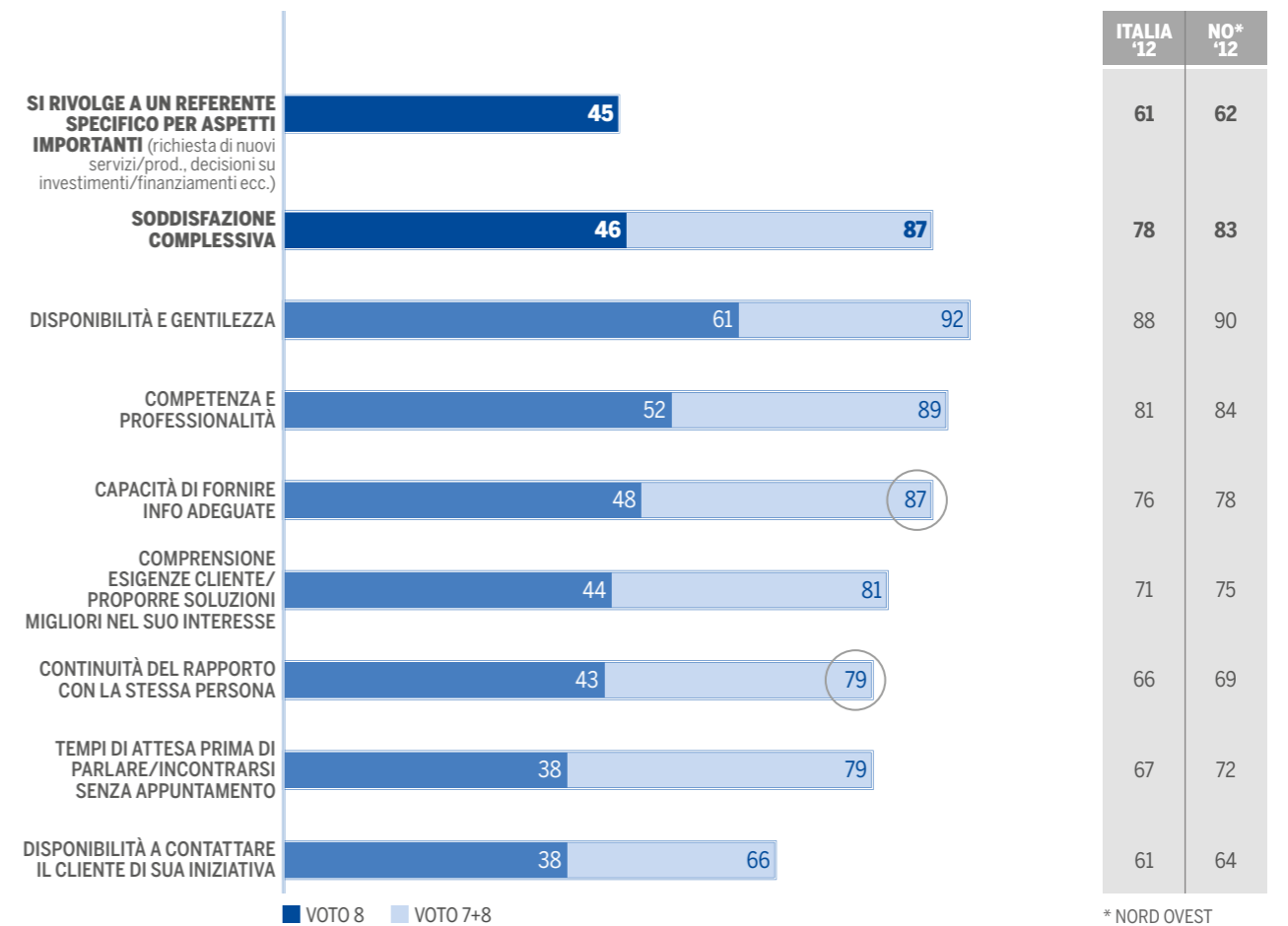
Alcuni grafici indicativi delle performance registrate sono riprodotti di seguito - le istanze con le valutazioni cerchiare rappresentano i dati maggiormente significativi mentre le colonne di destra indicano le valutazioni medie delle altre banche rispettivamente in Italia e nel Nord Ovest:

SODDISFAZIONE RIGUARDO AI COLLABORATORI IN FILIALE - CREVAL 2012

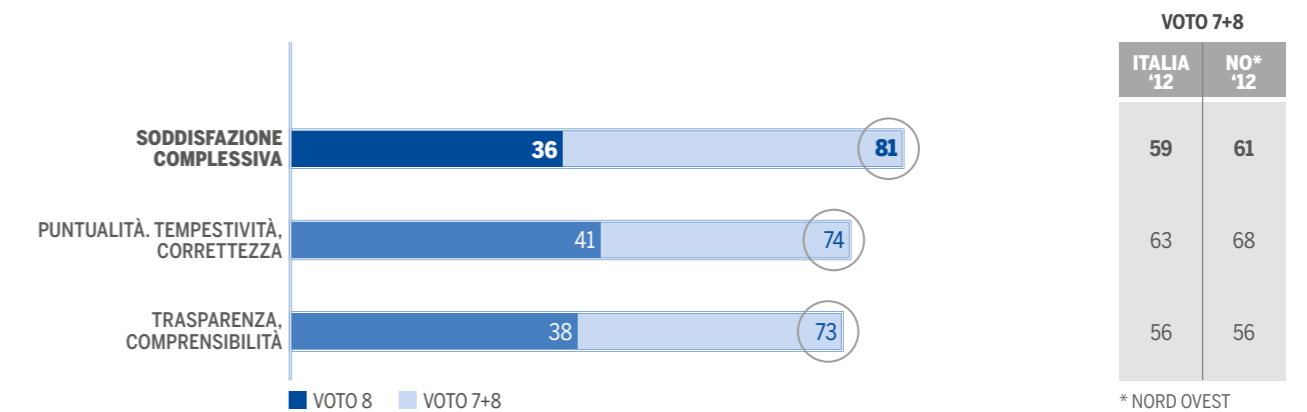


Relazioni di scambio sociale

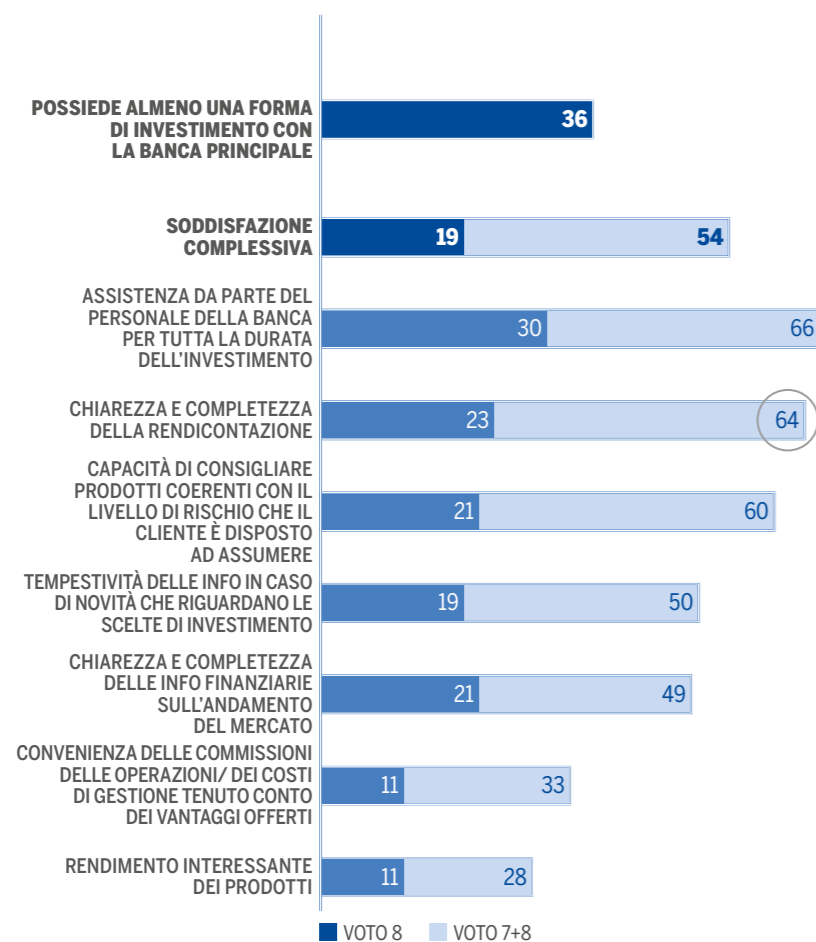
RISCONTRO RIGUARDO AL REFERENTE PER LE OPERAZIONI NON ORDINARIE



GRADIMENTO PER LE COMUNICAZIONI PERIODICHE DELLA BANCA



SODDISFAZIONE PER LA GESTIONE DEGLI INVESTIMENTI

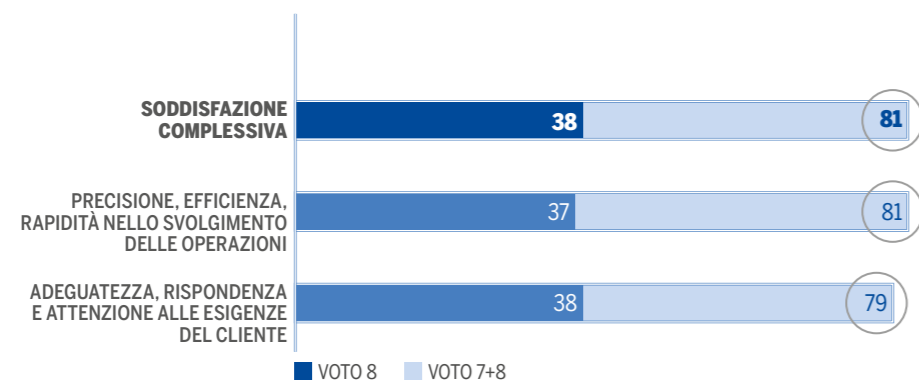


VOTO 7+8

ITALIA '12	NO* '12
34	35
45	45
53	63
49	48
51	55
43	48
36	39
32	33
27	28

* NORD OVEST

SODDISFAZIONE PER IL SERVIZIO COMPLESSIVO



VOTO 7+8

ITALIA '12	NO* '12
65	66
65	66
62	63

* NORD OVEST



Risorse umane

Politica del personale

In coerenza con il lavoro svolto negli anni precedenti, le politiche del personale nel 2013 si sono focalizzate da una parte sullo sviluppo delle professionalità già presenti all'interno del Gruppo e l'incremento di nuove conoscenze, dall'altra sulla crescita "umanistica" della persona all'interno di percorsi di cambiamento che consentono la creazione di valore sostenibile. I principi di una gestione responsabile delle Risorse Umane all'interno del Gruppo possono essere sintetizzati nei punti seguenti.

- » Centralità della singola Risorsa: ogni collaboratore deve poter esprimersi al meglio attraverso la propria attività lavorativa;
- » pari opportunità di accesso ai mezzi/strumenti aziendali per tutte le Risorse del Gruppo, al fine di una maggiore trasparenza delle azioni e integrità dei comportamenti;
- » convergenza dello scopo aziendale con lo scopo personale, che si traduce in una "best way" aziendale finalizzata al raggiungimento di entrambi i primari obiettivi, in tutti e due i casi non esclusivamente economici;

» principio del merito per la crescita, da realizzarsi attraverso forme di valutazione che inquadrano la prestazione individuale in termini complessivi.

I principi sopra descritti trovano riferimento nelle seguenti tre direttrici:

1. definire sempre più efficacemente i percorsi di sviluppo professionale e le opportunità di crescita - in termini formali ma soprattutto per trasmettere in modo adeguato la consapevolezza del ruolo da ricoprire all'interno del Gruppo e aumentare sia la propensione dell'individuo sia la propensione a porsi e raggiungere obiettivi;
2. sviluppare e adattare le competenze del Personale alle nuove tendenze del business bancario in modo tale che sia la Risorsa - sia singolarmente sia in gruppo - a rappresentare il vero vantaggio competitivo per la Banca;
3. innovare e incrementare gli strumenti gestionali e formativi per rendere maggiormente personalizzata la risposta ai fabbisogni dei dipendenti, con l'obiettivo di stimolare l'iniziativa individuale e la cultura del merito.

I cambiamenti, le semplificazioni e le integrazioni avvenute nel corso dell'ultimo biennio all'interno delle strutture societarie hanno garantito a loro volta un'adeguata vicinanza e una comunicazione fluida fra i diversi comparti rispetto alle attività di sviluppo, formazione e organizzazione del personale; in un'ottica strate-

gica, all'interno delle differenti funzioni di cui si compone la Direzione Risorse Umane, il Gruppo punta alla definizione di criteri condivisi di verifica dell'efficacia del lavoro svolto che contemplino la soddisfazione e il gradimento dei destinatari, nonché l'incidenza in termini di risultati quantitativi.

Numero dei dipendenti

Anche nel 2013 è proseguita una politica rivolta al consolidamento dell'organico a seguito della razionalizzazione della strutture societarie. A fine anno il Gruppo inteso in senso lato contava 4.327 collaboratori (comprensivo anche dell'organico di società non bancarie), di cui 15

impiegati presso società o enti esterni al Gruppo fra cui la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese (3 dipendenti "diretti" - vi sono inoltre 6 collaboratori in comando da altre società del Gruppo), Global Assistance e il fondo pensione per i dipendenti.

	2011	2012	2013
Organico	4.462	4.362	4.312

Assunzioni

Il processo di reclutamento e assunzione delle risorse si basa sull'individuazione dei fabbisogni annuali di organico formulati in sede di definizione del budget per singola società e quindi complessivamente per Gruppo. Il processo di selezione si svolge prevalentemente attraverso colloqui individuali approfonditi focalizzati sulla valutazione delle caratteristiche personali, motivazionali e tecnico-specialistiche in funzione delle diverse posizioni da ricoprire. Più in specifico per la selezione delle candidature di profilo junior si effettua uno *screening* curricula-

re con particolare attenzione a eventuali esperienze professionali e/o di stage; per la selezione di profili con un più alto livello di esperienza viene posta maggiore attenzione alla validazione delle competenze tecnico-professionali acquisite. Dopo aver chiarito i fabbisogni aziendali in termini di personale vengono definiti e attuati gli interventi di selezione secondo un principio di "territorialità" che ha prodotto, nel corso del 2013, 71 nuove assunzioni al netto dei passaggi infragrupo. Rispetto al 2012 si registra un aumento delle assunzioni pari a 6 unità.

	2011	2012	2013			
Curricula	10.369	8.931	3.771			
Assunzioni	116	65	71*			
Titolo di studio	Donne		Uomini		Totale	
	n°	%	n°	%	n°	%
Laurea	26	96	30	68	56	79
Dipl. Media Sup.	1	4	13	30	14	20
Licenza obbligatoria	-	-	1	2	1	1
Totale complessivo	27	100	44	100	71	100

* Numero di assunzioni lorde complessive al netto dei passaggi infra-Gruppo.

Flussi in entrata e in uscita

Il 79% dei nuovi collaboratori è in possesso di un diploma di laurea (68% nel 2012) - al netto di passaggi infragrupo tra le

società interne. Le cessazioni sono risultate 133 (165 nel 2012).

Flussi in entrata e uscita	2013
Organico al 31/12/2012*	4.389
Assunzioni	71
Cessazioni	133
Organico al 31/12/2013*	4.327
Organico consolidato IAS**	4.312

Tipologia contrattuale delle assunzioni

È continuato il processo di stabilizzazione dei contratti di lavoro, che ha determinato un considerevole aumento percentuale dei contratti a tempo indeterminato (99,4%) rispetto al dato registrato negli anni precedenti.

Questo dato dimostra come il Gruppo intende investire in una relazione di lungo periodo con i neo-assunti, optando per una soluzione contrattuale più stabile e gratificante.

	2011	2012	2013
Tempo determinato	66,4%	16,9%	33,8%
Tempo indeterminato	33,6%	83,1%	66,2%

Composizione del personale

Di seguito si presentano una serie di dati riguardanti le variabili di genere, l'età,

l'anzianità media e il titolo di studio dei dipendenti del Gruppo.

Composizione per genere

I numeri mostrano la tendenza, in essere da vari anni e confermata durante il 2013, all'aumento del numero di donne nell'organico: quasi 4 dipendenti su 10 (il dato

è in crescita di 0,3 punti percentuali rispetto all'anno precedente e di 0,7 rispetto al 2011).

	Donne	Uomini	Totale complessivo
Totale complessivo	1.548	2.764	4.312
	2011	2012	2013
Donne	35,2%	35,6%	35,9%
Uomini	64,8%	64,4%	64,1%

* Organico matricolare complessivo che comprende anche le risorse distaccate presso società esterne al Gruppo.

** Al netto di comandi relativi a società extra-Gruppo.

Età media

L'età media registrata (43,3) è leggermente più alta rispetto al dato riferito al 2012 (42,7). Si vede, inoltre, come l'età media

dei dipendenti uomini risulti significativamente maggiore rispetto alle donne.

Qualifica	Donne	Uomini	Media
Dirigenti	49,0	53,8	53,4
Quadri	47,0	49,1	48,6
Impiegati	39,6	40,5	40,1
Media	41,5	44,4	43,3

Anzianità media

L'anzianità media si attesta intorno ai 16,4 anni; circa il 38% delle risorse è attivo nel Gruppo da un periodo inferiore

ai 10 anni. Rispetto all'anno precedente, i dati riguardanti le donne sono in linea con quelli degli uomini.

Qualifica	Donne	Uomini	Media
Dirigenti	19,3	21,7	21,5
Quadri	18,8	19,6	19,4
Impiegati	14,5	14,6	14,6
Media	15,6	16,9	16,4

Titolo di studio

Si conferma anche per il 2013 il trend di crescita del personale laureato: il dato si attesta al 43,2% rispetto al 42,2% del 2012. Come nell'esercizio precedente la percentuale maggiore dei laureati si re-

gistra tra le donne rispetto agli uomini (46,8 % contro il 41,2%), con concentrazione della dinamica nelle strutture centrali rispetto alle strutture di rete.

Titoli di studio per genere	Donne	Uomini	Media
Laurea	46,8%	41,2%	43,2%
Diploma	52,1%	55,1%	54%
Licenza obbligatoria	1,1%	3,7%	2,8%
Totale	100%	100%	100%

Titoli di studio per area	Filiali	Sedi centrali	Totale
Laurea	41,6%	47,6%	43,2%
Diploma	55,8%	49,4%	54%
Licenza obbligatoria	2,6%	3%	2,8%
Totale	100%	100%	100%

Evoluzione titoli di studio nel triennio

I dati sul personale laureato confermano la tendenza ad investire in figure profes-

sionali di alto profilo (con un aumento dell'1% rispetto al 2012).

Evoluzione titoli di studio nel triennio	2011	2012	2013
Laurea	42%	42,3%	43,2%
Diploma	54,9%	54,7%	54%
Licenza obbligatoria	3,1%	3%	2,8%
Totale	100%	100%	100%

Fascia di anzianità

Fascia di anzianità per genere	Donne		Uomini		Totale	
	n°	%	n°	%	n°	%
Fino a 10 anni	632	40,9	998	36,1	1.630	37,8
Da 10 a 20 anni	395	25,5	699	25,3	1.094	25,4
Da 20 a 30 anni	321	20,7	607	22	928	21,5
Oltre i 30 anni	200	12,9	460	16,6	660	15,3
Totale	1.548	100	2.764	100	4.312	100

Confronto triennale	2011	2012	2013
Fino a 10 anni	46,4%	43,3%	37,8%
Da 10 a 20 anni	25%	24,4%	25,4%
Da 20 a 30 anni	18,9%	19,8%	21,5%
Oltre i 30 anni	9,7%	12,5%	15,3%

Distribuzione per regione di residenza

In linea con la presenza territoriale del Gruppo, le regioni di residenza del maggior numero di collaboratori sono nell'ordine la Lombardia, la Sicilia, il Lazio e le Marche che insieme rappresentano circa il 90% dell'organico complessivo.



Politica delle pari opportunità

Quasi il 92% dei lavoratori lavora a tempo pieno mentre circa l'8% ha un contratto di lavoro a tempo parziale. In particolare è importante sottolineare

come il 90% dei contratti part-time riguarda il personale femminile, più sensibile alla necessità di conciliare la vita lavorativa con gli impegni familiari.

PART-TIME	2013	%
Full/Part-time	4.312	100
Full time	3.964	91,9
Part-time	348	8,1
Totale	4.312	100

Assenze

Rispetto al 2012 le ore di assenza sono diminuite del 9,6%; monitorando la composizione è possibile osservare differenze soprattutto per quanto riguarda le ore

di assenza per gravidanza, allattamento e post-parto, per motivi vari e per motivi familiari e personali.

Ore di assenza	2012	%	2013	%
Malattia, infortuni e visite mediche	204.852	36	208.383	40,5
Permessi per motivi vari*	121.288	21	32.275	6,3
Gravidanza, allattamento e post parto	129.046	23	160.368	31,2
Permessi sindacali	33.695	6	35.369	6,9
Motivi familiari e personali	58.310	10	77.842	15
Altro*	22.159	4	350	0,1
Totale	569.350	100	514.587	100

Categorie protette

Categorie protette	2011	2012	2013
Diversamente abili	253	239	232
Vedove e orfani	79	76	72
Totale	332	315	304

Infortuni

Infortuni	2011	2012	2013
Interni alle strutture aziendali	9	10	13
Esterni alle strutture aziendali	43	37	23
Totale	52	47	36

Inquadramento contrattuale, evoluzione delle carriere e remunerazione

Distribuzione percentuale per aree professionali e promozioni

A fronte di un tendenziale aumento dei Quadri è evidente un livello sostanzial-

mente costante riguardante gli Impiegati.

Area professionale	2011	2012	2013
Dirigenti	1,5%	1,4%	1,4%
Quadri	34,9%	35,5%	36,4%
Impiegati	62,6%	62%	62,1%
Altre risorse	1%	1,1%	0,1%
Totale	100%	100%	100%

Promozioni

Nell'ambito delle politiche di gestione delle Risorse Umane traspare un sistema premiante basato su criteri oggettivi (statistici e quantitativi) che permette alle risorse migliori di valorizzare le proprie capacità in una posizione di maggiore re-

sponsabilità; con riferimento alle Risorse di rete il sistema di incentivi si basa principalmente su premi variabili, in coerenza con le Direttive emanate da Banca d'Italia riguardanti le retribuzioni e i sistemi di incentivazione dei collaboratori.

Tipo di passaggio	2011	%	2012	%	2013	%
Da Quadri a Dirigenti	4	1	4	1	2	1
All'interno dei Quadri	94	17	97	23	80	21
Da Personale non Direttivo a Quadri	78	15	48	11	47	12
All'interno di Personale non Direttivo	351	67	281	65	249	66
Totale	527	100	430	100	378	100

Retribuzione media lorda per categoria

Mentre la retribuzione lorda relativa ai Quadri e ai Dirigenti è diminuita negli ultimi anni (- 6,1% rispetto al 2010), le al-

tre Risorse ricevono mediamente salari e stipendi sostanzialmente invariati rispetto al passato.

Retribuzione media lorda annua per categoria	2011	2012	2013
Dirigenti e Quadri	62	62	61
Impiegati	33	33	33
Altre risorse	29	29	28

DATI IN MIGLIAIA DI EURO

Valutazione delle prestazioni

In un'ottica di confronto e collaborazione, una volta all'anno viene effettuata la valutazione delle performance dei collaboratori prendendo in considerazione risultati sia quantitativi sia qualitativi. La fase di valutazione è un momento in cui il valutatore e il collaboratore valutato

approfondiscono i risultati conseguiti da quest'ultimo impostando una serie di considerazioni volte a capire quali sono state le determinanti di eventuali scostamenti negativi e ad offrire possibili spunti di miglioramento - nell'ambito di un confronto utile per entrambi.

* È stato utilizzato un criterio di raggruppamento delle assenze differente rispetto al 2012.

Formazione

In linea con gli anni precedenti, anche nel 2013 l'attenzione della Direzione Risorse Umane si è focalizzata sull'aggiornamento delle tematiche formative proposte ai dipendenti al fine di valorizzare la persona attraverso una formazione mirata. I prioritari obiettivi operativi di prodotto della formazione del 2013 possono essere sintetizzati nei seguenti quattro punti:

1. Portafogliatura della clientela: stimolare nei Responsabili di agenzia la sensibilità e capacità realizzativa del modello commerciale di Gruppo al fine di implementare correttamente l'ordinamento organizzativo e i modelli di servizio.
2. Area dei comportamenti: contribuire a sviluppare i modi di agire e le condotte commercialmente efficaci. Particolarmente interessanti sono stati i nuovi interventi di formazione manageriale in cui il partecipante è stimolato a mettersi in gioco oltre l'aula e, a coppie affiatate con obiettivi simili e condivisi, a mettere a fattor comune le risorse individuali, in termini di abilità, visioni e conoscenze.
3. Conoscenze tecniche: prosecuzione nella copertura delle conoscenze tecnico-professionali previste per i tre segmenti della rete (crediti, finanza e sportello). Particolare attenzione è stata posta su processi operativi ed informativi che costituiscono un nuovo modo di intendere la professione bancaria, con particolare riferimento al processo di rating e al modello di consulenza attraverso la Mifid. A questi ambiti nel corso dell'anno è stata rivolta una particolare attenzione dal punto di vista formativo attraverso molte

plici canali - dall'aula alla formazione a distanza e a forme miste di work out, apprendimento e diffusione a cascata;

4. Area Normativa: proseguire nel secondo ciclo di formazione antiriciclaggio dopo lo sforzo che negli scorsi anni ha coinvolto la rete di vendita, ampliando la formazione d'aula nelle aree della trasparenza, privacy e 231, sia nella rete che nei servizi di staff.

Il 2013 ha visto inoltre l'implementazione di un modello di valutazione della formazione che tiene in considerazione le fasi di adesione, gradimento, apprendimento, applicazione e misurazione del risultato di business e/o di miglioramento di processo interno; nel corso del 2014 si proseguirà su questa strada estendendo il modello a tutti gli interventi formativi a catalogo e non. Per quanto riguarda le risorse operanti nell'attività di formazione si è registrato un bilanciamento tra il contributo proveniente da consulenti esterni al Gruppo e un sempre più marcato ricorso a risorse interne (queste ultime sono, infatti, in grado di fornire concretezza di contenuti unitamente ad una spiccata e caratterizzante cultura aziendale).

Nel corso degli ultimi anni sono stati attuati interventi di valorizzazione della faculty interna che prevedono il proseguimento nel 2014.

Infine, così come negli anni precedenti, anche nel 2013 si è fatto ricorso alle risorse finanziarie messe a disposizione dai Fondi Interprofessionali (Fondo Banche-Assicurazioni e Fondir). L'esito positivo del processo di accoglimento della nostre richieste di finanziamento da parte



degli Enti preposti è garanzia di qualità e serietà dei contenuti formativi erogati. Rispetto al 2012 le ore di formazione erogate ai collaboratori sono aumentate del 3,2% attestandosi a quota 144.961; nel 2013 appaiono evidenti un aumento della formazione a distanza e una diminuzione dei corsi esterni svolti in aula tradizionale.

Per quanto riguarda le diverse aree funzionali è possibile osservare come circa il 60% delle ore formative erogate siano state usufruite dalle Aree Commerciale e Normativa, a fronte di un aumento considerevole della fruizione da parte dall'Area Credito (+64,5% rispetto all'anno precedente).

Tipologia corsi	2011		2012		2013	
	ore	%	ore	%	ore	%
Aula tradizionale - Corsi interni	97.931	66	89.106	64	93.649	64,6
Aula tradizionale - Corsi esterni	4.537	3	8.996	6	2.608	1,8
Formazione a distanza	45.842	31	42.340	30	48.704	33,6
Totale complessivo	148.310	100	140.442	100	144.961	100

Area tematica	2013	
	ore	%
Commerciale	35.023	24,2
Credito	23.773	16,4
Finanza	12.082	8,3
Informatica e applicazioni	1.378	1
Normativa	51.862	35,8
Trasferimenti	4.883	3,4
Risorse umane e manageriali	12.765	8,8
Altro	3.195	2,1
Totale complessivo	144.961	100



Creval Academy

L'investimento forte nella formazione indirizzata ai collaboratori - con l'obiettivo di aggiornarne e accrescerne le competenze - ha trovato sbocco con l'istituzione di Creval Academy il 10 dicembre 2013, cui sono demandati (sotto la presidenza del Vice Direttore Generale Enzo Rocca) in modo esclusivo lo sviluppo e l'organizzazione dell'offerta formativa interna complessiva.

Obiettivi:

- » progettare e realizzare - secondo una visione integrata e una logica di efficienza ed efficacia - lo sviluppo, il rafforzamento e l'aggiornamento delle competenze tecnico-professionali e manageriali delle Risorse interne;
- » realizzare analisi, ricerche e studi su temi d'interesse per il Gruppo, favorendo la divulgazione dei risultati oggetto d'indagine sia all'interno sia all'esterno;
- » migliorare con continuità l'organizzazione e l'offerta formativa di Gruppo - tenendo conto dell'evoluzione del contesto finanziario internazionale e nazionale;
- » valorizzare e promuovere le attività di formazione all'interno e all'esterno;
- » incoraggiare e organizzare eventi formativi, corsi di formazione e di aggiornamento professionale anche attraverso il contributo e/o la partecipazione di istituzioni ed enti pubblici e privati;
- » pianificare, gestire e controllare l'attività formativa e di sviluppo delle competenze del personale;
- » favorire lo sviluppo del personale nella funzione di formatore interno;
- » accedere a bandi e concorsi emessi da Enti pubblici e privati e fondi di settore italiani ed europei atti ad acquisire risorse finanziarie finalizzate alla formazione.

Politiche del lavoro

Il Servizio Politiche del Lavoro e Welfare, in continuità con gli anni passati, ha proseguito per conto delle banche e società del Gruppo le proprie attività di consulenza giuslavoristica, di gestione dei procedimenti disciplinari, di contenzioso del lavoro e di gestione delle relazioni con le Organizzazioni Sindacali Aziendali e di Gruppo. Nell'ambito di tali funzioni è stata svolta, in particolare, l'attività di consulenza sull'applicazione delle novità introdotte dal nuovo Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro di settore che copre la totalità dei dipendenti. È stata inoltre prodotta un'importante attività di consulenza riguardo alle novità normative introdotte nel corso dell'anno - anche attraverso lo svolgimento di specifici incontri di approfondimento, talvolta assistiti da consulenti esterni e con il supporto degli specialisti dell'area sindacale dell'Abi. Con specifico riferimento al contenzioso giuslavoristico, a fronte dello svolgimento della consueta attività di istruzione e di gestione delle cause si sono registrati esiti vittoriosi per le banche e società del Gruppo nella totalità dei giudizi arrivati a sentenza nel corso del 2013.

Pur considerando la sospensione delle relazioni sindacali a livello di settore che ha contrassegnato gli ultimi mesi dell'anno, l'attività al riguardo è proseguita nella logica che ha sempre ispirato il dialogo sociale all'interno del Gruppo Creval: un momento

di sereno confronto, anche di natura negoziale. Al fine di valorizzare l'impegno profuso dal Personale nel giugno 2013 è stato siglato un accordo che ha consentito ai Dipendenti la valorizzazione di alcuni istituti di welfare aziendale (borse di studio ai figli dei dipendenti e previdenza complementare). Ad esito del confronto tra le Parti Sociali, inoltre, è stato sottoscritto l'accordo sindacale riguardante la fusione per incorporazione di Deltas nella banca Capogruppo Credito Valtellinese e la conseguente nuova struttura organizzativa di quest'ultima.

Anche nel 2013 l'attività svolta dalle Commissioni Formazione instaurate a livello aziendale ha consentito, attraverso la firma di appositi accordi sindacali in materia di formazione finanziata, di poter ottenere importanti finanziamenti da parte del Fondo FBA e da parte della sezione ordinaria del Fondo di Solidarietà di settore.

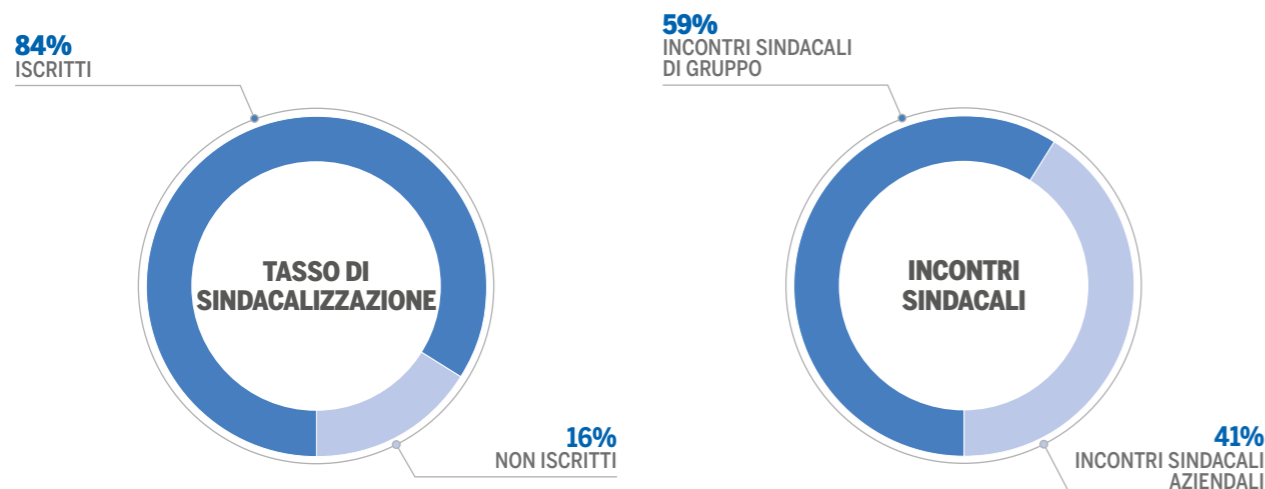
L'anno è stato caratterizzato, per quanto concerne le relazioni con i Sindacati, dai consueti momenti di confronto previsti contrattualmente con le Organizzazioni di tutte le banche e società del Gruppo (ad esempio incontri annuali e incontri semestrali), dalle informative sindacali per l'adozione di un nuovo modello di rete - come le cosiddette "filiali leggere" - e dalle informative derivanti da innovazioni contrattuali - come il prolungamento dell'orario di sportello.

Attività sindacale	2012	2013
Incontri sindacali	116 giorni	39 giorni
Assemblee sindacali	3.210 ore	2.933 ore
Conflittualità sindacale: scioperi di carattere aziendale	0 ore	0 ore

È importante notare come la forma estrema di conflittualità contrattuale - lo sciopero di carattere aziendale - non sia stata

utilizzata né durante il 2013 né nel corso dell'anno precedente.

Contenziosi in materia di lavoro (attivi e passivi)	2013
Numero contenziosi al 31/12/2012 (tutti di natura individuale)	21
Aperti nell'anno	6
Chiusi nell'anno	9
Saldo cause al 31/12/2013	18



Welfare

Il sistema di *welfare* del Gruppo è destinato ad assumere un ruolo strategico per coniugare il miglioramento della qualità della vita e del benessere sul posto di lavoro con il necessario incremento dell'efficienza e della produttività. Oltre agli scopi specifici che i diversi istituti di welfare mirano a perseguire, lo sviluppo di politiche di welfare aziendale consente di conseguire un miglioramento del clima interno e del senso di appartenenza dei dipendenti, la maggiore fidelizzazione delle risorse e l'attrazione di talenti - secondo un modello di relazioni sindacali responsabile, partecipativo e non conflittuale.

Per il collaboratore si determina così un "vantaggio" in termini di:

» maggior potere di acquisto reale rispetto a quello determinato dalla busta paga;

» migliore conciliazione dei tempi e delle esigenze di vita con i tempi e le esigenze lavorative;

» motivazione e soddisfazione lavorativa. Il Gruppo, in particolare, offre l'opportunità di accedere a una gamma di prodotti bancari dedicati con termini e condizioni agevolati e a ulteriori benefit pensati per sostenere i colleghi nei diversi periodi della loro vita (ne sono un esempio la fornitura di buoni pasto, la messa a disposizione di mense aziendali, le borse di studio per i figli dei dipendenti).

In questo quadro si inseriscono i sistemi di previdenza complementare e di assistenza sanitaria integrativa - cui è ormai iscritta la quasi totalità dei dipendenti - e le coperture assicurative in caso di morte, invalidità permanente e infortuni.

Previdenza complementare

Per il Gruppo i sistemi di previdenza complementare rappresentano un fondamentale meccanismo di integrazione dei piani di previdenza sociale, contribuendo a fornire garanzie per il benessere dei dipendenti nel corso della vita lavorativa e durante la pensione.

La forma di previdenza di riferimento è il fondo pensione per i dipendenti del Gruppo bancario Credito Valtellinese cui è affidata la gestione delle posizioni previdenziali di 3.609 iscritti per un patrimonio complessivo in gestione di circa 223 milioni €.

Ciascun dipendente vede incrementare il proprio risparmio previdenziale nel rispetto degli accordi sindacali e delle disposizioni di legge, mediante il versamento di contributi ordinari (a carico azienda e a carico iscritto) e del Trattamento di Fine Rapporto maturando; ha inoltre la facoltà di effettuare versamenti volontari in regime di deducibilità fiscale e di ripartire la propria posizione previdenziale tra stock accumulato e contributi futuri su comparti differenti, diversificando il profilo di investimento e di rischio.

Al fine di salvaguardare il mantenimento di un adeguato tenore di vita per gli iscritti al momento del pensionamento,

i patrimoni destinati alla finalità pensionistica sono amministrati sulla base dei principi di sana e prudente gestione e nel rispetto delle normative e degli orientamenti stabiliti dalla Commissione di Vigilanza sui Fondi Pensione, la cui governance è affidata in modo paritetico a rappresentanti di nomina aziendale e a rappresentanti eletti dagli iscritti i cui mandati vengono rinnovati ogni 3 anni. Il medesimo meccanismo di "eguaglianza" è rispettato anche nella composizione del Collegio dei Revisori dei Conti e dell'Assemblea dei delegati.

Allo scopo di promuovere una più ampia consapevolezza sui temi previdenziali il Fondo punta sulla visibilità in Internet (www.crevalfondo.it) e sulle iniziative di formazione dedicate ai colleghi neoassunti.

Nel Gruppo operano anche altre forme residuali di previdenza complementare che assicurano agli iscritti una copertura pensionistica aggiuntiva a quella offerta dal sistema previdenziale obbligatorio e che, insieme con le iscrizioni al fondo pensione di Gruppo, consentono di raggiungere un tasso di adesione dei dipendenti alla previdenza complementare pari al 98%.



Sulla base della positiva esperienza maturata nell'ultimo triennio, anche nel 2013 il fondo pensione di Gruppo - con il supporto di Vigeo, società specializzata nella valutazione del rating extra-finanziario degli investimenti - ha effettuato un'analisi del portafoglio integrata con criteri sociali, ambientali e di governance sul bilancio di esercizio allo scopo di verificare l'esposizione a rischi di questo genere che possono eventualmente trasferirsi sulle performance finanziarie dei titoli in portafoglio.

I risultati si sono rivelati, anche per l'anno corrente, molto positivi e manifestano un punteggio (così detto "ESG score") superiore sia alla media del campione di riferimento di Vigeo (1.800 aziende e 177 Paesi emittenti) sia alla media dei fondi pensione italiani.

Tutela e promozione della salute

Attraverso diverse forme di assistenza sanitaria - integrative rispetto al Servizio Sanitario Nazionale - il Gruppo garantisce maggiori livelli di tutela della salute in favore di più di 10.796 tra lavoratori dipendenti e familiari, in coerenza con i diversi livelli essenziali di assistenza presenti nelle regioni di operatività.

A tale scopo sin dal 1948 esiste la Mutua interna del Gruppo Credito Valtellinese - fondata sui fondamentali principi della mutualità e della solidarietà - che, oltre al rimborso delle spese mediche, persegue obiettivi di prevenzione delle malattie de-

gli assistiti attraverso strutture che offrono le più avanzate tecniche diagnostiche messe a disposizione dall'evoluzione tecnologica e scientifica in campo sanitario. La difesa "ex-ante" dall'insorgere di patologie rappresenta l'obiettivo strategico di questo istituto anche in futuro, nella consapevolezza che il differenziale fra l'aspettativa di vita dalla nascita e l'aspettativa di vita da "sani" pone la necessità di un'ampia riflessione sull'esigenza di destinare maggiori risorse a questo scopo, nonché alla cura di soggetti anziani e non autosufficienti (anche in prospettiva).



Abbracciando l'idea dell' "innovazione per la sostenibilità" contenuta nella Carta dei Valori, anche la Mutua interna e il fondo pensione di Gruppo hanno adottato soluzioni innovative e tecnologicamente avanzate per ridurre il consumo di carta. Gli obiettivi sono molteplici e vanno dal contenimento dell'impatto ambientale alla semplificazione dei processi operativi, oltre che al risparmio di tempi e costi. In particolare, la Mutua interna ha informatizzato completamente l'invio delle fatture a supporto delle richieste di rimborso e delle notule. Il risparmio complessivo in termini di carta è di 310 mila fogli A4 (equivalenti) a cui si aggiunge il risparmio di toner per stampanti.

Il fondo pensione di Gruppo dal 2013 ha sviluppato alcuni sistemi informatici che eliminano o riducono drasticamente la trasmissione di documenti in formato cartaceo e per posta e si avvia nel 2014 ad estendere la piattaforma on line a tutte le tipologie di prestazioni previdenziali erogate. Dal 2014 ha inoltre quasi totalmente eliminato la stampa del bilancio di esercizio e dei documenti correlati, trasferendo questi contenuti su un supporto informatico. Complessivamente il consumo di carta (e carta grafica) risparmiato è di 15 mila fogli A4 (equivalenti).

La Mutua interna persegue, inoltre, l'obiettivo di implementare ulteriormente le convenzioni in essere con le strutture sanitarie presenti sul territorio di insediamento delle Aziende aderenti al fine di ottenere per gli iscritti elevati standard di prestazioni a prezzi convenzionati -

sfruttando al meglio l'ampio bacino di iscritti e beneficiari raggiunto.

Nel Gruppo sono attive anche forme assicurative di assistenza sanitaria integrativa che perseguono lo scopo di assicurare la migliore copertura delle spese mediche per i dipendenti e le loro famiglie.

Accesso ai servizi di welfare	2012	2013
Previdenza complementare		
- numero di iscritti al fondo pensione di Gruppo	3.637	3.609
- numero di iscritti alle altre forme di previdenza	789	786
Assistenza sanitaria integrativa		
- numero di assistiti	10.865	10.796
- di cui dipendenti	4.362	4.277

Istituti di welfare: contributi e premi versati	2012	2013
Previdenza complementare (fondo pensione di Gruppo)	18.963	18.209
- di cui contributo a carico azienda (fondo pensione di Gruppo)	7.416	7.164
Previdenza complementare (altre forme)	4.037	3.869
- di cui contributo a carico azienda (altre forme)	1.637	1.555
Assistenza sanitaria integrativa	7.546	7.123
- di cui contributo a carico azienda	6.301	6.200
Assicurazione vita e invalidità permanente	698	692
Assicurazione infortuni extraprofessionali	144	163
Contributi a Casdic* per long term care	460	456
Totale	31.848	30.512

DATI IN MIGLIAIA DI EURO - * Cassa Nazionale di Assistenza Sanitaria per il Personale Dipendente del Settore del Credito.

Crevalcir

Il Circolo Ricreativo del Gruppo Credito Valtellinese si conferma anche quest'anno come realtà importante per i valori umani e sociali che promuove nei confronti dei collaboratori del Gruppo, delle loro famiglie e dei pensionati - rappresentando un'istanza a carattere associativo sviluppata per coinvolgere gli iscritti in attività di promozione sociale, ricreativa, culturale, sportiva e aggregativa.

Nel 2013 gli aderenti hanno superato quota 4.250 unità; oltre 6.500 Soci hanno partecipato alle iniziative di sport agonistico - dove Credito Valtellinese si conferma ai vertici nazionali (1° posto assoluto della squadra femminile di mezza maratona e titolo individuale di categoria F50 ai Campionati Italiani Bancari e Assicurativi di corsa su strada) - ed alle attività culturali-sociali e artistiche. Le iniziative promosse da Crevalcir sono state complessivamente 130; merita fare cenno a:



- » 70 ad indirizzo prettamente culturale (in progressivo sviluppo) - nel campo dell'arte, teatro, musica, turismo culturale e cultura in genere;
- » 50 a carattere sportivo - il successo della formula Meeting⁴⁷ con la relativa numerosa partecipazione di Soci contribuisce notevolmente ad incrementare il numero di aderenti.

Sono state inoltre promosse altre attività che riguardano in parte servizi ai Soci e in parte momenti di associazione ricreativa.

⁴⁷ Si tratta delle iniziative più importanti per impegno organizzativo, valenza sociale e numero di presenze (oltre 500 Soci hanno partecipato alle edizioni tenutesi in Sicilia e Tirolo austriaco).



I comunicati e la rassegna stampa

Nel corso del 2013 sono stati diffusi 63 comunicati riguardanti le categorie *price sensitive*, commerciale, istituzionale e gli articoli dedicati alle iniziative culturali e sociali intraprese dalle banche del Gruppo e dalla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese.

L'attività di *media relations* prevede anche il rilascio quotidiano della Rassegna stampa, resa disponibile attraverso una piattaforma informatica presente nella

rete interna (Intranet) a cui possono accedere tutti i collaboratori. La sua analisi contribuisce a identificare le tematiche e gli aspetti di maggiore interesse per gli stakeholder e la percezione della pubblica opinione nei confronti del Gruppo. Nell'anno sono stati pubblicati sulla stampa 3.426 articoli tra interviste, citazioni del Gruppo, informativa su prodotti, donazioni, sponsorizzazioni e informazioni sulle attività sociali sostenute⁴⁹.

Media

Le relazioni con gli organi di informazione sono improntate a criteri di correttezza, trasparenza, indipendenza ed equidistanza e sono finalizzate ad offrire informazioni affidabili e pertinenti sull'attività del Gruppo, la struttura, la situazione finanziaria dell'impresa, le sue politiche e strategie - anche di natura sociale e ambientale - e i risultati delle azioni intraprese. Il Servizio Investor e Media Relation svolge la propria attività utilizzando in modo integrato numerosi strumenti: comunicati stampa, interviste, eventi, incontri con la stampa, relazioni *one to one* con i giornalisti, definendo in

questo modo una comunicazione a più livelli verso tutti gli interlocutori coinvolti. Il Gruppo Creval investe nel rapporto con i media come elemento essenziale per avviare una relazione basata su trasparenza e correttezza, seguendo le direttive degli organi di vigilanza al fine di rendere tempestiva ed efficace la gestione con gli operatori. I comunicati stampa sono disponibili sul sito Internet⁴⁸ contestualmente alla diramazione al mercato e vengono inseriti in appositi archivi per diverso tempo in modo da poter agevolare la visione.

Investimenti pubblicitari

Seppur in calo rispetto all'anno precedente, gli investimenti in *advertising* hanno contribuito a manifestare la vicinanza al territorio attraverso strumenti di comunicazione sia tradizionali - quali insegne, affissioni e cartelloni - sia moderni - come Internet e radio.

Essendo un Gruppo a matrice popolare e localistica, seppur con una presenza diffusa sulla penisola, gli impieghi in pubblicità hanno caratterizzato in particolare i media locali. L'importo totale investito è

di 670.564 €, di cui il 75% riguardante la stampa, poco più del 20% relativo ad affissioni, insegne e cartellonistica e in ultima istanza internet e radio che coprono il 4% della somma stanziata. Rispetto agli anni passati la stampa è cresciuta superando non di poco le affissioni: il dato è da ricondursi ad una campagna su testate locali, durata da aprile a dicembre, atta promuovere il programma SocioInCreval che ha pesato per il 18% sugli investimenti totali (24% sugli investimenti stampa).

	€	%
Insegne e cartellonistica	142.448	21
Internet	21.545	3
Stampa Piano Media	501.468	75
di cui Programma SocioInCreval	119.001	
Radio	5.103	1
Totale	670.564	100



⁴⁸ <http://www.creval.it/comunicatistampa/index.htm>

⁴⁹ La maggior parte delle iniziative che il Gruppo propone ha attinenza e particolarità che si riflettono sui contesti dei territori di appartenenza; ne deriva che la maggior parte dei ritorni stampa riviene da testate locali.

Fornitori

Il Gruppo cerca di perseguire da sempre un'attenta politica di collaborazione con i propri partner commerciali fondata non soltanto sulle performance economiche, ma anche su quelle socio-ambientali. Correttezza e trasparenza rappresentano al riguardo fattori peculiari di ispirazione; la loro importanza è tale da richiedere che questi due valori siano vissuti non solo nell'operatività quotidiana delle banche e società iscritte nel perimetro unitario, ma anche sotto forma di condivisione da parte dei partner commerciali. In questo quadro la metodologia di selezione dei fornitori è sempre più orientata a criteri di efficienza e di affidabilità che devono essere preventivamente dimostrati - non solo promessi - da tutti i potenziali partner; nella loro scelta o conferma vengono presi in considerazione anche altri parametri quali, a titolo esemplificativo, la propensione all'innovazione, la capacità e velocità nell'adeguare i propri beni e/o servizi in base alle nuove normative nazionali e/o comunitarie e il mantenimento, e se possibile l'incremento, di un elevato rapporto in termini di qualità/prezzo.

La variegata tipologia di beni e servizi acquistati dal Gruppo non consente ovviamente di avere parametri univoci per tutti i fornitori e, per questo e per mantenere un elevato livello di innovazione anche nelle metodologie di valutazioni, l'albo che li riguarda è soggetto a periodiche rivisitazioni che entrano nel merito

del metodo e dei parametri di valutazione utilizzati.

Le performance dei principali partner commerciali vengono costantemente monitorate attraverso l'Albo Fornitori del Gruppo che dal 1995 permette di raccogliere una serie di informazioni di carattere economico, commerciale, tecnico e logistico (oltre, ovviamente, a dati che riguardano la tipologia dei beni o dei servizi forniti) che stabiliscono il grado di qualità del servizio offerto ed il mantenimento nel tempo delle performance richieste.

Alla data di stampa di questo Documento sono in corso alcuni progetti volti a valutare il costo/opportunità di associare rating e monitoraggi specifici ai fornitori principali e/o a quelli che forniscono i beni ed i servizi più critici al fine di individuare, con anticipo rispetto ai comuni canali, eventuali situazioni a rischio anche prospettico.

L'operato di ciascun fornitore è periodicamente e costantemente oggetto di monitoraggio sulla base dei seguenti criteri:

- » disponibilità;
- » efficienza;
- » puntualità della consegna;
- » integrità e completezza delle forniture;
- » economicità in termini di rapporto qualità/prezzo;
- » possesso di significative Certificazioni qualitative;
- » correttezza e rispetto dei principi etici sostenuti dal Gruppo.

I valori fondanti del Gruppo

I valori fondanti a cui il Gruppo ispira il proprio operato sono regolati nella Carta omonima⁵⁰ che rappresenta la "base" dei rapporti contrattuali con i fornitori ed i collaboratori; sono garantiti da precise e stringenti clausole contrattuali che, pena la nullità degli accordi sottoscritti, vincolano i partner a tali principi imponendo loro l'accettazione e la sottoscrizione del Codice Comportamentale del Gruppo Credito Valtellinese⁵¹.

Politica degli acquisti

I valori fondanti di cui sopra vengono perseguiti in maniera diretta cercando ad esempio di acquistare, laddove possibile, beni prodotti nel rispetto dell'ambiente - con l'incentivazione all'utilizzo della carta prodotta con materia prima riciclata e con l'approvvigionamento e la produzione di stampati per il tramite di fornitori certificati FSC⁵², ovvero che utilizzano materie prime prodotte nel rispetto dei principi e dei criteri di buona gestione forestale.

Gestione dei costi

La Direzione Acquisti di Gruppo - in capo a Bankadati - ha intensificato il processo di centralizzazione degli acquisti e di monitoraggio dei consumi e di verifica del benchmark in termini di costi sostenuti in diverse tipologie di rapporti contrattuali.

I principali obiettivi perseguiti dal Gruppo consistono:

- » nell'identificazione di una corretta metodologia di acquisto per ciascuna

La trasparenza nei rapporti commerciali è anche favorita dalle metodologie procedurali interne che permettono di gestire in maniera rapida e semplice gli approvvigionamenti e di ottimizzare l'onere burocratico-amministrativo, perseguendo l'obiettivo di riduzione degli sprechi e riducendo l'impatto ambientale.

Il rispetto ambientale è perseguito anche attraverso l'adozione di accorgimenti volti ad ottenere un maggior risparmio energetico (ad esempio con lo spegnimento automatico dopo un certo orario di apparecchiature elettroniche i cui display, ancorché in stand-by, produrrebbero inutili consumi) e mediante l'acquisto di monitor e stampanti a basso consumo energetico e con basse emissioni di polveri e CO₂.

categoria merceologica (attraverso ricerche di mercato, aste on-line e altre metodologie volte ad esaltare i principi di concorrenza e di libero mercato);

- » nella razionalizzazione dei consumi attraverso l'analisi delle effettive esigenze, del controllo e della definizione delle regole di utilizzo;
- » nella ricontrattualizzazione o nella ricollocazione dei rapporti di collaborazione esistenti allorquando il mercato,



⁵⁰ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/pdf/cartaValori.pdf>

⁵¹ <http://www.creval.it/investorRelations/pdf/codiceComportamentale.pdf>

⁵² Forest Stewardship Council.

come è il caso nell'attuale congiuntura economica, evidenzia l'avvenuto abbassamento della curva di domanda con la conseguente disponibilità di prodotti o di servizi analoghi a prezzi più vantaggiosi (ad esempio come sta avvenendo con i fornitori di immobili in locazione che vengono gestiti dal Gruppo alla stregua dei comuni fornitori di beni e servizi da assoggettare alle regole di mercato);

» nella revisione dei processi interni con la semplificazione e la standardizzazione degli stessi. Selezionare, valutare e gestire centralmente e secondo una metodologia precisa e "pubblica" i fornitori garantisce una minore dispersione delle risorse, l'ottenimento di economie di scala ed al contempo una maggiore competitività nelle trattative commerciali senza alcuna rinuncia alla qualità ed all'innovazione.

Asset Banking Consortium (ABC)

L'importanza dei processi di approvvigionamento ha spinto il Gruppo ad intensificare la partecipazione all'interno del "Consortio ABC" - consorzio di banche e assicurazioni volto allo sviluppo di asset operativi, del procurement e del cost management.

Nato nel 2005, svolge la propria attività a supporto delle funzioni acquisti e gestione costi delle banche e delle assicurazioni consorziate e vanta la partecipazione di 40 tra i principali istituti bancari ed assicurativi, nazionali ed internazionali che, in quanto società capogruppo, rappresentano complessivamente gli interessi di oltre 200 aziende.

Oltre ad erogare servizi di natura cognitiva, formativa e consulenziale sui temi

del sourcing, del procurement e del cost management, il consorzio rappresenta un luogo d'incontro in cui società con esigenze e problematiche differenti possono condividere le proprie specifiche esperienze e riflettere sugli scenari evolutivi di un mercato in difficoltà - stante il perdurare dell'attuale crisi socio-economica.

Tramite il Consortio, sfruttando la sommaria delle singole domande di acquisto, è offerta inoltre alle banche consorziate la possibilità di acquistare sul mercato un'ampia gamma di beni e servizi rispondenti ad adeguati standard qualitativi e a condizioni economiche migliorative - nel rispetto dei principi di trasparenza e concorrenzialità.

Reciprocità nei rapporti commerciali

Laddove possibile il Gruppo Credito Valtellinese predilige le partnership con la propria clientela.

A parità di condizioni economiche e nel pieno rispetto della trasparenza e della difesa del libero mercato, allo scopo di privilegiare chi ha dimostrato interesse ed ha dato credito all'operato del Gruppo, sono decisamente preferibili le

sinergie con i fornitori-clienti. L'osservazione è confermata dalla percentuale dei rapporti con soggetti che vantano un rapporto di conto corrente con il Credito Valtellinese, Carifano o il Credito Siciliano; ad oggi quasi i due terzi delle relazioni di fornitura considerabili come significative si concretizzano in quest'ambito.

Localizzazione dei rapporti commerciali

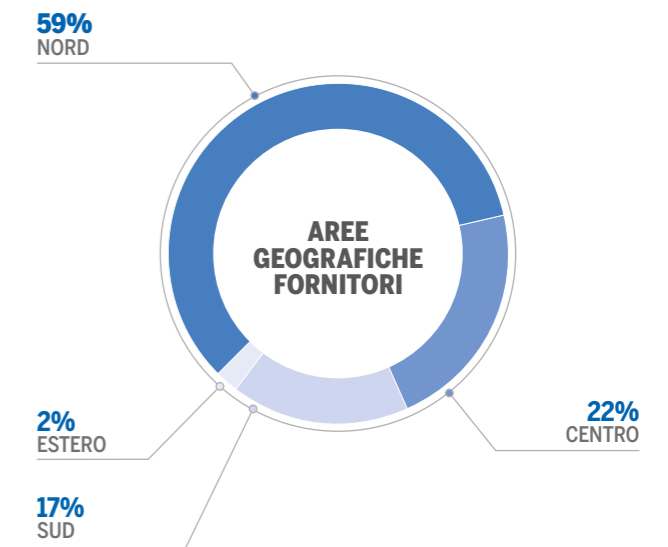
I grafici mostrano la dislocazione dei rapporti commerciali con i fornitori che hanno interagito con il Gruppo nel 2013; circa 1.200 di loro detengono rapporti per un ammontare unitario superiore ai 10.000 €. La collocazione sul territorio italiano è la seguente:

- » 59% nell'Italia settentrionale;
- » 22% nelle regioni centrali;
- » 17% nell'Italia meridionale (con una netta predominanza nella regione Sicilia).
- » 2% all'estero.

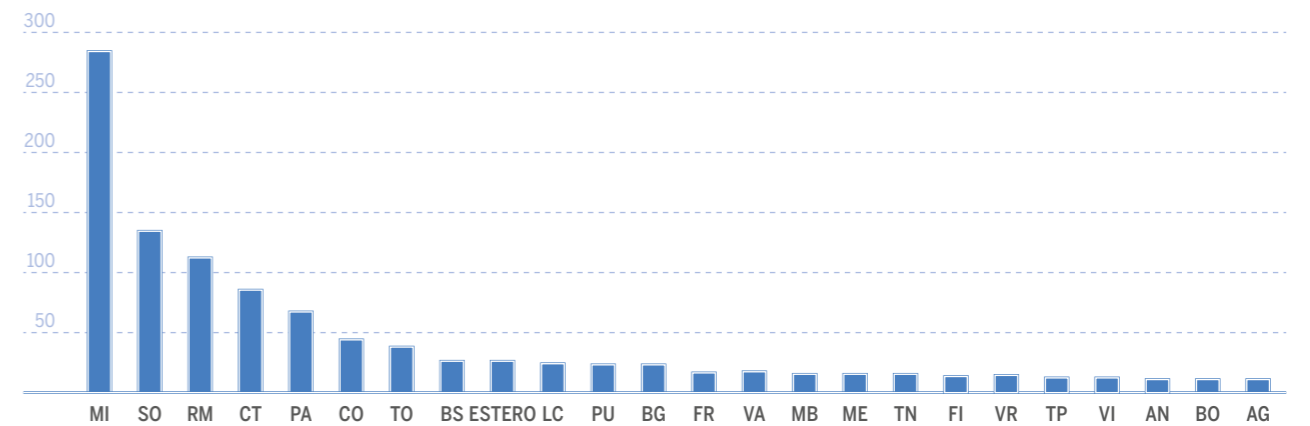
La funzione di co-attore dell'economia locale, ricoperta da tutte le banche territoriali, tende a prediligere fornitori che operano nelle zone di insediamento; circa il 94% dei rapporti significativi con i partner italiani si realizza infatti in province in cui le tre banche retail del Gruppo sono presenti con le proprie dipendenze, a testimonianza del forte orientamento alla creazione di valore per il territorio in cui opera.

Tra i fornitori esteri si annoverano anche primarie società straniere produttrici di tecnologia quali Microsoft, IBM, la belga Vasco Data Security e attive in ambito finanziario come ad esempio la statunitense Bloomberg L.P., l'agenzia internazionale di valutazione del credito Fitch Ratings (Stati Uniti), J.P Morgan Securities Ltd (Gran Bretagna).

Nel corso del 2013 si sono registrati rapporti di collaborazione per un ammontare di 184,3 milioni € (+1,3% su base annuale).



PROVINCE CON PIÙ DI 10 FORNITORI



Stato, autonomie locali e istituzioni. Creset

Oltre a instaurare relazioni creditizie con famiglie, commercianti, artigiani, professionisti e imprese, il Gruppo opera anche in favore di soggetti collettivi che assumono un ruolo di primaria importanza all'interno della società - quali Enti pubblici, istituzioni e associazioni. Il settore pubblico è stato caratterizzato, negli ultimi anni, da un'evoluzione normativa che ha conferito una maggiore autonomia in termini gestionali e finanziari; conseguentemente gli operatori pubblici han-

no la necessità di richiedere una serie di servizi "ad hoc" - finanziari e non - al fine di soddisfare i bisogni relativi alla propria operatività che si fanno sempre più articolati e complessi. L'ampia gamma di servizi di cui dispone Creset permette alla società di proporsi agli Enti quale unico interlocutore in grado di soddisfare esigenze sia finanziarie sia consulenziali in un rapporto collaborativo a natura globale.

Servizi di fiscalità locale

Nel corso del 2013 per tramite di Creset il Gruppo ha gestito 312 servizi di fiscalità locale e servizi accessori e di accertamento (19 in più rispetto al 2012) principalmente situati nelle province di Como e di Lecco, nonché l'incasso di entrate patrimoniali - essenzialmente per comuni delle province di Sondrio e Bergamo. Gli Enti cui sono stati offerti servizi di fiscalità locale e accertamento sono risultati 161 - 23 in più rispetto all'anno precedente. Il carico complessivo affidato in riscossione a Creset nel 2013 per TARSU, TIA, Servizio Idrico e Quote Associate ammonta a 95,6 milioni €, mentre il totale delle entrate spontanee registrate è pari 82,8 milioni €.

Sono state emesse oltre 45 mila intimazioni di pagamento TARSU per un ammontare complessivo pari 10,7 milioni €. Nel corso del medesimo periodo sono

stati emessi 18 mila avvisi di intimazione afferenti il servizio idrico per un importo complessivo di 5,7 milioni €; gli incassi sono risultati superiori a 6,4 milioni €, con una crescita su base annua pari al 55,9%.

Nel periodo sono state anche emesse oltre 15 mila ingiunzioni fiscali per complessivi 7,5 milioni € corrispondenti ai crediti non incassati nella fase bonaria e a seguito dell'emissione delle intimazioni di pagamento, oltre ai carichi coattivi diretti da sanzioni amministrative, accertamenti ICI e TARSU. Gli incassi complessivi si sono attestati a 2,4 milioni €.

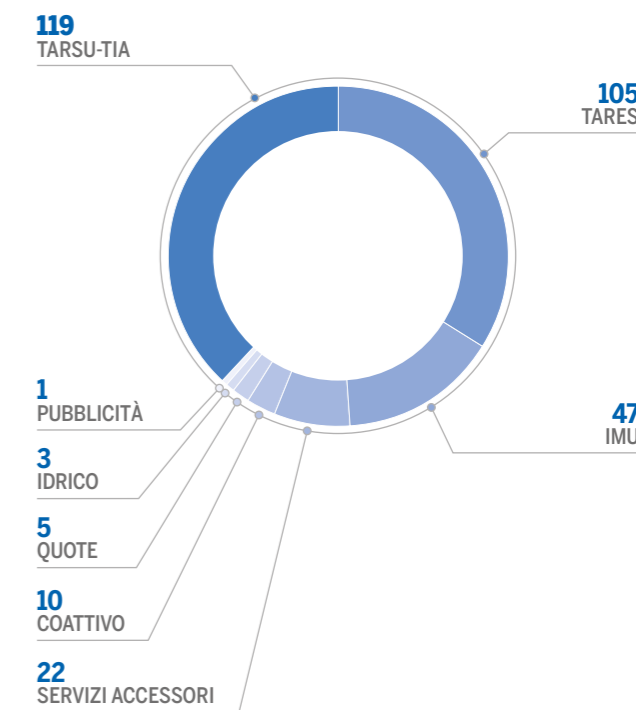
Nell'ambito delle procedure esecutive sono state presentate 120 domande di insinuazione al passivo fallimentare a tutela di crediti vantati dagli Enti e 8 interventi sotto forma di procedure mobiliari; sono stati inoltre emessi oltre 4.500 preavvisi di fermo amministrativo, trascritti 2.700

provvedimenti di fermo amministrativo ed emessi 6.300 solleciti per l'attivazione della procedura di fermo amministrativo. A fronte di questa attività gli incassi registrati nel corso del 2013 sono stati superiori a 91 milioni € e così dettagliati per casistica:

Importi incassati (euro)	
Tassa rifiuti	38.857.162
Servizio idrico	43.769.669
Quote associative	186.635
Intimazioni	6.487.741
Ingiunzioni	2.394.432
Ruoli residui	73.785
Totale	91.769.424

A dimostrazione della qualità dei servizi offerti con riguardo ai processi di gestione della fiscalità locale, RINA - organismo indipendente di certificazione dei sistemi di gestione aziendali - ha certificato qualità e conformità alla norma ISO 9001:2008. Tale riconoscimento conferma l'attenzione e la cura posta nello svolgimento delle attività di Creset.

Contratti di fiscalità locale



Servizi di tesoreria e cassa

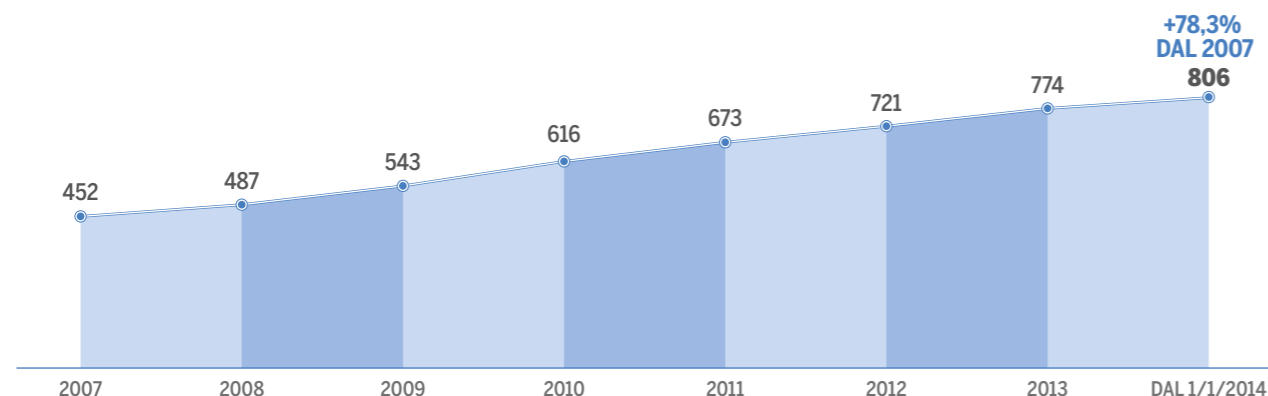
L'attività svolta da Creset ha permesso alle banche del Gruppo di ampliare e consolidare le proprie quote di mercato, a testimonianza del forte radicamento territoriale della rete di vendita. L'operatività si è concretizzata con la partecipazione a 362 gare ad evidenza pubblica, di cui 179 aggiudicate (circa il 50% delle gare partecipate). Tra le gare vinte, 80 sono relative ad Enti di nuova acquisizione e 99 riguardano Enti di cui già veniva gestito il servizio di tesoreria e cassa. I servizi di tesoreria e cassa in scadenza nel 2013 sono risultati complessivamente 226, di cui 110 riferiti a scuole; le gestioni prorogate o rinnovate per il 2014 senza ricorrere a procedure di evidenza pubblica ammontano a 56.

Le nuove acquisizioni più rilevanti risultano la Provincia di Macerata e l'Autorità Portuale di Ancona da parte di Carifano. Un'ulteriore crescita dei servizi di tesoreria si è registrata nella regione Trentino Alto Adige (non in Tesoreria Unica) dove è avvenuta l'aggiudicazione della gara in 10 comuni e in una comunità montana; tale risultato porta il totale a 53 Enti gestiti in questa area. In termini di presenza territoriale le 198 tesorerie comunali "in capo" al Gruppo consentono di servire una popolazione di poco inferiore a 1,6 milioni di abitanti. Dal 1° gennaio 2014, a fronte delle gare d'appalto aggiudicate e dei nuovi servizi ottenuti nel corso dell'anno - al netto di quelli cessati per scadenza o per accorpamen-

to (il processo di dimensionamento degli Istituti scolastici ha comportato a livello di Gruppo la cessazione di 31 servizi di cassa) - il numero complessivo di Enti per

i quali si gestisce il servizio di tesoreria e cassa è pari a 806 (in aumento del 4,1% rispetto all'anno precedente), distribuiti in 9 regioni e 37 province.

Numero tesorerie



Servizi di tesoreria e cassa per tipologia di Enti

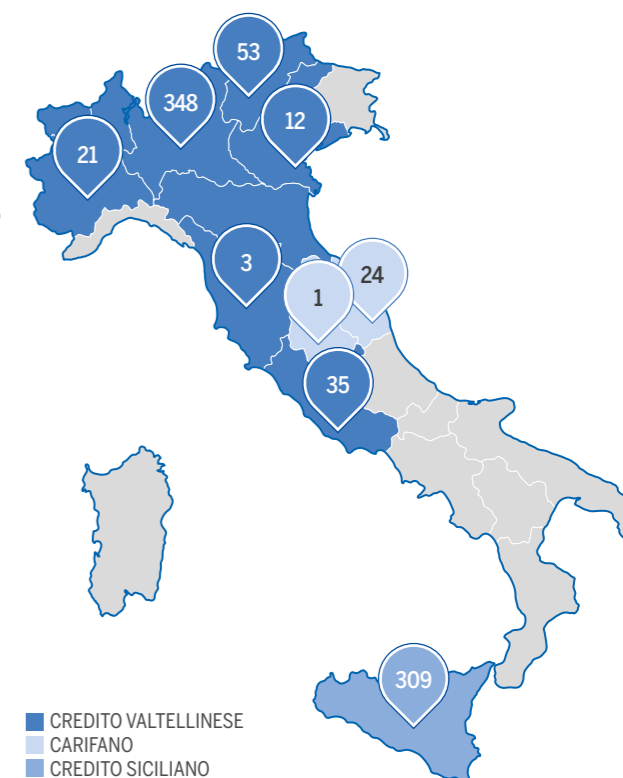
Dall'analisi effettuata sugli Enti gestiti emerge come:

- » il 50,9% è rappresentato da Istituzioni scolastiche;
- » il 30,4% da Enti territoriali (province, comuni, comunità montane, consorzi di comuni, Unioni di comuni);
- » il restante 18,7% è costituito da altri Enti (aziende speciali, aziende sanitarie, Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, associazioni, comitati, ecc.).

Istituzioni scolastiche	410
Comuni	198
Altri Enti	84
Altri Enti territoriali	44
Case di riposo - Asili	38
Aziende speciali	18
CCIAA	7
Aziende sanitarie	4
Province	3
Totale	806

Servizi di tesoreria e cassa gestiti dalle singole banche

La ripartizione delle gestioni all'interno delle banche del Gruppo e la distribuzione sul territorio nazionale è configurabile da gennaio 2014 come segue:



Flussi movimentati

La movimentazione complessiva riferita al 2013 è risultata superiore a 10,9 miliardi € (-5,8% sul 2012) per 2.071.399 documenti lavorati tra mandati, reversali e provvisori (+9,5%). La raccolta media nel periodo si è attestata a circa 232 milioni € (-19,8%) - l'andamento negativo è una conseguenza del passaggio in Tesoreria Unica prima degli enti territoriali e delle ASL (ex D.L. 1/2012) e poi degli Istituti scolastici (ex D.L. 95/2012). Gli impieghi medi si sono attestati a 54 milioni € (-3,7%).

I servizi di tesoreria e cassa vengono gestiti con l'impiego di strumentazioni e procedure avanzate che consentono lo scambio di flussi informativi su canali telematici garantendo sicurezza e praticità. Il sistema informativo, integrato con il sistema procedurale aziendale, consente di operare in completa circolarità su tutte le dipendenze delle singole banche, agli Enti è offerta la possibilità di acce-

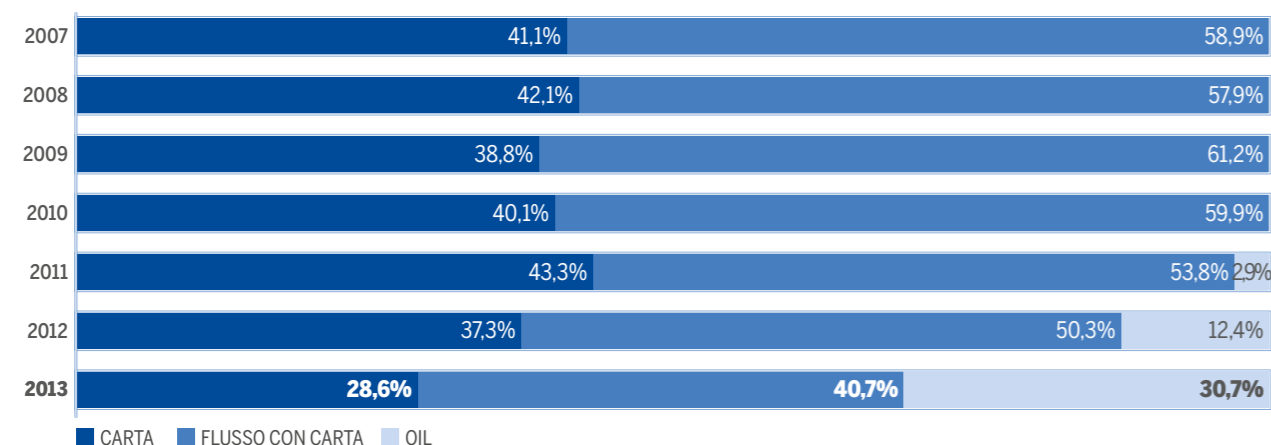
dere via Internet alla propria situazione contabile consentendo una consultazione dei dati analitici e statistici riferiti sia all'esercizio in corso sia agli esercizi passati, aggiornati in tempo reale con tutte le registrazioni effettuate dal Tesoriere. Le consultazioni in Internet dei dati contabili da parte degli enti gestiti sono risultate oltre 600 mila (+23,3%).

In corso d'anno è stato fornito un forte impulso alla dematerializzazione e informatizzazione del servizio, che ha portato a 244 (+171 rispetto al 2012) il numero di Enti che utilizzano il cosiddetto "Ordinativo Informatico" - di cui 52 Enti locali e 181 Istituti scolastici. È stato trasmesso - a mezzo flusso elettronico - oltre un milione di ordinativi di incasso e pagamento, di cui il 42,9% firmati digitalmente, per un ammontare complessivo superiore a 8,8 miliardi € (+23,1%): attraverso Internet è transitato il 71,3% delle richieste emesse.

Con la gestione della tesoreria per alcuni Enti è previsto contrattualmente anche il servizio di incasso e bollettazione dell'acqua e di altre utenze; nel corso del

2013 l'emissione di oltre 40 mila bollette dai 35 comuni che hanno emesso il ruolo dell'acqua ha generato incassi a favore degli Enti per quasi 5,2 milioni €.

Modalità di trasmissione di mandati e reversali degli Enti



Incasso tributi erariali e contributi previdenziali

Creset nel corso del 2013 ha infine presidiato, dal punto di vista giuridico-normativo, l'attività di incasso e riversamento di tributi e contributi svolta dalle banche del Gruppo su base convenzionale (Modello F24) o normativa (Modello F23), curando altresì i rapporti con l'amministrazione finanziaria e gli altri enti impositori. Vi sono stati coinvolti oltre 459 mila contri-

buenti per incassi superiori a 6,9 miliardi €; i pagamenti complessivamente transitati per i canali telematici sono stati 1,7 milioni pari al 71,6% del totale, mentre i compensi derivanti da tale attività a favore di Credito Valtellinese, Carifano e Credito Siciliano sono risultati superiori a 3,6 milioni €.

Collettività

Fondazione Gruppo Credito Valtellinese

La Fondazione ha usufruito nell'anno di apporti finanziari per complessivi € 1.588.380, derivanti dai contributi delle tre banche retail del Gruppo per il 98,2%.

Contributi a favore della Fondazione

Donatori	2013	%
Credito Valtellinese	1.440.000	90,7
Credito Siciliano	100.000	6,3
Carifano	20.000	1,2
Totale Gruppo Credito Valtellinese	1.560.000	98,2
Altri contributi	5.600	0,4
Contributi per Attività di Formazione	22.780	1,4
Totale	1.588.380	100

DATI IN EURO

Settori di intervento della Fondazione

	2013	%
Attività di beneficenza	1.260.592	55,3
Attività culturali ed artistiche*	695.154	30,5
Attività di Orientamento e formazione e convegni	307.348	13,5
Borse di studio	15.600	0,7
Totale	2.278.694	100

DATI IN EURO

Attività culturali ed artistiche

	2013
Credito Valtellinese	506.213
Credito Siciliano	125.930
Carifano	28.804
Fondazione Gruppo Credito Valtellinese	34.207
Totale al 31/12/2013	695.154

DATI IN EURO

Il dettaglio dell'attività è ricompreso in apposito Bilancio di Missione, cui si manda per l'esame puntuale dell'operatività svolta in corso d'anno.

Gli importi sopra indicati non includono i costi per i collaboratori esterni e le spese generali.

* Le attività culturali e artistiche comprendono gli investimenti per i seguenti interventi: mostre d'arte, volumi e iniziative sul territorio curate dalla Fondazione ma che figurano nei bilanci delle banche del Gruppo (vedi tabella "Attività culturali e artistiche").

Sponsorizzazioni



In linea con gli esercizi precedenti, le sponsorizzazioni del Gruppo - quantificate in 1.104.381 € - sono state destinate a eventi in ambito sportivo, culturale e sociale. In particolare, per quanto riguarda lo sport, è stato privilegiato il sostegno ai settori dell'atletica, rugby, tennis, pallavolo, nuoto, golf, short track (in essere la sponsorizzazione della Nazionale Italiana

e di Arianna Fontana), sci, basket, karate, canoa, vela, ciclismo e calcio.

Le relazioni instaurate con le associazioni e le federazioni sportive hanno portato a risultati importanti sia in termini di immagine sia di fidelizzazione - è da sottolineare al riguardo il proseguo dell'accordo con FIDAL (Federazione Italiana Di Atletica Leggera).

Sponsorship

Credito Valtellinese

Rispetto al 2012 le sponsorizzazioni sono aumentate di quasi il 30% (per effetto dell'incorporazione del Credito Artigiano nella Capogruppo) arrivando a quota 500 operazioni e impegnando risorse finanziarie per 964.763 €. I principali sostegni nel settore sportivo hanno riguardato:

- » Sondrio Calcio;
- » Valtellina Golf Club;
- » Rugby Sondrio;
- » FISI Comitato Alpi Centrali;
- » Coni Provinciale di Sondrio;
- » Gruppo sportivo di Chiuro (So);
- » Progetto Insubrika per il nuoto nelle province di Verbano-Ossola e Varese;
- » attività del Cus Milano per il Rugby e del centro sportivo Malaspina di Segrate (Mi);
- » Associazione sportiva Amici dell'Autodromo di Monza e Unione delle Società Sportive Monzesi.

Per quanto riguarda gli eventi sportivi si riportano i seguenti:

- » APT Challenge Città di Como (tennis);
- » gara di Coppa del mondo di Snowboard a Chiesa Valmalenco (So);
- » Basket circuit;
- » prima edizione del Valtellina Wine Trail;
- » regata velica Interlaghi a Lecco;
- » realizzazione della pista di pattinaggio su ghiaccio a Sondrio;
- » gara di cross "Il Campaccio" a San Giorgio sul Legnano (Mi).



Relazioni di scambio sociale

Con riferimento agli eventi culturali si evidenziano:

- » la stagione musicale del coro CAI di Sondrio;
- » il Sondrio Festival (la mostra internazionale sui Parchi);
- » il Festival di Cernobbio (Co);
- » la diciottesima edizione di Art In Ice di Livigno (SO) - rinominata Ri-evolution;

- » le attività promosse dall'Accademia del Pizzocchero, dalla Astel di Teglio (So) e dall' Orchestra di Fiati della Valtellina;
- » le stagioni teatrali del gruppo "Camminando attraverso la voce";
- » il Festival del Cinema Africano;
- » i concerti della stagione musicale della Società del Quartetto a Milano.

Credito Siciliano

La banca del Gruppo operante nell'isola ha sostenuto 36 eventi sul territorio per un investimento finanziario di oltre 97.000 € - sostenendo in particolare i convegni e le attività proposti da Confindustria di Catania, oltre al Carnevale di Acireale. Le principali sponsorizzazioni in ambito sportivo hanno riguardato l'attività del Club Acireale Scherma e le regate di vela.



Carifano

Il sostegno di Carifano, quantificato in oltre 42.000 €, ha caratterizzato attività sociali come la Tombola di San Paterniano (Pu) ed eventi organizzati nelle località turistiche di operatività dell'istituto.

Riguardo allo sport si evidenzia il supporto all'attività Ciclistica Dilettantistica Alma Juventus Fano e alla Scuola di Calcio S. Orso di Fano (Pu).

La nuova procedura elettronica

A partire da marzo 2013 è stata introdotta una procedura dedicata per la gestione elettronica delle pratiche di sponsorizzazione. Le filiali possono in autonomia istruire la pratica elettronica inserendo tutti i dati richiesti dalla procedura e inviarla alla Direzione Territoriale di competenza per una valutazione e approvazione della stessa. Se la somma richiesta è superiore ai 2.500 € (Iva inclusa), passa al secondo step autorizzativo della Direzione Generale. In caso di approvazione in automatico la procedura genera una lettera di conferma sponsorizzazione da consegnare direttamente al cliente; in questo

modo, pur automatizzando la procedura, è mantenuta viva la relazione diretta tra la filiale e il cliente che beneficerà del sostegno. La filiale inserisce successivamente una breve nota sull'evento e allega tutti i giustificativi (locandine, depliant, brochure, foto evento in cui sia visibile la presenza del marchio della Banca, ecc.) e la scansione della fattura/attestazione di ricezione del contributo, che invia in originale al Servizio Contabilità. Il processo si chiude con l'intervento del Servizio Comunicazione e Sponsorizzazioni della Capogruppo che verifica i giustificativi inseriti dalla Filiale proponente e chiude la pratica.



4

Relazione ambientale

<i>Introduzione</i>	106
<i>L'attività di impresa tra rispetto dell'ambiente e sostenibilità energetica</i>	108
<i>Strategia energetica di Gruppo</i>	110
<i>Acqua e nuove opportunità di efficienza</i>	114
<i>Carta e progetto "Printing innovations"</i>	115
<i>Trasporti e mobilità sostenibile</i>	116
<i>La gestione dei rifiuti</i>	117

Ecologia umana ed ecologia
ambientale camminano insieme.

*Papa Francesco, Udienza generale, 5 giugno 2013
citato in Papa Francesco, Pensieri dal cuore, pg 32*

Introduzione



“Quando si introduce il concetto di decisione, o più generalmente di scelta, si sconfinava nell'ambito dell'economia e dell'etica. E si finisce con il mettere in dubbio il modo in cui il capitalismo offre benessere economico al costo di drammi ecologici.”

“Il costo del benessere” - Il Sole 24 Ore, 23 febbraio 2014.

La sostenibilità ambientale e le future generazioni

La crisi ambientale in atto, causata da comportamenti relativamente poco sostenibili e dall'utilizzo improprio delle risorse del pianeta da parte dell'uomo, indica la rilevanza strategica del tema - in un'ottica attuale e soprattutto di prospettiva per le generazioni che verranno. Proseguendo sulla “strada” tracciata sinora, infatti, le popolazioni a venire rischiano di non disporre delle stesse opportunità di sviluppo - ambientale in prima istanza, ma anche economico e sociale per conseguenza - delle ultime due o tre generazioni ed è verosimile che il pianeta “che

verrà” sarà privo di molte delle risorse che hanno permesso di ottenere l'attuale benessere nella società moderna (con riguardo al mondo occidentale).

Per contrastare il fenomeno il 22 gennaio scorso la Commissione Europea ha presentato la propria proposta di politica ambientale articolata in due obiettivi ambiziosi da raggiungere entro il 2030:

1. riduzione delle emissioni di gas serra del 40%;
2. maggiore ricorso alle energie rinnovabili (obiettivo: 27%).

Il Gruppo Creval e l'ambiente

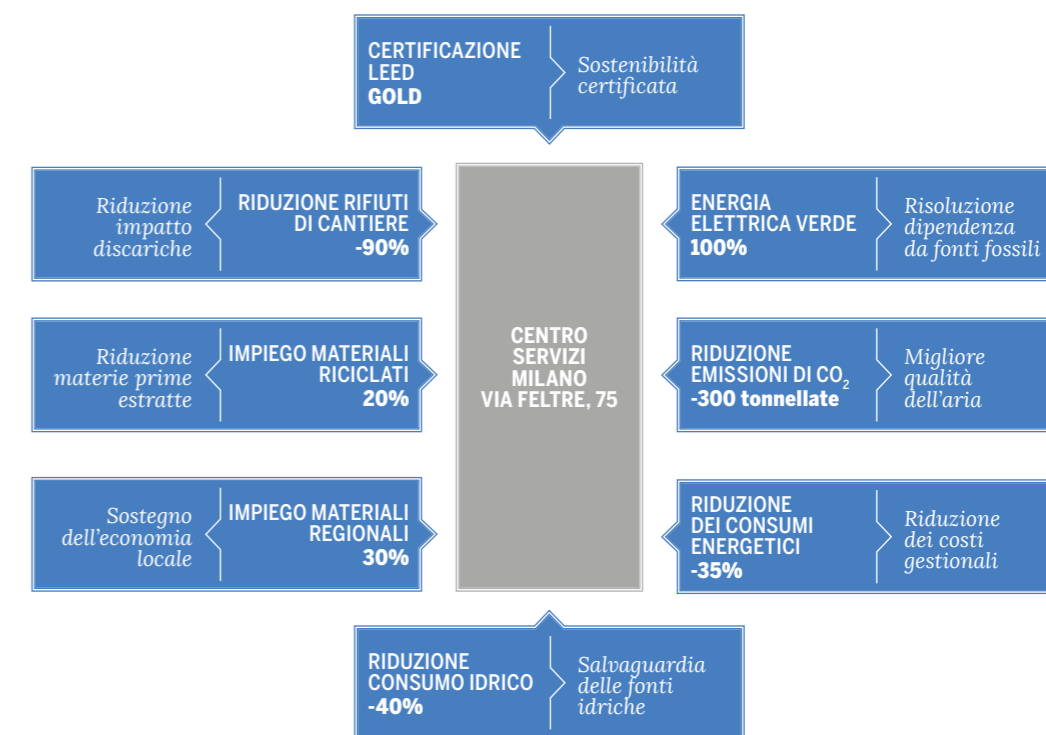
Il Gruppo - “a matrice popolare, di prossimità, di relazione e di valore condiviso” - opera sulla base di principi di trasparenza, innovazione e chiarezza, come emerge anche dall'iscrizione nel novero dei finalisti dell'Oscar di Bilancio 2013⁵³. Nella Carta dei Valori⁵⁴ emerge chiara-

mente la *vision* di un Gruppo bancario ambizioso che, sulla base dei propri valori fondanti, delinea un percorso di sviluppo ed innovazione sostenibile (“innovazione per la sostenibilità” - recita l'ottavo punto della Carta) che si concretizza anche nel rispetto dell'ambiente in cui opera.

Milano, via Feltre 75

L'ampliamento del Centro Servizi di Milano declina questa visione di sviluppo sostenibile rispondendo alle diverse esigenze dei fruitori dell'edificio, definendo un preciso piano di investimento e riorganizzazione immobiliare e costruendo un *green building* attento a rispondere a tutti i canoni ambientali edili.

Esso, inoltre, risponde ai requisiti della politica energetica ed ambientale definita da Stelline Servizi immobiliari, società iscritta nel perimetro unitario deputata al presidio delle tematiche immobiliari e incaricata della progettazione della direzione dei lavori di realizzazione dell'edificio.



L'ingrandimento della Sede Centrale di Milano, in corso di certificazione da parte di GCB Italia⁵⁵ con riguardo alla sostenibilità della costruzione, ha già permesso il raggiungimento dei seguenti risultati:

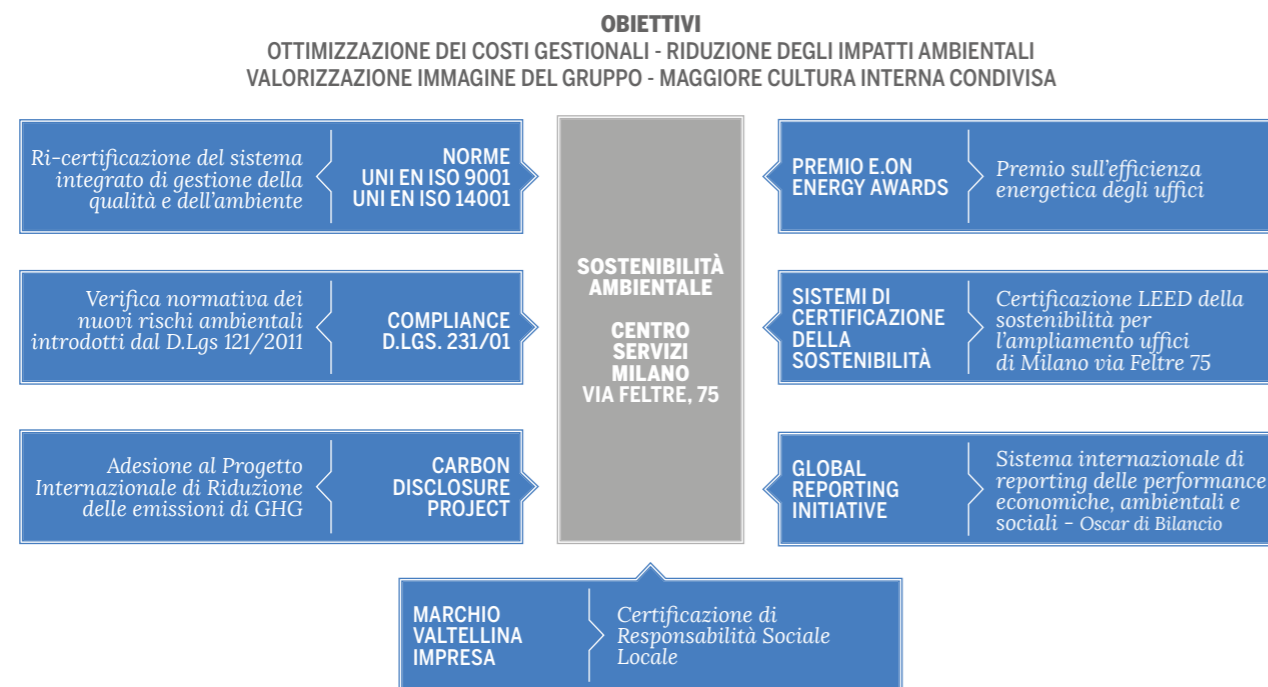
- » riduzione dei consumi energetici di circa il 35% rispetto a strutture standard delle stesse dimensioni: indicativamente si risparmiano 600.000 KWh e 120.000 € all'anno sulla bolletta energetica, evitando l'emissione di 300.000 kg di CO₂;
- » acquisto di sola energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili;
- » integrazione in copertura di un campo fotovoltaico caratterizzato da una pro-

- » duzione annua di circa 42.000 KWh;
- » calo del fabbisogno idrico di circa il 40% impiegando sistemi evoluti di irrigazione - una vasca di recupero dell'acqua piovana e accessori idrosanitari a risparmio idrico;
- » impiego del 30% di “materiali regionali” estratti e prodotti entro 350 km dal sito di costruzione;
- » utilizzo del 20% di materiali con contenuto di riciclato, evitando così l'estrazione di nuove materie prime;
- » recupero/riciclo del 90% dei rifiuti di cantiere, evitando il conferimento nelle discariche.

⁵³ Vd. pg 32.

⁵⁴ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/pdf/cartaValori.pdf>

⁵⁵ Green Building Council Italia: associazione no profit che si prefigge di favorire e accelerare la diffusione di una cultura dell'edilizia sostenibile, guidando la trasformazione del mercato.



L'attività di impresa tra rispetto dell'ambiente e sostenibilità energetica

Nel corso del 2013 Stelline Servizi Immobiliari, dal 2011 dotata di un Sistema di Gestione Ambientale secondo lo standard ISO 14001:2004, ha verificato l'applicazione delle "buone prassi" ambientali ed energetiche quali:

- » la gestione attenta dell'intero patrimonio in uso attraverso uno specifico progetto di riduzione dei consumi energetici che comporta:
 - il monitoraggio e la registrazione puntuale dei consumi energetici, suddivisi per fonte primaria (energia elettrica, gas e gasolio), in modo da individuare statisticamente le uten-

ze "anomale" dal punto di vista del consumo di energia;

- la riqualificazione energetica degli edifici che utilizzano maggiore energia - attraverso interventi sull'involucro, sulle componenti impiantistiche e sulla gestione spaziale-funzionale⁵⁶;
- l'adeguamento o la sostituzione degli impianti di climatizzazione e di illuminazione obsoleti con apparecchiature ad alta efficienza energetica;
- l'implementazione di impianti di climatizzazione tele-gestiti allo scopo di monitorare costantemente i consumi energetici, ridurre in maniera

significativa gli sprechi ed ottimizzare orari e temperature di funzionamento degli impianti;

- » l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili:
 - acquistando energia elettrica certificata RECS o CO-FER⁵⁷;
 - mettendo a regime i campi fotovoltaici sul territorio nazionale - che hanno consentito di raggiungere una produzione annua di Gruppo di circa 370.000 KWh;
 - promuovendo programmi di finanziamento per gli stakeholder come "Creval Energia Pulita", proposta finalizzata alla realizzazione di interventi per la produzione di energia da fonti rinnovabili;
- » la partecipazione ad alcuni gruppi di lavoro sulle tematiche del risparmio energetico e della sostenibilità ambientale quali l'"Osservatorio rinnovabili", la "Green banking" e la "Filiale sostenibile" proposti da ABI Energia, che hanno portato alla stesura di importanti linee-guida per l'intero comparto bancario nazionale - oltre all'adesione al Marchio "Valtellina Impresa"⁵⁸ a testimonianza dell'approccio sostenibile del Gruppo;
- » il proseguo delle attività connesse all'adesione al Fondo Kyoto - il piano europeo realizzato allo scopo di promuovere l'erogazione del credito attraverso investimenti pubblici e privati volti alla:
 - realizzazione di interventi di efficienza energetica nel settore edilizio e industriale;
 - diffusione di piccoli impianti ad alta funzionalità per la produzione di elettricità, calore e freddo;
 - utilizzazione di fonti rinnovabili (eolico, idroelettrico, solare termico,

biomassa, fotovoltaico) con impianti di piccola taglia;

- promozione di tecnologie innovative nel settore energetico;
- » la prosecuzione delle attività relative all'adesione al *Carbon Disclosure Project*⁵⁹ (CDP) con l'obiettivo di sottolineare i traguardi definiti dalla politica di riduzione dei consumi energetici e del *green procurement*, dando un riscontro sempre più preciso e chiaro agli stakeholder sulle tematiche ambientali;
- » l'amministrazione puntuale dei rifiuti - tra cui carta, toner e apparecchiature elettriche ed elettroniche (consentendo, ove possibile, la riduzione degli stessi tramite recupero e riciclo);
- » lo sviluppo e l'utilizzo di procedure idonee ad individuare e minimizzare gli impatti ambientali derivanti dalle attività d'impresa - con particolare riferimento alla conduzione dei cantieri (gestione dei rifiuti, inquinamento del suolo e sottosuolo, inquinamento acustico, scarichi idrici e altri) -, anche aderendo a sistemi internazionali di certificazione della sostenibilità quale il LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*⁶⁰);
- » il controllo del consumo di materiale connesso alle attività svolte negli immobili in esercizio in modo da evitare sprechi - anche attraverso programmi come "Basta carta", "Post@in linea" e "Progetto Printing" proposti ai clienti e ai dipendenti per eliminare tutte le comunicazioni cartacee in favore di quelle elettroniche;
- » la sensibilizzazione degli stakeholder - in particolare dei dipendenti - verso la protezione dell'ambiente e la realizzazione di programmi di informazione e formazione del personale.



⁵⁷ Per almeno il 90% del totale.

⁵⁸ Vd. Rapporto Sociale 2012, pg 30.

⁵⁹ www.cdproject.net. Il CDP è un protocollo di intesa fra diverse realtà di spicco a livello mondiale nei settori dell'energia, dell'industria e della finanza con asset pari a circa 87 miliardi di dollari; si pone l'obiettivo di creare e alimentare una banca dati mondiale relativa alle emissioni di anidride carbonica e di raggiungere obiettivi di riduzione delle emissioni mediante strategie di riduzione dei consumi energetici e di ottimizzazione dei trasporti e dei processi produttivi.

⁶⁰ <http://www.gbitalia.org/page/show/leed-leadership-in-energy-and-environmental-design>

⁵⁶ Tali interventi potranno godere del riconoscimento della detrazione di imposta del 55% dall'Agenzia delle Entrate mediante la validazione da parte dell'ENEA.

Strategia energetica di Gruppo

La Strategia Energetica Nazionale (SEN), che delinea gli scenari futuri per l'evoluzione del sistema italiano ed europeo, definisce una serie di obiettivi tra cui:

- 1 ridurre i costi energetici;
- 2 diminuire la bolletta energetica;
- 3 allineare i costi italiani all'ingrosso ai prezzi europei;
- 4 assicurare che l'Italia raggiunga gli obiettivi ambientali imposti dalla direttiva europea "20-20-20" per la riduzione delle emissioni;
- 5 aumentare l'efficienza energetica e la produzione di energia da fonti rinnovabili.

Il Gruppo ha sviluppato negli ultimi anni, in coerenza con questo programma nazionale, una propria politica energetico-ambientale volta in particolare all'ottimizzazione della stessa e alle fonti rinnovabili.

Ciò si è tradotto nelle seguenti attività svolte nel corso del 2013:

- » riqualificazione di alcuni importanti edifici ritenuti non efficienti dal punto di vista energetico attraverso interventi sull'involucro, sulle componenti impiantistiche e sulla gestione spaziale-funzionale (con riconoscimento della detrazione di imposta del 55% da parte dell'Agenzia delle Entrate);
- » gestione degli impianti fotovoltaici di Gruppo che quest'anno hanno registrato una produzione di circa 370.000 KWh;

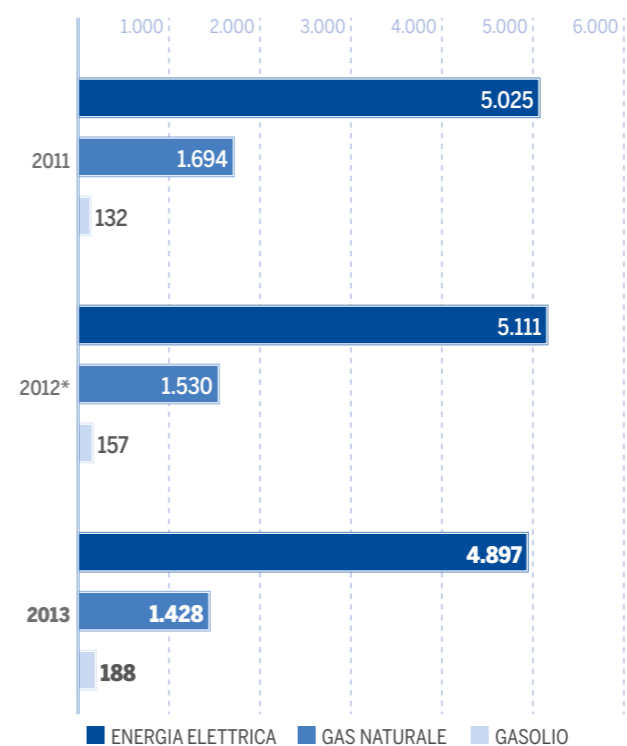
- » avvio di un progetto per l'installazione di sistemi di tele-gestione degli impianti di climatizzazione al fine di monitorare costantemente i consumi energetici, ridurre in maniera significativa gli sprechi e ottimizzare orari e temperature di funzionamento degli impianti;
- » acquisto di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili;
- » adeguamento o sostituzione degli impianti di climatizzazione obsoleti con apparecchiature ad alta efficienza energetica - in primis gli impianti contenenti gas R22⁶¹ che andranno dismessi o adeguati entro il 31 dicembre 2014 secondo il Regolamento (UE) n. 2037/2000;
- » partecipazione agli osservatori di ABI Energia sull'efficienza energetica e il green banking contribuendo alla ste-



sura dei documenti "Linee Guida per la Gestione dell'Energia e dell'Ambiente in banca" e "Linee guida sull'applicazione in banca degli Indicatori Ambiente" secondo il programma del GRI (Global

Reporting Initiative) che definisce un sistema internazionale di reporting delle performance economiche, sociali ed ambientali.

Consumi energetici annui (TEP) suddivisi per fonte di energia



Con una riduzione del 4,4% dei consumi energetici rispetto all'esercizio precedente, che a sua volta evidenziava una flessione dello 0,8% su base annua, il Gruppo prosegue il perseguimento degli obiettivi energetici dichiarati in precedenza - si evidenzia in particolare il calo del consumo di gas metano (-6,6%) grazie a macchine termiche più efficienti installate negli ultimi anni.

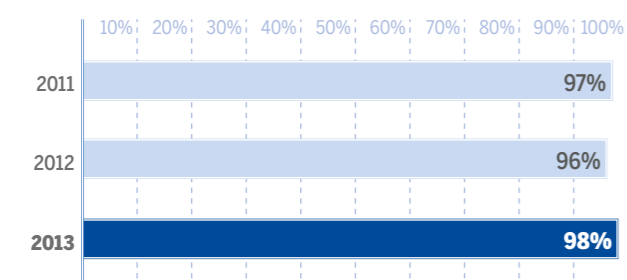
L'importante riduzione del 4,2% dei consumi elettrici conferma una gestione e un controllo più efficaci degli impianti, anche attraverso sistemi di tele-gestione. In linea con gli anni precedenti risulta marginale l'andamento dei consumi di gasolio (che ammontano a meno del 3% dell'intero fabbisogno di Gruppo), il cui valore annuo risente delle tempistiche di approvvigionamento e delle temperature stagionali.

⁶¹ È un gas refrigerante contenente HCFC (idroclorofluorocarburi), sostanze classificate come nocive per lo strato di ozono e che contribuiscono in maniera rilevante all'effetto serra.

* Dati aggiornati in seguito a congruagli pervenuti nel 2013.

Consumi energetici suddivisi per fonti energetiche	2011	2012*	2013	Var. '12/'13
Energia elettrica: consumo totale (MWh)	26.870	27.329	26.187	-4,2%
- di cui da fonte rinnovabile (MWh)	25.972	25.903	25.729	-0,7%
Energia termica prodotta da gas naturale (MWh)	19.822	17.896	16.713	-6,6%
Energia termica prodotta da gasolio (MWh)	1.452	1.725	2.060	19,4%
Consumi energetici in TEP - Tonnellate equivalenti di petrolio	2011	2012*	2013	Var. '12/'13
Energia elettrica: consumo totale (TEP)	5.025	5.111	4.897	-4,2%
Energia termica prodotta da gas naturale (TEP)	1.694	1.530	1.428	-6,6%
Energia termica prodotta da gasolio (TEP)	132	157	188	19,4%
Totale TEP equivalenti	6.851	6.798	6.513	-4,4%
Perimetro Gruppo Creval (m²)	381.000	376.000	366.000	-2,7%

Quota di energia elettrica consumata prodotta da fonti rinnovabili



Anche nel 2013 la quasi totalità dell'energia elettrica acquistata (circa il 98%) - certificata da contratti RECS (Renewable Energy Certificate System), da certificati G.O. (Garanzia di Origine), "marchiata" Eau de vallee-Energia pura (derivante dagli impianti della Compagnia Valdostana delle Acque) o A2A - è stata prodotta da impianti *green* quali centrali idroelettriche, impianti fotovoltaici ed eolici.

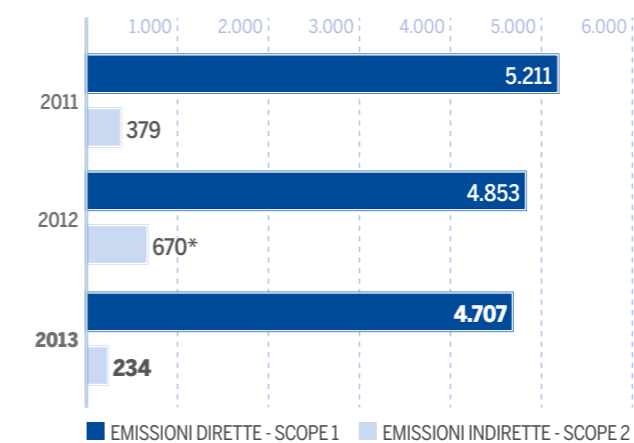
Emissioni inquinanti: il Carbon Disclosure Project

Le emissioni dirette e indirette di CO₂ hanno subito una drastica riduzione (-10,6%) in corso d'anno. Tale risultato, evidentemente migliore rispetto al calo

dell'1,2% registrato nel 2012, è stato ottenuto grazie a un attento approvvigionamento elettrico e al minor utilizzo di gas metano.

Emissioni dirette di anidride carbonica - Scope 1	2011	2012	2013	Var. '12/'13
Emissioni CO ₂ - Gas naturale (t)	4.043	3.650	3.409	-6,6%
Emissioni CO ₂ - Gasolio (t)	388	461	551	19,4%
Emissioni CO ₂ - Auto aziendali e noleggio (t)	779	741	746	0,7%
Emissioni dirette totali CO₂ - Scope 1	5.210	4.852	4.706	-3,0%
Emissioni indirette di anidride carbonica - Scope 2	2011	2012	2013	Var. '12/'13
Emissioni CO ₂ - Energia elettrica (t)	379	670*	234	-65,2%
Emissioni di anidride carbonica - Scope 1+2	2011	2012	2013	Var. '12/'13
Emissioni dirette e indirette totali CO ₂	5.590	5.523*	4.940	-10,6%

Emissioni annue di CO₂ (t)



Emissioni dirette - Scope 1

Emissioni che derivano da fonti possedute o controllate direttamente dall'azienda.

In particolare sono quelle generate dagli impianti di riscaldamento e dalle auto della flotta aziendale.

Emissioni indirette - Scope 2

Emissioni derivanti dalla generazione dell'energia elettrica comprata e consumata dall'azienda.

Il Gruppo, pur svolgendo un'attività a ridotta emissione di gas serra, ha deciso di aderire al *Carbon Disclosure Project* (CDP) con l'obiettivo di sottolineare i traguardi definiti dalla politica di riduzione dei consumi energetici e del *green procurement* dando una sempre più precisa comunicazione e visibilità agli stakeholder sulle tematiche ambientali; Creval partecipa anche nel 2014 a tale programma verificando l'andamento delle proprie emissioni di anidride carbonica e la continua riduzione delle stesse rispetto al valore base fissato nel 2008.

Gli indicatori di performance, parame-

trati rispetto alla superficie gestita e al numero di addetti del Gruppo (4.312), mostrano che:

- » il consumo di energia totale per unità di superficie registra una riduzione rispetto al 2012 pari all'1,6%;
- » il consumo di energia totale per addetto mostra un sostanziale calo pari al 3,1%;
- » le emissioni totali di anidride carbonica dirette ed indirette riferite alla superficie gestita e agli addetti mostrano un'importante riduzione rispetto allo scorso anno - rispettivamente pari al 9,5% e all'8,1%.

Indicatori di performance	2011	2012	2013	Var. '12/'13
Energia elettrica per addetto (MWh/addetto)	6,0	6,3	6,1	-3,1%
Energia termica per addetto (MWh/addetto)	4,7	4,5	4,4	-3,2%
Energia totale per addetto (TEP/addetto)	1,53	1,56	1,51	-3,1%
Energia elettrica per unità di superficie (MWh/m ²)	0,071	0,073	0,072	-1,6%
Energia termica per unità di superficie (MWh/m ²)	0,056	0,052	0,051	-1,7%
Energia totale per unità di superficie (TEP/m²)	0,0180	0,0181	0,0178	-1,6%
Emissioni CO ₂ dirette per addetto (kg/addetto)	1.162,7	1.112,5	1.091,5	-1,9%
Emissioni CO ₂ indirette per addetto (kg/addetto)	84,5	153,7	54,2	-64,8%
Emissioni CO₂ totali per addetto (kg/addetto)	1.247,2	1.266,2	1.145,7	-9,5%
Emissioni CO ₂ dirette per superficie (kg/m ²)	13,68	12,91	12,86	-0,4%
Emissioni CO ₂ indirette per superficie (kg/m ²)	0,99	1,78	0,64	-64,2%
Emissioni CO₂ totali per superficie (kg/m²)	14,67	14,69	13,50	-8,1%
Perimetro Gruppo Creval (m²)	381.000	376.000	366.000	-2,7%

* Dati aggiornati in seguito a conguagli pervenuti nel 2013.

Acqua e nuove opportunità di efficienza



Il tema dell'ottimizzazione idrica costituisce uno degli obiettivi della politica ambientale del Gruppo e presto sarà oggetto di attività di informazione e formazione rivolta ai dipendenti al fine di enfatizzare l'attenzione verso i temi ambientali.

Anche per quanto riguarda i consumi di acqua - sostanzialmente invariati rispetto al 2012 - l'esperienza presso il nuovo Centro Servizi del Credito Valtellinese di Milano⁶², "sostenuta" dalla certificazione di sostenibilità LEED Italia Nuove Costruzioni, ha permesso di ottenere importanti risultati in termini di risparmio idrico, anche grazie a nuovi sistemi tecnologici - tra cui riduttori di portata, WC con cassette a doppia portata ed un sistema di recupero dell'acqua piovana con serbatoio interrato - che hanno garantito un consumo inferiore di oltre il 30% di acqua potabile.

Consumo di acqua ⁶³	2011	2012	2013	Var. '12/'13
Consumo complessivo (mc)	92.065	82.725	82.453	-0,3%
Consumo pro capite (mc/dipendente)	20,5	19,0	19,1	0,8%
Consumo pro capite (litri/giorno*dipendente)	82	76	76	-0,8%

⁶² Vd. pg 107.

⁶³ Dati riclassificati nelle serie relative al 2011 e 2012.

Carta e progetto "Printing innovations"



Un'altra variabile cruciale per la sostenibilità ambientale concerne l'approvvigionamento di materiale da ufficio quale carta e toner: il rifornimento viene monitorato costantemente e gestito in modo attento ricercando il corretto equilibrio fra la risposta alle esigenze dei clienti e il rispetto e la salvaguardia dell'ambiente. Nel 2013 i consumi totali di carta risultano sensibilmente ridotti (-12,8%) rispetto al 2012 anche grazie all'introduzione della firma digitale per i clienti e al progetto "Printing Innovations", sviluppato dalla società del Gruppo Bankadati, con l'obiettivo di realizzare importanti miglioramenti in termini di efficienza dei processi di stampa. Il consumo di toner mostra, invece, un incremento dipeso principalmente dalla sostituzione delle stampanti con apparecchi multifunzione per poter rispondere alle nuove esigenze delle filiali; si stima che tale consumo verrà stabilizzato nei prossimi anni con la piena operatività delle nuove procedure di sportello.

Tale progetto di ottimizzazione ha favorito l'adozione di soluzioni in grado di eliminare alcuni processi di stampa all'origine - come ad esempio la firma grafometrica sulle conferme d'ordine, la virtualizzazione contabile di chiusura (sia riguardo al posto di lavoro sia alla filiale) e la definizione di precise regole per l'assegnazione e le modalità di utilizzo dei dispositivi di stampa.

La crescita di una sempre maggiore sensibilità verso la salvaguardia e la tutela dell'ambiente ha favorito il *green procurement* - l'approvvigionamento di materiale da ufficio eco-compatibile - e la nascita di diverse certificazioni ambientali relative all'origine del legno quale FSC⁶⁴ e alla filiera produttiva della carta come EFC⁶⁵ (*Elemental Chlorine Free*).

L'impiego sostenibile di tali "materiali green" è già stato inserito fra gli intenti del Sistema di Gestione Ambientale di Stelline Servizi Immobiliari che nei prossimi anni potrà essere esteso all'intero Gruppo.

Carta e toner	2011	2012	2013	Var. '12/'13
Consumo totale di carta (kg)	499.059	500.736	436.524	-12,8%
Consumo totale di carta pro capite (kg/dp)	111,3	114,8	101,2	-11,8%
Numero totale di cartucce (n)	9.694	9.628	12.268	27,4%
Numero di cartucce pro capite (n/dp)	2,16	2,21	2,84	28,5%
Quantità totale di toner (kg)	4.140	3.975	5.327	34,0%

⁶⁴ Sistema di certificazione internazionale a garanzia che la materia prima impiegata per realizzare un prodotto in legno o in carta proviene da foreste che rispettano rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.

⁶⁵ Sistema di certificazione di una tipologia di carta ecologica la cui sbiancatura è effettuata tramite prodotti esenti da cloro elementare organico.

Trasporti e mobilità sostenibile

Il settore dei trasporti di Gruppo segna nel 2013 un incremento del 3,7% dei chilometri percorsi rispetto al 2012 - dato comunque positivo rispetto al trend degli anni precedenti. Si segnala la continua riduzione dei chilometri percorsi con le auto aziendali di proprietà e a noleggio. Il parco auto del Gruppo è composto da 51 automobili di proprietà e 145 a noleggio con una vita media di 4 anni; il 93% dei veicoli è conforme alle normative europee Euro 4 e superiori. Grazie alla loro limitata esistenza in strada e relativa efficienza energetica si riescono ad ottenere consumi contenuti ed emissioni relativamente poco inquinanti. Si riscontra quindi un quadro generale positivo per i trasporti di Gruppo, evidenziato dalla maggiore sensibilità dei dipendenti verso gli aspetti ambientali (i collaboratori, infatti, ove possibile utilizzano mezzi pubblici meno inquinanti, ottimizzano i



viaggi di lavoro con il car pooling⁶⁶ e riducono il numero di trasferte grazie alla possibilità di comunicare in modo telematico tramite le teleconferenze. Ciò consente di ridurre la cosiddetta *carbon footprint*⁶⁷ e allo stesso tempo di contenere i costi di gestione muovendo i primi passi verso una mobilità sostenibile.

Trasporti stradali (km)	2011	2012	2013	Var. '12/'13
Km percorsi con auto dei dipendenti	4.005.242	2.825.563	3.134.748	10,9%
Km percorsi con auto aziendali (proprietà e noleggio)	4.963.713	4.956.465	4.932.696	-0,5%
Trasporti totali (km)	8.968.955	7.782.028	8.067.444	3,7%
Percorrenze auto per dipendente (km/dp)	2.001	1.784	1.871	4,9%

La gestione dei rifiuti

Il Gruppo, attraverso Stelline, attua una rigorosa gestione dei rifiuti rivenienti dalle attività degli immobili in esercizio quali carta, cartone, plastica e contenitori toner. Le imprese commissionate per la raccolta e lo smaltimento dei rifiuti vengono periodicamente esaminate - attraverso la raccolta di una serie di documentazioni comprovanti l'affidabilità di quest'ultime - in modo da verificarne l'idoneità. In continuità con i precedenti esercizi e anche grazie ai programmi Bast@carta e

Post@nlinea in essere presso le agenzie e gli stabili di Gruppo, anche quest'anno i rifiuti di carta hanno registrato una riduzione del 5,4% rispetto al 2012, mentre i dati relativi ai contenitori toner mostrano un aumento del 5,9%. È importante evidenziare come l'intero quantitativo di rifiuti prodotti e gestiti attraverso contratti-quadro non sia stato inviato in discarica bensì in centri di recupero/riciclo.

Rifiuti speciali	2011	2012	2013	Var. '12/'13
Rifiuti di carta e cartone(kg)	400.312	369.648	349.835	-5,4%
Rifiuti di contenitori toner (kg)	18.424	17.626	18.670	5,9%
Rifiuti di carta e cartone per dipendente (kg/dp)	89,3	84,7	81,1	-4,3%
Rifiuti di contenitori toner per dipendente (kg/dp)	4,11	4,04	4,33	7,2%



⁶⁶ Modalità di trasporto che consiste nella condivisione di automobili private tra un gruppo di persone con il fine principale di ridurre i costi di trasporto.

⁶⁷ Quantità di carbonio (normalmente espresso in tonnellate) emesso da una particolare attività o organizzazione.
www.footprintnetwork.org



5

Linee programmatiche e obiettivi di miglioramento

Obiettivi e traguardi:	120
» economici	120
» sociali	120
» ambientali	121

È nei margini che si trova la poesia.

O. Mandal'Stam

Obiettivi e traguardi

Economici

Obiettivi dichiarati nel Rapporto Sociale 2012	Raggiungimento degli obiettivi
1. Sviluppo equilibrato di raccolta e impieghi.	1. Impieghi/raccolta: 97,8%.
2. Attento controllo del rischio di credito.	2. Revisione dell'intero processo del credito (erogazione, gestione, monitoraggio predittivo e gestione dei crediti non performing).
3. Utilizzo del sistema di rating interno secondo il metodo AIRB (Advanced Internal Rating Based).	3. "Verso un sistema di rating interno avanzato" - vd pg 26. Il progetto finalizzato all'adozione di modelli interni avanzati (AIRB) per la misurazione del rischio di credito, è ad un buon grado di completamento. Si prevede che il nuovo modello possa essere sottoposto a validazione da parte della Banca d'Italia nell'orizzonte di Piano.

Traguardi futuri

AUMENTO DI CAPITALE PER UN IMPORTO MASSIMO DI 400 MILIONI €
RAFFORZAMENTO DELLA STRUTTURA PATRIMONIALE DEL GRUPPO PER AFFRONTARE CON FIDUCIA L'ESERCIZIO DI ASSET QUALITY REVIEW (AQR) E IL SUCCESSIVO STRESS TEST, PER DI DISPORRE DI RISORSE PATRIMONIALI ADEGUATE A SUPPORTARE LA PRESENZA SUL MERCATO.

TRAGUARDI FUTURI

"AGGIORNAMENTO DEL PIANO INDUSTRIALE" 2014-201668
- RIORGANIZZAZIONE E ULTERIORE SEMPLIFICAZIONE DELLA STRUTTURA SOCIETARIA DEL GRUPPO.
- ULTERIORI INTERVENTI DI OTTIMIZZAZIONE DEGLI ATTIVI PONDERATI PER IL RISCHIO E MITIGAZIONE DEL RISCHIO DI CREDITO.
- POLITICHE DI FUNDING ORIENTATE AD UNA SIGNIFICATIVA RIDUZIONE DELL'ESPOSIZIONE VERSO LA BCE PER LE OPERAZIONI DI RIFINANZIAMENTO (LTRO).
- NELL'AREA CREDITI POTENZIAMENTO ULTERIORE DELLE OFFERTE DI FINANZA AGEVOLATA E OPERAZIONI DI VALORIZZAZIONE DI PORTAFOGLI DI PRESTITI NON PERFORMING, ANCHE TRAMITE PARTNERSHIP CON OPERATORI TERZI.
- INTERVENTI DI RAZIONALIZZAZIONE DELLA RETE.
- AZIONI SUL LATO DELLE SPESE AMMINISTRATIVE PER IL PERSONALE VOLTE A CONSEGUIRE UNA SIGNIFICATIVA RIDUZIONE.

Sociali

Obiettivi dichiarati nel Rapporto Sociale 2012	Raggiungimento degli obiettivi
1. Aumentare l'autoconsapevolezza delle proprie conoscenze professionali mediante metodologie formative orientate al self assessment e alla pianificazione del proprio patrimonio professionale.	1. Oltre ad essere un elemento connotato a tutta l'offerta formativa e ad essere stimolato da un sistema di verifica dell'efficacia in corso di continua evoluzione e miglioramento, sono stati progettati ed erogati interventi specifici (ad esempio Crediti 2.0 e Jam session Finanza, nelle due aree dei crediti e della finanza, che hanno coinvolto circa 600 persone) che hanno concentrato i propri obiettivi sulla valutazione delle conoscenze professionali individuali, attraverso test valutativi e self assessment guidati.
2. Strutturare un'offerta formativa coerente e di supporto allo sviluppo dei ruoli della rete.	2. Sono stati creati due percorsi formativi nell'area crediti e nell'area finanza, a favore di Consulenti Imprese e Affluent rispettivamente, rispondendo agli specifici obiettivi posti nel piano formativo 2013. Nell'area family sono stati progettati interventi di ambito commerciale e finanziario che si innestano sull'attività già condotta nell'anno 2012.



⁶⁸ Comunicato stampa (http://www.creval.it/comunicatistampa/pdf/20140304_agg.pdf)

Linee programmatiche e obiettivi di miglioramento

Traguardi futuri

ASSUNZIONE PERSONALE FEMMINILE:
CONFERMA DEL TREND, GIÀ VERIFICATOSI L'ANNO SCORSO, RELATIVO AD UNA PERCENTUALE DI ASSUNZIONI FEMMINILE PARI AL 40%.

TRAGUARDI FUTURI

GIORNATE FORMATIVE PRO CAPITE:
CONFERMA DEL DATO DI 4 GIORNATE MEDIE DI FORMAZIONE PER SINGOLO DIPENDENTE.

CONTRATTI PART-TIME:
LA PERCENTUALE DEL 2012 (7,6%) È STATA AMPLIATA NEL 2013 (8,1%). L'OBIETTIVO È DI INCREMENTARE ULTERIORMENTE IL NUMERO DEI PART-TIME DI ALMENO IL 5%.

TRAGUARDI FUTURI

FORMAZIONE IN AREA COMMERCIALE:
MIGLIORARE ULTERIORMENTE LA PERCENTUALE DEL 2013 RIFERITA ALLA FORMAZIONE NELL'AREA TEMATICA COMMERCIALE (25% DEL DATO COMPLESSIVO); IN QUESTO AMBITO RIENTRANO ANCHE GLI INTERVENTI DESTINATI ALLA CURA DELLA RELAZIONE CON LA CLIENTELA, OLTRE AI TRADIZIONALI INTERVENTI SULLA VENDITA.

Ambientali

Obiettivi dichiarati nel Rapporto Sociale 2012	Raggiungimento degli obiettivi
1. Installazione di alcuni sistemi di tele-gestione e monitoraggio per le sedi centrali di Gruppo per avviare un processo di riduzione dei consumi elettrici e ottimizzazione gestionale degli impianti.	1. Prosecuzione delle attività relative al Progetto di Riduzione dei Consumi Energetici con l'obiettivo di individuare e riqualificare quegli edifici caratterizzati da bassa efficienza energetica.
2. Verifica e presidio del Sistema di Gestione Ambientale UNI EN ISO 14001:2004 della società del Gruppo, Stelline Servizi Immobiliari, per il patrimonio immobiliare Creval.	2. Prosecuzione delle attività di presidio del Sistema di Gestione Ambientale per il patrimonio immobiliare di Gruppo.
3. Completamento della certificazione di sostenibilità LEED Italia Nuove Costruzioni per l'ampliamento del Centro Servizi di Milano, via Feltre 75.	3. Conclusione delle attività finali per il conseguimento della certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design - Green Building Rating System) per il Centro Servizi di Milano, via Feltre 75.
4. Prosecuzione delle attività di adeguamento e conversione degli impianti di raffrescamento contenenti gas R22.	4. Censimento e programmazione degli interventi impiantistici necessari.
5. Definizione di un programma di educazione "Green" per le risorse del Gruppo.	5. Svolgimento di alcune giornate formative sulle tematiche ambientali presso il nuovo Centro Servizi di Milano, via Feltre 75 per alcune risorse del Gruppo.
6. Riduzione ulteriore del numero di impianti alimentati a gasolio.	6. Censimento e programmazione degli interventi di conversione impiantistica.

Traguardi futuri

EFFETTUARE AUDIT ENERGETICI ED INTERVENTI DI RIQUALIFICAZIONE SUGLI HEADQUARTERS DI SONDRIO, MILANO ED ACIREALE

TRAGUARDI FUTURI

COMPLETAMENTO DELLA CERTIFICAZIONE DI SOSTENIBILITÀ LEED ITALIA NUOVE COSTRUZIONI PER L'AMPLIAMENTO DEL CENTRO SERVIZI DI MILANO, VIA FELTRE 75

DEFINIZIONE DI UN PROGRAMMA DI VISITE GUIDATE ALL'INTERNO DEL NUOVO CENTRO SERVIZI DI MILANO, VIA FELTRE 75 COME ESPERIENZA FORMATIVA SULLE TEMATICHE ENERGETICHE ED AMBIENTALE SIA PER LE RISORSE DEL GRUPPO CHE PER ALCUNI STAKEHOLDERS

TRAGUARDI FUTURI

PROSECUZIONE DELLE ATTIVITÀ DI ADEGUAMENTO E CONVERSIONE DEGLI IMPIANTI DI RAFFRESCAMENTO CONTENENTI GAS R22

VERIFICA E PRESIDIO DEL SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE UNI EN ISO 14001:2004 DELLA SOCIETÀ DEL GRUPPO STELLINE SERVIZI IMMOBILIARI, PER IL PATRIMONIO IMMOBILIARE CREVAL

TRAGUARDI FUTURI

DEFINIZIONE DI UN PROGRAMMA DI EDUCAZIONE "GREEN" PER LE RISORSE DEL GRUPPO E DI UN PROGRAMMA DI AUDIT ENERGETICI SUI GRANDI IMMOBILI DEL GRUPPO

RIDUZIONE ULTERIORE DEL NUMERO DI IMPIANTI ALIMENTATI A GASOLIO



6

Sistema di rilevazione. Indicatori GRI

<i>Relazione della società di revisione</i>	124
<i>Nota metodologica</i>	126
<i>Prospetto degli indicatori</i>	128
<i>Questionario 2013</i>	135

L'immaginazione è più
importante della conoscenza.
La conoscenza è limitata,
l'immaginazione abbraccia il mondo.

A. Einstein

Relazione della società di revisione



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Vittor Pisani, 25
20124 MILANO MI

Telefono +39 02 6763.1
Telefax +39 02 67632445
e-mail it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione sulla revisione limitata del rapporto sociale

Al Consiglio di Amministrazione del
Credito Valtellinese S.C.

- Abbiamo effettuato la revisione limitata del rapporto sociale del Gruppo Credito Valtellinese (di seguito il "Gruppo") al 31 dicembre 2013. La responsabilità della redazione del rapporto sociale in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2006 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "Nota metodologica", compete agli amministratori di Credito Valtellinese S.C., così come la definizione degli obiettivi del Gruppo Credito Valtellinese in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Compete altresì agli amministratori di Credito Valtellinese S.C. l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare, così come l'implementazione e il mantenimento di adeguati processi di gestione e di controllo interno relativi ai dati e alle informazioni presentati nel rapporto sociale. E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base al lavoro svolto.
- Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" ("ISAE 3000"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili ("Code of Ethics for Professional Accountants" dell'International Federation of Accountants ("IFAC")), compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una limitata sicurezza, inferiore rispetto a una revisione completa, che il rapporto sociale non contenga errori significativi. Un incarico di revisione limitata del rapporto sociale consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel rapporto sociale, analisi del rapporto ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze probative ritenute utili. Le procedure effettuate sono riepilogate di seguito:
 - comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nella sezione "Relazioni di scambio economico: il Valore Aggiunto" e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2013, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39, in data 20 marzo 2014;
 - analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel rapporto sociale. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
 - interviste e discussioni con il personale della Direzione di Credito Valtellinese S.C. e con il personale di Bankadati Servizi Informatici Soc. Cons. p.A., Creset Servizi Territoriali S.p.A. e Stelline Servizi Immobiliari S.p.A., al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del rapporto sociale, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la

KPMG S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano e fa parte del network KPMG di entità indipendenti affiliate a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), entità di diritto svizzero.

Società per azioni
Capitale sociale
Euro 8.595.850,00 i.v.
Registro Imprese Milano e
Codice Fiscale N. 00709600159
R.E.A. Milano N. 612867
Partita IVA 00709600159
VAT number IT00709600159
Sede legale: Via Vittor Pisani, 25
20124 Milano MI ITALIA



Gruppo Credito Valtellinese
Relazione della società di revisione sulla
revisione limitata del rapporto sociale
31 dicembre 2013

trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del rapporto sociale;

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del rapporto sociale, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel rapporto sociale;
- analisi della conformità delle informazioni qualitative riportate nel rapporto sociale alle linee guida identificate nel paragrafo 1 della presente relazione e della loro coerenza interna, con particolare riferimento alla strategia, alle politiche di sostenibilità e all'identificazione degli aspetti significativi per ciascuna categoria di stakeholder;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Credito Valtellinese S.C., sulla conformità del rapporto sociale alle linee guida indicate nel paragrafo 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo l'ISAE 3000, e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione completa.

Il rapporto sociale presenta ai fini comparativi i dati e le informazioni dell'esercizio precedente. Come illustrato nel paragrafo "Nota metodologica", gli amministratori hanno riesposto alcuni dati comparativi relativi al rapporto sociale dell'esercizio precedente, da noi assoggettato a revisione limitata e sul quale avevamo emesso la nostra relazione in data 12 aprile 2013. Le modalità di rideterminazione dei dati comparativi sono state da noi esaminate ai fini delle nostre conclusioni sul rapporto sociale chiuso al 31 dicembre 2013.

- Sulla base di quanto svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il rapporto sociale del Gruppo Credito Valtellinese al 31 dicembre 2013 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2006 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, come descritto nel paragrafo "Nota metodologica".

Milano, 28 marzo 2014

KPMG S.p.A.

Roberto Fabbri
Socio

Nota metodologica

Il Rapporto Sociale è redatto secondo lo standard Global Reporting Initiative (GRI), le cui linee-guida - imperniata sui concetti di sviluppo sostenibile e trasparenza - evidenziano sei "principi di garanzia":

- » equilibrio: immagine imparziale della performance;
- » comparabilità: gli argomenti e le informazioni scelti sono preparati e comunicati in modo coerente;
- » accuratezza: dettaglio e cura in modo da consentire agli stakeholder di valutare la performance dell'organizzazione;
- » tempestività: informazioni recenti rispetto al periodo di rendicontazione;

- » chiarezza: comprensibilità e accessibilità per i portatori di interesse che utilizzano il report;
- » affidabilità: le informazioni e i processi utilizzati per redigere il documento devono poter essere oggetto di esame.

I livelli di applicazione vengono determinati secondo tre categorie fondamentali, come emerge dalla tabella sottostante:

- » strategia e profilo;
- » modalità di gestione;
- » indicatori di performance.

Il livello di applicazione di questo Documento è B+.

Informativa sulla modalità di gestione per ciascuna categoria di indicatori

Il Rapporto Sociale è redatto in conformità alle "Linee guida per il reporting di sostenibilità" del Global Reporting Initiative (GRI edizione 3) e alle Linee Guida di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito di ABI ("Il rendiconto agli stakeholder: una guida per le banche"). I dati e le informazioni pubblicati in questo Documento concernono l'anno solare 2013 e sono forniti dai Responsabili di processo delle singole funzioni in forma coerente con le fonti ufficiali (in particolare la Relazione sulla gestione del Credito Valtellinese, con riferimento alla parte consolidata) e opportunamente integrati e convalidati a cura del Servizio Corporate Identity, Qualità e Sostenibilità della banca Capogruppo.

Il perimetro del report coincide con l'area del bilancio consolidato (rappresentata in forma grafica a pg 1). L'insieme degli indicatori raccolti e rendicontati include tutte le società ivi comprese. Eventuali limitazioni di perimetro sono segnalate all'interno del documento.

Il rendiconto di sostenibilità ha cadenza annuale dal 1995 e l'ultima versione è relativa al 2012. Determinazione della materialità, selezione dei contenuti e priorità degli argomenti seguono i principi del GRI (G3). I cambiamenti nella struttura del capitale sociale e altre operazioni di costituzione, mantenimento e modifica del capitale sono rivenienti dalla Relazione al bilancio consolidato della banca Capogruppo Credito Valtellinese e dalla Relazione sul governo societario, disponibili in rete all'indirizzo <http://www.creval.it/investorRelations/index.html>.

Il Gruppo ha applicato le "Istruzioni sulla definizione del contenuto del report" e i relativi principi del Global Reporting Initiative in modo inclusivo dei criteri di

selezione dei contenuti (rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità e completezza) e qualità informativa (sulla base dei sei punti indicati a fronte).

Al fine di assicurare la massima attendibilità delle informazioni riportate è stata privilegiata l'inclusione di grandezze misurabili direttamente evitando il più possibile il ricorso a stime che, ove necessarie, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili. Si rileva che il conto economico del periodo di confronto è stato riclassificato per un importo pari a 1.217 mila € dalla voce "190. Altri oneri/proventi di gestione" alla voce "130. d) Altre operazioni finanziarie" per fornire una più aderente rappresentazione degli oneri subiti per impegni assunti verso i sistemi interbancari di garanzia. Con riferimento ai dati 2011 e 2012 inclusi nella Relazione Ambientale, gli stessi possono aver subito variazioni rispetto alle precedenti edizioni del Rapporto Sociale a seguito di conguagli ricevuti nel 2013 e di migliori tecniche di rilevazione. Il Rapporto Sociale è affidato per una verifica esterna a società di revisione indipendente (KPMG) con cui il Gruppo bancario Credito Valtellinese non detiene cointeressenze né altri legami.

Livello di applicazione del report		C	C+	B	B+	A	A+
Informativa Standard	Informativa sul Profilo G3	Inclusione di: 1.1 2.1 – 2.10 3.1 – 3.8, 3.10 – 3.12 4.1 – 4.4, 4.14 – 4.15	Report con <i>assurance esterna</i>	Inclusione di tutti i criteri elencati per il Livello C più: 1.2 3.9 – 3.13, 4.5 – 4.13, 4.16 – 4.17	Report con <i>assurance esterna</i>	Stessi requisiti previsti per il Livello B	
	Informativa sulla modalità di gestione G3	Non Richiesto		Informativa sulla modalità di gestione per ciascuna categoria di indicatori		Informativa sulla modalità di gestione per ciascuna categoria di indicatori	
	Indicatori di Performance G3 e Supplementi di Settore	Inclusione di almeno 10 Indicatori di performance, di cui almeno un indicatore per ciascuna delle seguenti categorie: sociale, economica e ambientale		Inclusione di almeno 20 Indicatori di performance, di cui almeno un indicatore per ciascuna delle seguenti categorie: economica, ambientale, diritti umani, lavoro, società, responsabilità di prodotto		Inclusione di ciascun Indicatore G3 Core e di ciascun Indicatore del Supplemento di settore* considerando il Principio di materialità, includendo l'Indicatore oppure inserendo la spiegazione della sua omissione	

*Versione finale dei Supplementi di settore

Prospetto degli indicatori

Profilo			
Descrizione	GRI	T/P*	Pagina
Strategia e analisi			
Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	1.1	T	6, 120, 121
Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità	1.2	T	14-17, 120, 121 Bilancio Consolidato Credito Valtellinese 2013 (pg 96, 320)
Profilo dell'organizzazione			
Nome dell'organizzazione	2.1	T	1
Principali marchi, prodotti e/o servizi	2.2	T	22, 24, 56, 57, 61-68
Struttura operativa dell'organizzazione, considerando anche principali divisioni, aziende operative, controllate e joint venture	2.3	T	23-25
Luogo dove ha sede il quartier generale dell'organizzazione	2.4	T	24
Numero di paesi nei quali opera l'organizzazione, nome dei paesi nei quali l'organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report	2.5	T	22
Assetto proprietario e forma legale	2.6	T	Relazione Governo Societario 2013 Credito Valtellinese (pg 7, 13)
Mercati serviti (includendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)	2.7	T	22, 24, 29, 30
Dimensione dell'organizzazione	2.8	T	9, 30, 42, 43
Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	2.9	T	19, 34-35, 127
Premi/riconoscimenti ricevuti nel periodo di rendicontazione	2.10	T	32, 33

* Totale/Parziale

Sistema di rilevazione. Indicatori GRI

Parametri del report	GRI	T/P	Pagina
Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite (ed es. esercizio fiscale, anno solare)	3.1	T	127
Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	3.2	T	127
Periodicità di rendicontazione	3.3	T	127
Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e sui suoi contenuti	3.4	T	134
Processo per la determinazione dei contenuti del report inclusi: - determinazione della materialità - priorità degli argomenti all'interno del report - individuazione degli stakeholder cui è rivolto il report	3.5	T	48, 127
Perimetro del report (paesi, strutture, joint venture, fornitori ecc.)	3.6	T	127
Dichiarazione di qualsiasi specifica limitazione dell'obiettivo o del perimetro del report	3.7	T	127
Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o organizzazioni	3.8	T	127
Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo, incluse assunzioni e tecniche sottostanti di stima applicate al calcolo degli indicatori e alla compilazione delle altre informazioni del report	3.9	T	127
Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	3.10	T	127
Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	3.11	T	127
Tabella esplicativa dei contenuti del report che riporti il numero di pagina o del sito internet di ogni sezione	3.12	T	128-133
Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report	3.13		124, 125, 127

Profilo			
Descrizione	GRI	T/P	Pagina
Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder			
Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo, responsabili di specifici compiti come la definizione della strategia o il controllo organizzativo	4.1	T	34-39 Relazione Governo Societario 2013 Credito Valtellinese (pg 12, 33)
Indicare se il presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo	4.2	T	39
Numero dei componenti che sono indipendenti e non esecutivi negli organi di governo	4.3	T	39
Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	4.4	T	85-86 Relazione Governo Societario 2013 Credito Valtellinese (pg 59)
Legame tra compensi degli Amministratori, Senior Manager ed Executives (inclusa la buona uscita) e performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale)	4.5	T	Relazione sulla Remunerazione 2013
Attività in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interessi	4.6	T	Procedure relative alle Operazioni con Parti Correlate del Credito Valtellinese S.C.
Processi per la determinazione delle qualifiche e competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia dell'organizzazione in funzione degli aspetti economici, ambientali e sociali	4.7	T	Relazione Governo Societario 2013 Credito Valtellinese (pg 20-21, 29-31, 36)
Mission, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, sociali e ambientali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	4.8	T	7
Procedure del più alto organo di governo per controllare le modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti e la conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati (includere la frequenza con cui il più alto organo di governo verifica le performance di sostenibilità)	4.9	T	Relazione Governo Societario 2013 Credito Valtellinese (pg 28-29)

			Relazione Governo Societario 2013 Credito Valtellinese (pg 29)
Processi per valutare le performance dei componenti del più alto organo di governo, in particolare in funzione delle performance economiche, ambientali e sociali	4.10	T	
Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	4.11	T	27-28, 106
Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/ associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	4.12	T	106, 109, 113
Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e internazionali	4.13	T	27-28
Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	4.14	T	48
Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	4.15	T	48
Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	4.16	T	48
Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse	4.17	T	48

Informazioni sull'approccio gestionale

Descrizione	Pagina
Dimensione Economica⁶⁹	
Performance economica	42-45
Presenza di mercato	76, 95
Impatti economici indiretti	101-103

Dimensione Ambientale

Materiali utilizzati	115
Energia	110-113
Acqua	114
Emissioni e rifiuti	112, 113, 117
Trasporti	116

Dimensione Sociale: pratiche lavorative⁷⁰

Occupazione	75-76
Relazioni industriali	85-86
Salute e sicurezza	87-89
Formazione	82-84
Diversità e pari opportunità	79-80

Dimensione Sociale: diritti umani

Investimenti ed approvvigionamenti	92, Codice Comportamentale Gruppo Credito Valtellinese
Non discriminazione	Codice Comportamentale Gruppo Credito Valtellinese
Libertà di associazione e contrattazione collettiva	"
Abolizione del lavoro infantile	"
Prevenzione del lavoro forzato e obbligatorio	"
Gestione delle segnalazioni e delle controversie	"
Sicurezza	"
Diritti dei nativi	



⁶⁹ Bilancio consolidato Credito Valtellinese 2013. http://www.creval.it/investorRelations/cv_informazioni.html

⁷⁰ <http://www.creval.it/responsabilitaSociale/responsabilitaSociale.html>

Sistema di rilevazione. Indicatori GRI

Dimensione Sociale: società

Comunità	101-103
Corruzione	Codice Comportamentale Gruppo Credito Valtellinese
Contributi politici	"
Comportamenti anti-collusivi	"
Conformità	"

Dimensione legata ai Prodotti

Etichettatura di prodotti e servizi	Codice Comportamentale Gruppo Credito Valtellinese
-------------------------------------	--

Indicatori di performance

Descrizione	GRI	T/P	Pagina
Performance economica			
Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione	EC1	T	9, 42-45
Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	EC2	-	-
Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico (benefit plan obligations)	EC3	T	87-89; Bilancio Consolidato Credito Valtellinese 2013 (pg 353, 354)
Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	EC4	P	
Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	EC6	T	95
Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuale dei senior manager assunti nella comunità locale	EC7	P	76, 79
Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità", attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/servizi, attività pro bono	EC8	T	101-103
Performance ambientale			
Materie prime utilizzate per peso o volume	EN1	T	115
Percentuale di materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	EN2	P	107
Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	EN3	T	110-113
Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	EN4	T	110-113
Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	EN5	T	107, 108, 110-113
Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato di queste iniziative	EN6	P	109
Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	EN7	T	107-108
Prelievo totale di acqua per fonte	EN8	T	114
Localizzazione e dimensione dei terreni posseduti, affittati o gestiti in aree (o adiacenti ad aree) protette o aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette	EN11	-	In considerazione dell'attività svolta l'indicatore non è ritenuto significativo
Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette	EN12	-	In considerazione dell'attività svolta l'indicatore non è ritenuto significativo
Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	EN16	T	112-113
Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	EN17	-	-
Iniziative per ridurre l'emissione di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	EN18	T	112-113

Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	EN19	-	-
NO, SO e altre emissioni significative nell'aria per tipologia e peso	EN20	-	-
Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	EN21	-	In considerazione dell'attività svolta l'indicatore non è ritenuto significativo
Peso totale dei rifiuti per tipologia e metodi di smaltimento	EN22	T	117
Numero totale e volume di versamenti significativi	EN23	-	In considerazione dell'attività svolta l'indicatore non è ritenuto significativo
Iniziativa per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	EN26	T	100, 115
Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria	EN27	-	In considerazione dell'attività svolta l'indicatore non è ritenuto significativo
Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	EN28	-	-
Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materie utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	EN29	P	112, 116
Performance sociale			
Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo contratto e distribuzione territoriale	LA1	T	76-77, 79
Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	LA2	P	76-77
Percentuale di dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	LA4	T	85 Codice Comportamentale Gruppo Credito Valtellinese
Periodo minimo di preavviso per modifiche operative (cambiamenti organizzativi), specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva	LA5	T	86. Come da CCNL*
Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica	LA7	-	-
Programmi di educazione, formazione, consulenza, prevenzione e controllo di rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità, relativamente a disturbi o malattie gravi	LA8	T	86-89
Ore medie di formazione annua per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori	LA10	P	82-83
Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	LA12	T	30
Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	LA13	P	39, 79-80
Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria	LA14	-	-
Diritti umani			
Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione (screening)	HR1	P	92-93
Percentuale dei principali fornitori e appaltatori che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese	HR2	-	-
Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	HR4	-	-
Identificazione delle attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	HR5	T	In considerazione dell'attività svolta e della localizzazione non sono state identificate attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi

Identificazione delle operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione	HR6	T	In considerazione dell'attività svolta e della localizzazione non sono state identificate operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile
Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione	HR7	T	In considerazione dell'attività svolta e della localizzazione non sono state identificate attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato e obbligato
Impatti sulla società			
Natura, obiettivo ed efficacia di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni su una determinata comunità, incluse le fasi di inizio di attività, di operatività e di dismissione	S01	-	-
Iniziativa per migliorare l'accesso ai servizi finanziari da parte di persone in condizioni di svantaggio	FS14	P	27-28
Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	S02	T	Relazione Governo Societario 2013 Credito Valtellinese (pg 50)
Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione	S03	T	Codice Comportamentale Gruppo Credito Valtellinese (pg 21)
Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione	S04	-	-
Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate	S05	-	-
Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	S08	-	-
Responsabilità di prodotto			
Fasi del ciclo di vita dei prodotti/servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure	PR1	-	-
Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	PR3	T	-
Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	PR6	-	-
Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	PR9	-	-
Settore finanziario: impatto di prodotti e servizi			
Prodotti e servizi con finalità sociali	FS7	P	65-66, 109

Questionario 2013

La Sua opinione sul Documento è gradita.
Le osservazioni pervenute rappresentano un importante elemento di partenza per innovare la prossima edizione.

Categoria di appartenenza

(possibilità di selezionare più categorie)

Socio Cliente Dipendente Fornitore Collettività Enti

Com'è venuto a conoscenza del Rapporto Sociale?

Assemblea Interesse Motivi di lavoro/studio Conoscenti Altro

Qualità del bilancio e comportamento del Gruppo

Esprima una valutazione per ciascuno di questi elementi:

Qualità e leggibilità del Rapporto	Scarso	Sufficiente	Buono	Ottimo
Completezza delle informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trasparenza delle informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Approfondimento delle tematiche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chiarezza dei contenuti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grado di comprensibilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Efficacia della comunicazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grafica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Linguaggio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lunghezza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Comportamento del Gruppo

Impegno del Gruppo verso i valori di cui è portatore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacità di generare valore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilità a far comprendere l'impegno sociale del Gruppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grado di coinvolgimento degli stakeholder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Il **Rapporto Sociale 2013** è stato realizzato dal
Servizio Corporate Identity, Qualità e Sostenibilità del Credito Valtellinese
con la collaborazione di numerosi Servizi del Gruppo.

Per ogni informazione è possibile contattare:
Servizio Corporate Identity, Qualità e Sostenibilità - Credito Valtellinese
via Feltre, 75 - 20134 Milano
e-mail: rs@creval.it

Testi e coordinamento

Paolo Baroli, Domenico Iermito
Servizio Corporate Identity, Qualità e Sostenibilità - Credito Valtellinese

Contributo fotografico

Simone Bracchi, Ivan Bracelli, Paolo Camanni, Enzo Rocca, Giuseppe Sironi

Progetto grafico e impaginazione

 Viewy | www.viewy.it

Stampa

RDS WEBPRINTING

Tiratura

2.500 copie

Se dovesse descrivere il Rapporto Sociale del Gruppo Credito Valtellinese con tre aggettivi quali utilizzerebbe?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Innovativo | <input type="checkbox"/> Tradizionale |
| <input type="checkbox"/> Elegante | <input type="checkbox"/> Poco formale |
| <input type="checkbox"/> Sintetico | <input type="checkbox"/> Prolisso |
| <input type="checkbox"/> Affidabile | <input type="checkbox"/> Non verificabile |
| <input type="checkbox"/> Propositivo | <input type="checkbox"/> Neutrale |
| <input type="checkbox"/> Utile | <input type="checkbox"/> Poco utile |
| <input type="checkbox"/> Comprensibile | <input type="checkbox"/> Poco comprensibile |

Quali argomenti l'hanno maggiormente interessata?

- Aspetti ambientali Aspetti sociali Aspetti economici

Osservazioni e suggerimenti

Quali sono i temi che a Suo parere meriterebbero un ulteriore approfondimento?

<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
---	---

GRAZIE PER LA COLLABORAZIONE

Il questionario può anche essere compilato sul sito www.creval.it (sezione "Sostenibilità"), consegnato presso una filiale del Gruppo oppure spedito al seguente indirizzo:
Servizio Corporate Identity, Qualità e Sostenibilità - Credito Valtellinese
via Feltre, 75 - 20134 Milano; Fax 02-80637533

